



Teil A: Auswirkungsanalyse Überarbeitung 2016 Teil B: Bedarfsprüfung XXXL und POCO in Göttingen

Auftraggeber: Stadt Göttingen

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Raimund Ellrott
Dipl.-Ing. Florian Komossa

Hamburg, am 31.08.2016

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Poststraße 25
20354 Hamburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 040 / 30 99 77 78 – 0
Telefax: 040 / 30 99 77 78 – 9
E-Mail: raimund.ellrott@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Im November 2014 erteilte die Stadt Göttingen der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Hamburg, den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse zur geplanten Ansiedlung eines XXXL-Einrichtungshauses und eines POCO-Einrichtungsmarktes in Göttingen.

Das Vorhaben hat eine Verkaufsfläche von ca. 33.000 m², hiervon entfallen ca. 27.000 m² auf das XXXL-Einrichtungshaus und ca. 6.000 m² auf den POCO-Einrichtungsmarkt. Im Rahmen der Analyse ist zu prüfen, welche möglichen wettbewerblichen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen sich aus der Ansiedlung der Einrichtungshäuser und insbesondere der Randsortimente auf den Einzelhandelsbestand im Untersuchungsraum ergeben.

Für die Bearbeitung der vorliegenden Untersuchung lagen der GMA Veröffentlichungen des Statistischen Bundesamtes, der Statistischen Landesämter Niedersachsen, Hessen und Thüringen, Daten der Stadt Göttingen, Unterlagen der Firmen XXXL und POCO sowie GMA-Untersuchungen zum Einzelhandelsstandort Göttingen vor. Zur Bewertung der projektrelevanten Wettbewerbssituation hat die GMA im November 2014 eine Vor-Ort-Erhebung des projektrelevanten Wettbewerbs in Göttingen und den nächstgelegenen Mittelzentren (Northeim, Duderstadt, Hann. Münden, Einbeck, Uslar) im projektierten Einzugsgebiet durchgeführt.

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

Da sich mit dem Entwurf des LROP 2012 des Landes Niedersachsen von 2016 gegenüber dem Entwurf von 2014 grundlegende Änderungen bei den Zielen der Raumordnung (insbesondere Kongruenzgebot) ergeben haben und zusätzlich die vorher nicht betrachtete Hessische Stadt Witzenhausen in die Ausarbeitung aufgenommen wurde, ist eine Neubewertung auf Basis des neuen Entwurfs notwendig geworden. **{Neue Passagen sind hervorgehoben}**¹.

Diese Auswirkungsanalyse (Teil A) wurde im Juli / August 2015 um eine Stellungnahme zur seitens der Arl BS Raumordnung / Landesplanung geforderten Bedarfsprüfung (Teil B) ergänzt.

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH
Hamburg, den 31.08.2016; ELL KOF wym

¹ Dies betrifft primär die Kapitel V 3.2 – 3.4

Inhaltsverzeichnis Seite

TEIL A: AUSWIRKUNGSANALYSE

I.	Aufgabenstellung, Rechtsrahmen und Standortbeschreibung	7
1.	Aufgabenstellung	7
2.	Rechtliche und planerische Grundlagen	8
3.	Standortbeschreibung und –bewertung	11
3.1	Der Makrostandort Göttingen	11
3.2	Der Mikrostandort an der B 3 / Dransfelder Straße	14
3.3	Fazit der Standortbewertung	16
II.	Beschreibung des Planobjektes XXXL-Einrichtungshaus und POCO-Einrichtungsmarkt	18
1.	Allgemeine Strukturdaten der Möbelbranche	18
2.	Sortimentsstruktur größerer Anbieter	20
3.	Konsequenzen des Verkaufsflächenwachstums für die Wettbewerbsentwicklung	21
4.	Die speziellen Daten des Vorhabens	21
4.1	Projektkonzeption XXXL-Einrichtungshaus	21
4.2	Sortimentskonzeption XXXL-Einrichtungshaus	22
4.3	Projektkonzeption POCO-Einrichtungsmarkt	22
4.4	Sortimentskonzeption POCO-Einrichtungsmarkt	23
III.	Einzugsgebiet, Bevölkerung und planobjektrelevante Kaufkraft	26
1.	Einzugsgebiet und Bevölkerung	26
2.	Die Kaufkraft im Einzugsgebiet des Vorhabens	27
IV.	Die planobjektrelevante Angebotssituation im Einzugsgebiet	30
1.	Methodik und Umfang der Wettbewerbsaufnahme	30
2.	Die Angebotssituation im Einzugsgebiet	31
2.1	Die projektrelevante Angebotssituation in Zone I	31
2.2	Die projektrelevante Angebotssituation in den Zonen II und III	34
2.3	Wettbewerbsplanungen im Möbelsegment im Untersuchungsraum	38

3.	Zusammenfassende Bewertung der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet	40
V.	Wirtschaftliche, städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen des Vorhabens	42
1.	Grundlegende Aspekte	42
2.	Die wirtschaftlichen Auswirkungen des Planobjekts im Untersuchungsraum – Umsatzerwartung und Umverteilungswirkungen	44
2.1	Marktanteile und Umsatzerwartung	44
2.2	Umsatzumverteilungseffekte	48
3.	Städtebauliche Auswirkungen	50
3.1	Darstellung potenzieller städtebaulicher Auswirkungen in zentralen Versorgungsbereichen	50
3.2	Bewertung einzelner zentraler Versorgungsbereiche	51
3.2.1	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Göttingen	51
3.2.2	Zentrale Versorgungsbereiche Northeim	53
3.2.3	Zentraler Versorgungsbereich Einbeck	54
3.2.4	Zentraler Versorgungsbereich Duderstadt	55
3.2.5	Zentraler Versorgungsbereich Hann. Münden	55
3.2.6	Zentraler Versorgungsbereich Uslar	55
3.2.7	Zentraler Versorgungsbereich Witzenhausen	56
3.2.8	Grundzentren Hardeggen und Gieboldehausen	57
3.3	Fazit der städtebaulichen Auswirkungen	57
3.4	Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung	58
3.4.1	Göttingen	59
3.4.2	Northeim	59
4.	Auswirkungen auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung	63
5.	Fazit	68
6.	Ausgangslage	71
6.1	Aufgabenstellung	71
6.2	Status Quo	72
6.3	Fazit zur Ausgangslage	74

7.	Ergänzende Betrachtung der Möbelsituation in der Region	75
7.1	Möbelrelevante Struktur- und Leistungsdaten Göttingens im oberzentralen Standortvergleich	75
7.2	Fazit zum oberzentralen Standortvergleich	79
7.3	Möbelrelevante Struktur- und Leistungsdaten Göttingens im Vergleich mit dem regionalen Möbeleinzelhandel	80
7.4	Fazit zum regionalen Vergleich	82
8.	Vertiefende Betrachtung der raumordnerischen Bewertung	84
8.1	Vertiefende Betrachtung der Umsatzumverteilungswirkungen	85
8.2	Würdigung der Neuansiedlung unter dem Aspekt ausgeglichener Versorgungsstrukturen	89
8.3	Bewertung der Auswirkungen im Hinblick auf die Zentralitätswerte	92
8.4	Fazit der vertiefenden raumordnerischen Betrachtung	94

TEIL A: AUSWIRKUNGSANALYSE

I. Aufgabenstellung, Rechtsrahmen und Standortbeschreibung

1. Aufgabenstellung

Im Göttinger Ortsteil Grone befindet sich ein ungenutztes Areal an der B 3, westlich der BAB 7, das ursprünglich für den Betrieb eines Cash and Carry-Marktes vorgesehen war. Das im Februar 2014 beschlossene Einzelhandelskonzept für die Stadt Göttingen weist diese Fläche als Ergänzung zum „Sonderstandort West“ (u. a. Kauf Park Göttingen) als Potenzialfläche für den großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten aus. Nun sollen anstelle eines Cash and Carry-Marktes zwei Möbelmärkte errichtet werden, ein XXXL Einrichtungshaus (ca. 27.000 m² VK) und ein POCO Einrichtungsmarkt (ca. 6.000 m² VK). Bei beiden Vorhaben sind jeweils 10 % der Verkaufsfläche für Randsortimente (XXXL: 2.700 m²; POCO: 600 m²) vorgesehen.

Die vorliegende Untersuchung hat die Aufgabe, mögliche wirtschaftliche, städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen i. S. d. § 11 Abs. 3 BauNVO und der Ziele der Landes- und Regionalplanung in Niedersachsen zu analysieren und zu bewerten.

In der vorliegenden Untersuchung werden folgende Bausteine bearbeitet:

- /// Darlegung des Rechts- und Planungsrahmens, insbesondere der Ziele der Landes- und Regionalplanung in Niedersachsen
- /// Beschreibung und Bewertung des Planstandortes in Göttingen
- /// Darstellung der Planobjekte XXXL-Einrichtungshaus und POCO-Einrichtungsmarkt, der Sortimente und Verkaufsflächen
- /// Abgrenzung und Zonierung des projektrelevanten Einzugsgebietes; Berechnung der Kaufkraft im abgegrenzten Einzugsgebiet 2014
- /// Darstellung der projektrelevanten Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum anhand der Daten der GMA-Primärerhebungen von November 2014
- /// Beurteilung der wirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens anhand des Marktanteilkonzeptes und des Umsatzumverteilungskonzeptes

- 
 Bewertung der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Vorhabens unter besonderer Berücksichtigung der Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet².

2. Rechtliche und planerische Grundlagen

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die räumliche Planung von Einzelhandelsstandorten stellen das **Baugesetzbuch** (BauGB) und die **Baunutzungsverordnung** (BauNVO) dar. Nach § 11 Abs. 3 BauNVO ist für die Neuansiedlung großflächigen Einzelhandels (ab 1.200 m² Geschossfläche bzw. ca. 800 m² Verkaufsfläche³) die Ausweisung eines Kern- oder entsprechenden Sondergebietes erforderlich. Fachgutachterlich ist zu belegen, dass keine raumordnerischen oder städtebaulichen Auswirkungen wie Schädigungen der Versorgung der Bevölkerung, der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, der infrastrukturellen Ausstattung, des Verkehrs, des Orts- und Landschaftsbildes, der Umwelt oder des Naturhaushaltes eintreten können.

Prüfungsmaßstab bei der raumordnerischen Beurteilung des vorliegenden Einzelhandelsgroßprojektes sind die Ziele, Grundsätze und sonstigen Erfordernisse der Raumordnung, wie sie im **Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen 2008 (LROP)**, zuletzt geändert 2012, und dessen aktuell in der Entwurfsform vorliegenden Neufassung (Stand 2016) dargelegt sind. Hierbei sind insbesondere die formalen Prüfkriterien gemäß Landesraumordnungsprogramm (LROP) Niedersachsen zu bearbeiten, d. h. Konzentrationsgebot, Integrationsgebot, Kongruenzgebot, Beeinträchtigerungsverbot und Abstimmungsgebot. Außerdem ist das Einzelhandelskonzept der Stadt Göttingen zu berücksichtigen.

² Zur Bewertung potenzieller städtebaulicher und raumordnerischer Auswirkungen wurden in Abstimmung mit dem Auftraggeber jene ausgewählte Mittelzentren in Niedersachsen und Hessen in die Untersuchung einbezogen, die nennenswerten Einzelhandelsbesatz in den Warengruppen der Möbelhausplanungen aufweisen und möglicherweise von dem Ansiedlungsvorhaben betroffen sein könnten. Diese Vorgehensweise ist methodisch plausibel und begründbar, da die wichtigsten zentralen Standorte im Einzugsgebiet des XXXL- und POCO-Ansiedlungsvorhabens berücksichtigt sind. Zwar sind Umsatzumverteilungen von noch weiter entfernt situierten Standorten nicht komplett auszuschließen, dürften aber marginaler Natur sein (cut-off-Betrachtung).

Ähnlich verhält es sich bei Standorten niedriger(er) Zentralitätsstufe, die üblicherweise ein geringeres Angebotsspektrum in den relevanten Ansiedlungsbranchen führen und von daher per se geringere Auswirkungen erwarten lassen. Sofern es also im engeren Umkreis (Zone II) von Göttingen nicht zu städtebaulich relevanten Auswirkungen auf die jeweiligen Einzelhandelsstrukturen von zentralen Standorten niedriger(er) Zentralitätsstufe kommen wird, können etwaige relevante Auswirkungen für solche Standorte in der Zone III im Analogieschlussverfahren komplett ausgeschlossen werden.

³ Verkaufsfläche wird in dieser Analyse wie folgt definiert: „Als Verkaufsfläche gilt der gesamte Teil der Geschäftsfläche, auf welcher der Verkauf abgewickelt wird und der dem Kunden zugänglich ist (einschließlich Kassenzonen, Standflächen für Warenträger, Gänge, Stellflächen für Einrichtungsgegenstände, Treppen innerhalb der Verkaufsräume). Zu der Verkaufsfläche zählen auch Freiflächen, die nicht nur vorübergehend für Verkaufszwecke genutzt werden sowie Lagerräume, die gleichzeitig dem Verkauf dienen („integrierte Lagerhaltung“, „Verkauf ab Lager“). (Großflächige Einzelhandelsvorhaben im Bau- und Landesplanungsrecht Hinweise und Erläuterungen – Neufassung 2005, Ziffer 2.2.4.).

- 
 „Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig (**Konzentrationsgebot**).“ (LROP Niedersachsen 2008, Kapitel 2.3 Abs. 3 Nr. 5, im Entwurf 2016 übernommen)
- 
 „Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente innenstadtrelevant sind, sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig (**Integrationsgebot**). Diese Flächen müssen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein. Neue Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten sind auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen an verkehrlich gut erreichbaren Standorten innerhalb des zentralen Siedlungsbereiches zulässig, 1) wenn die Verkaufsfläche für innenstadtrelevante Randsortimente nicht mehr als 10 vom Hundert der Gesamtverkaufsfläche und höchstens 800 m² beträgt oder 2) wenn sich aus einem verbindlichen regionalen Einzelhandelskonzept die Raumverträglichkeit eines größeren Randsortimentes ergibt und sichergestellt wird, dass der raumordnungsverträglich zugelassene Umfang der Verkaufsfläche für das innenstadtrelevante Randsortiment auf das geprüfte Einzelhandelsgroßprojekt beschränkt bleibt.“ (Integrationsgebot, LROP Niedersachsen 2008, Kapitel 2.3 Abs. 3 Nr. 6, 7 und 8, im Entwurf 2016 mit folgenden Änderungen übernommen: „zentrenrelevant“ statt „innenstadtrelevant“, „raumverträglich“ statt „raumordnungsverträglich“)
- 
Kongruenzgebot LROP 2008: „Verkaufsfläche und Warensortiment von Einzelhandelsgroßprojekten müssen der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Verflechtungsbereich des jeweiligen Zentralen Ortes entsprechen (Kongruenzgebot). Der Umfang neuer Flächen bestimmt sich auch aus den vorhandenen Versorgungseinrichtungen und der innergemeindlichen Zentrenstruktur.“ (LROP Niedersachsen 2008, Kapitel 2.3 Abs. 3 Nr. 1 und 2)
- 
Kongruenzgebot LROP Entwurf 2016: „In einem Mittel- oder Oberzentrums soll das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes in Bezug auf seine aperiodischen Sortimente den maßgeblichen Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzraum aperiodisch mittel- und oberzentral). Der maßgebliche Kongruenzraum gemäß Satz 3 ist von der unteren Landesplanungsbehörde unter Berücksichtigung insbesondere

 - der zentralörtlichen Versorgungsaufträge der Standortgemeinde sowie benachbarter Zentraler Orte
 - der verkehrlichen Erreichbarkeit der betreffenden Zentralen Orte,
 - von grenzüberschreitenden Verflechtungen und
 - der Marktgebiete von Mittel- und Oberzentren auf Grundlage kommunaler Einzelhandelskonzepte
 zu ermitteln, sofern er nicht im Regionalen Raumordnungsprogramm festgelegt ist. Eine wesentliche Überschreitung nach den Sätzen 1 bis 3 ist gegeben, wenn mehr als 30 vom

Hundert des Vorhabensumsatzes mit Kaufkraft von außerhalb des maßgeblichen Kongruenzraumes erzielt würde. Das Kongruenzgebot ist sowohl für das neue Einzelhandelsgroßprojekt insgesamt als auch sortimentsbezogen einzuhalten. Aperiodische Sortimente sind Sortimente mit mittel- bis langfristigen Beschaffungsrhythmus, zum Beispiel Bekleidung, Unterhaltungselektronik, Haushaltswaren oder Möbel.“ (LROP Niedersachsen Entwurf 2016, Kapitel 2.3 Abs. 3 Nr. 3, 4, 5, 6 und 8)

- „Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind interkommunal abzustimmen (**Abstimmungsgebot**)“ (LROP Niedersachsen 2008, Kapitel 2.3 Abs. 3 Nr. 17, im Entwurf 2014 ohne „interkommunal“ übernommen)
- „Ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Entwicklung, die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung dürfen durch neue Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden (**Beeinträchtungsverbot**).“ (LROP Niedersachsen 2008, Kapitel 2.3 Abs. 3 Nr. 19, im Entwurf 2014 übernommen)

Nach dem sog. Göttingen Gesetz (Gesetz über die Neugliederung des Landkreises und der Stadt Göttingen) ist die Stadt Göttingen Träger der Regionalplanung für das Stadtgebiet. Der Flächennutzungsplan ersetzt hier den Regionalplan. Analog dazu ist das vom Büro Junker & Kruse, Dortmund erarbeitete **Einzelhandelskonzept Göttingen** (2013), das vom Rat der Stadt Göttingen im Februar 2014 verbindlich beschlossen wurde, wie ein Regionales Einzelhandelskonzept zu handhaben. Das Einzelhandelskonzept beinhaltet unter anderem die Festsetzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt, die Göttinger Sortimentsliste sowie Regelungen zu den bestehenden Sonderstandorten des Einzelhandels „West“ und „Lutteranger“. Auf den Seiten 129 ff. und im Prüfschema wird u. a. festgelegt, wie mit Randsortimenten zu verfahren ist. Die Beschränkung auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche bzw. 800 m² wird bestätigt, aufgrund der teils sehr unterschiedlichen Angebotsstrukturen in den einzelnen Branchen können auch bei geringeren Verkaufsflächenzahlen bereits städtebaulich relevante Auswirkungen auftreten. Als maßgeblich wird jedoch die Kompatibilität mit den städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Göttingen, insbesondere der Verträglichkeit mit den Angebotsstrukturen der zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet benannt. Dies indiziert für geltende Sonderstandorte, dass bei nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten bei Einhaltung von max. 10 % der einzelbetrieblichen Gesamtverkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente die Überschreitung der absoluten 800 m²-Obergrenze des LROP für zentrenrelevante Randsortimente möglich sein kann – Voraussetzung hierfür ist der Nachweis der Verträglichkeit in einer umfassenden Einzelfallprüfung. Das Einzelhandelskonzept enthält derzeit keine Aussagen über die Raumverträglichkeit eines größeren Randsortimentes. Das Konzept soll derzeit durch einen ergänzenden Beschluss um diese Möglichkeit erweitert werden.

3. Standortbeschreibung und –bewertung

3.1 Der Makrostandort Göttingen

Die **Stadt Göttingen** ist eine Universitäts- und Wissenschaftsstadt im Süden von Niedersachsen. Sie ist in 18 Stadtbezirke untergliedert und Teil der europäischen Metropolregion Hannover-Braunschweig-Göttingen-Wolfsburg. Insgesamt leben in Göttingen rd. 129.800 Einwohner⁴, die Stadt ist damit größte Stadt des gleichnamigen Landkreises bzw. im südlichen Niedersachsen. Göttingen zeichnete sich in den letzten fünf Jahren durch eine leicht positive Einwohnerentwicklung aus (Quelle: Stadt Göttingen, Referat Statistik und Wahlen). Die Stadt konnte von 2008 – 2013 Bevölkerungsgewinne von rd. 0,7 % verzeichnen. Einen bedeutenden Anteil der Bevölkerung machen die Studierenden aus, im Jahr 2013 waren insg. 27.456 Studierende in Göttingen immatrikuliert, was gegenüber 2005 eine Steigerung um 14,2 % (+ 3.399 Studierende) entspricht. Im Jahr 2013 waren zudem 18.134 Studierende in Göttingen wohnhaft, was gegenüber 2008 eine Steigerung um ca. 27,6% (+ 3.924 Studierende) entspricht. Somit ist eine zunehmende Bedeutung des Bildungsstandortes Göttingen zu konstatieren.

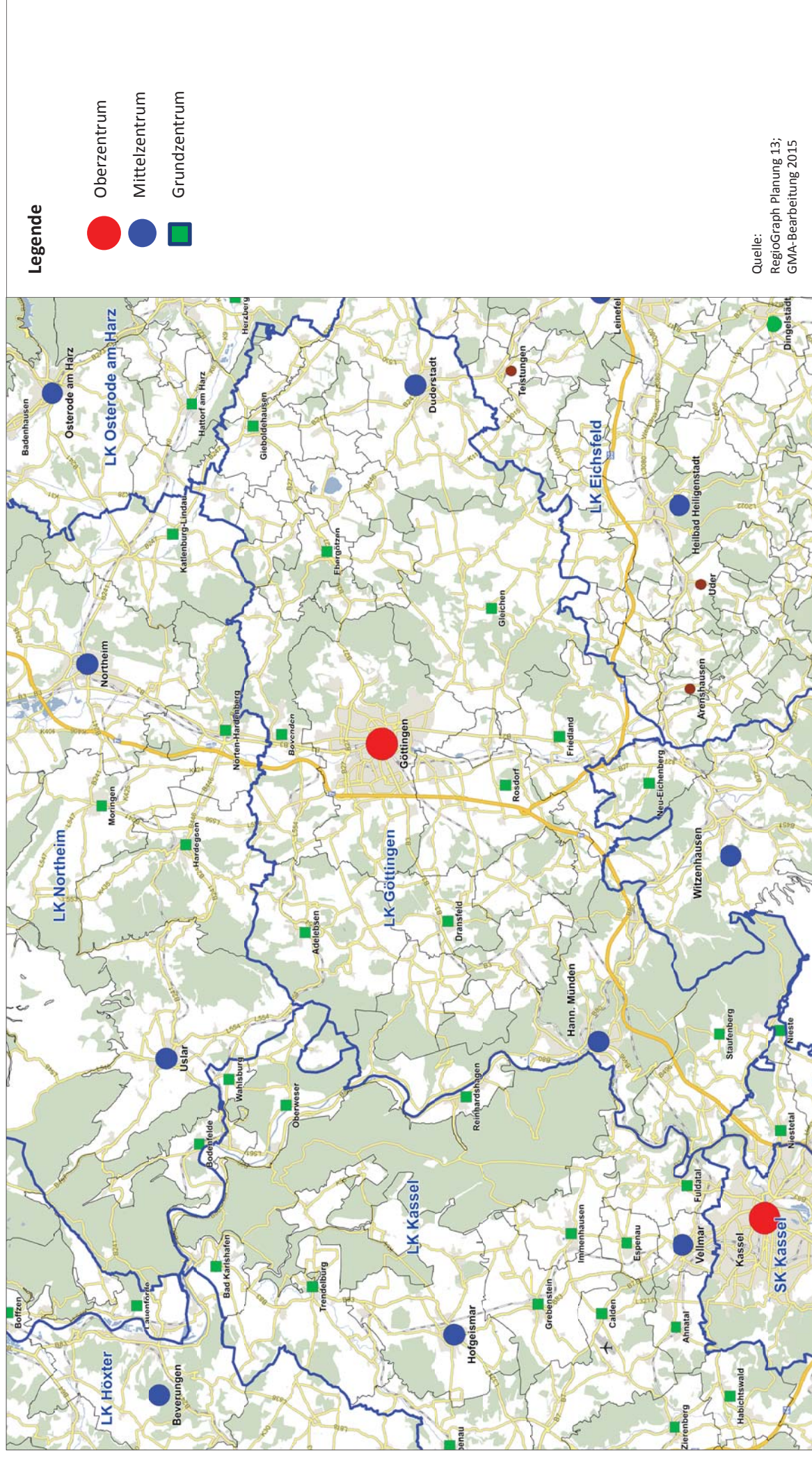
Die räumlich abgesetzten Stadtbezirke sowie das Umland Göttingens sind überwiegend dünn besiedelt und ländlich strukturiert. Im Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen ist die Stadt Göttingen als **Oberzentrum** ausgewiesen. Die nächstgelegenen Oberzentren sind das rd. 50 km entfernt südwestlich gelegene Kassel sowie das in rd. 90 km nördlich befindliche Hildesheim (vgl. Karte 1).

Die **verkehrliche Anbindung** Göttingens an das überregionale Verkehrsnetz erfolgt über die Bundesautobahn BAB 7 (Hannover – Kassel), welche das Stadtgebiet in Nord-Süd-Richtung durchquert und über zwei Anschlussstellen im westlichen Stadtgebiet, „Göttingen“ sowie „Göttingen Nord“ erschlossen wird. Frühestens ab 2016 (ursprünglich geplant: 2013) soll die südlich von Göttingen gelegene Behelfsausfahrt in Mengershausen zur Anschlussstelle „Rosdorf“ ausgebaut werden⁵. Die wenige Kilometer südlich der Stadt verlaufende und Mitte / Ende des letzten Jahrzehnts fertiggestellte BAB 38 (Leipzig/Halle) bietet zudem eine gute Autobahnanbindung in Ost-West-Richtung. Durch die Bundesstraßen B 3 und B 27 verfügt Göttingen zusätzlich über eine gute Einbindung in das regionale Straßenverkehrsnetz. An den Schienenverkehr ist die Stadt mit dem Göttinger Hauptbahnhof, welchen zahlreiche ICE/IC-Strecken sowie Verbindungen des Regionalverkehrs passieren, sehr gut angebunden. Innerörtlich wird Göttingen durch ein ÖPNV-Netz mit 16 Buslinien erschlossen.

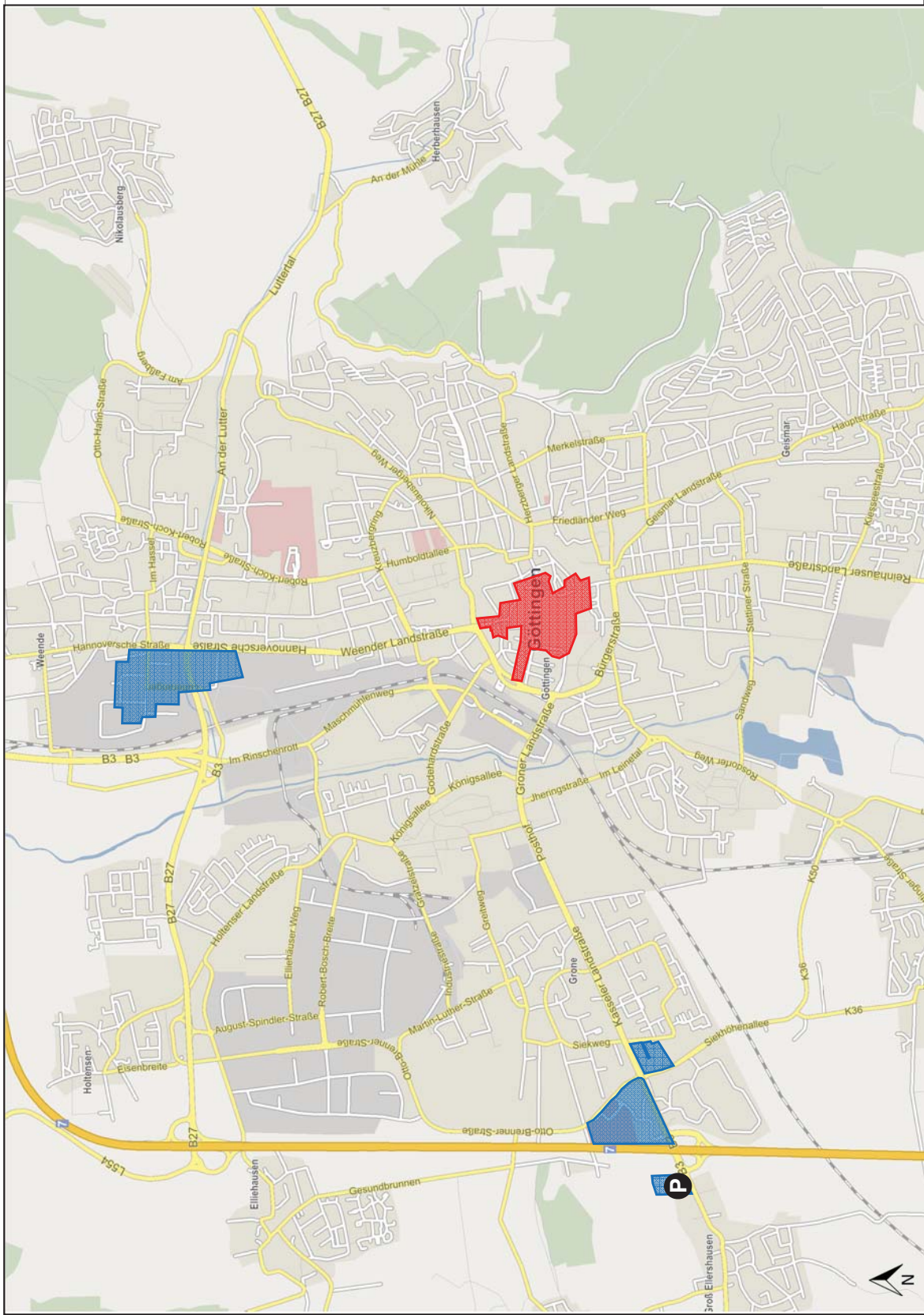
⁴ Quelle: Stadt Göttingen, Referat Statistik und Wahlen, Stand 06.2014.

⁵ Quelle: Göttinger Tageblatt vom 12.01.2014

Karte 1: Lage und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum



Karte 2: Zentraler Versorgungsbereich und Sonderstandorte in Göttingen



Der bedeutendste Standort für den **Einzelhandel** in Göttingen ist die Innenstadt, die einen vergleichsweise dichten Handelsbesatz mit einem breiten und tief gefächerten Angebotsmix verschiedener Bedarfsstufen aufweist. Sie ist im Einzelhandelskonzept als stadtweit einziger zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen (vgl. Karte 2). Daneben bestehen an zwei autoorientierten Sonderstandorten, „West“ (Kauf Park Göttingen) im westlichen Stadtgebiet sowie „Lutteranger“ im Norden, weitere Einzelhandelsagglomerationen mit zahlreichen Lebensmittelanbietern und Fachmärkten (u. a. real, OBI). Darüber hinaus existieren gemäß des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Göttingen eine Vielzahl von Nahversorgungsstandorten, die der Grundversorgung der Bevölkerung in den Stadtbezirken dienen, sowie weitere solitär gelegene Einzelhandelsbetriebe.

3.2 Der Mikrostandort an der B 3 / Dransfelder Straße

Der Planstandort für das XXXL-Einrichtungshaus und den POCO-Einrichtungsmarkt befindet sich in dem im westlichen Stadtgebiet gelegenen Stadtteil Grone. Der verkehrsorientiert westlich der BAB 7 an der B 3 / Dransfelder Straße situierte Mikrostandort liegt im Geltungsbereich des zu ändernden Bebauungsplans Göttingen-Grone Nr. 36 „Am Talsgraben“, der momentan ein nicht realisiertes Gewerbegebiet vorsieht. Verkehrlich ist der Standort sehr gut erreichbar sowie optimal einsehbar und wird aktuell noch als landwirtschaftliche Fläche genutzt, die einst bereits für einen Cash and Carry-Markt vorgesehen war.

Das nach Norden hin abfallende Gelände der projektiven XXXL / POCO-Flächen befindet sich in rd. 4,2 km westlicher Distanz zum zentralen Versorgungsbereich „Innenstadt“. Nördlich schließen landwirtschaftlich genutzte Flächen an, im Osten verläuft die BAB 7 auf einem Autobahndamm. Jenseits der Autobahn schließt der Kauf Park Göttingen an, mit der Jet Tankstelle, Burger King, Formula Wash und Junited Autoglas entlang der B 3. Weiter östlich befinden sich weitere Einzelhandelsnutzungen (u. a. Helten Design Depot, Wohnstudio Böning, Küche Total, Sconto SB Möbel, Dänisches Bettenlager). Südlich des Planstandortes befinden sich die Autobahnauffahrt in Richtung Süden sowie das Göttinger Tageblatt. Westlich schließen das Freizeit Inn Hotel sowie ABB Automation Products GmbH an. Hinter dem Gelände von ABB befindet sich das Zentrallager von Sconto SB Möbel. Somit ist das Standortumfeld sowohl durch gewerbliche Nutzungen als auch durch die Einkaufsfunktion des Sonderstandortes „West“ geprägt.

Gemäß dem Einzelhandelskonzept Göttingen, das vom Rat der Stadt im Februar 2014 beschlossen wurde, ist der Mikrostandort als Potenzialfläche für großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dem Sonderstandort „West“ zugeordnet und „als Vorrangstandort für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelssortimente in funktionaler Ergänzung zur Innenstadt zu betrachten“.

Karte 3: Mikrostandort Dransfelder Straße



Die Sonderstandorte sollen nach dem Einzelhandelskonzept hauptsächlich noch der Aufnahme von „beispielsweise Baumarkt- und Möbelanbietern dienen, die aufgrund ihres Flächenbedarfs nicht in der Innenstadt integriert werden können“⁶. Somit erscheint der Mikrostandort für die Etablierung von flächenbeanspruchenden, nicht-zentrenrelevanten Sortimenten geradezu prädestiniert, um gemeinsam mit dem östlich der BAB 7 situierten Kauf Park einen Schwerpunkt für den Möbel- / Versorgungseinkauf zu bilden.

3.3 Fazit der Standortbewertung

In der zusammenfassenden Bewertung des Planstandortes für ein XXXL-Einrichtungshaus und einen POCO-Einrichtungsmarkt sind folgende Faktoren festzuhalten:

Positive Standortfaktoren:

- + verkehrsgünstig gelegener Standort an der BAB 7 / B 3, sehr gut einsehbar
- + ausreichende Flächenverfügbarkeit für Einrichtungshaus und Einrichtungsmarkt sowie zugehörige Parkmöglichkeiten
- + Grundstück ist seitens des Einzelhandelskonzeptes als Potenzialfläche für großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dem Sonderstandort „West“ zugeordnet
- + Vorrangstandort für nicht-zentrenrelevante Einzelhandelssortimente in funktionaler Ergänzung zur Innenstadt
- + Erschließung liegt vor
- + Oberzentrum Göttingen als Standort für großflächigen Einzelhandel regionalplanerisch zulässig

Negative Standortfaktoren:

- Derzeit als Gewebegebiet ausgewiesen
- BAB 7 als städtebauliche Zäsur zum Kauf Park Göttingen

Unter **betrieblichen Aspekten** bestehen am Planstandort gute Standortrahmenbedingungen für das Planobjekt. Hier sind insbesondere die gute regionale Erreichbarkeit mit dem Pkw über die BAB 7 / B 3 sowie die vorhandene Erschließung und die Flächengröße zu nennen. Außerdem sind nennenswerte Synergieeffekte mit den anderen Anbietern am Sonderstandort „West“ (insb. Kauf Park Göttingen, u. a. real, OBI) zu erwarten.

⁶ Quelle: Kommunales Einzelhandelskonzept Göttingen, S. 97f

Unter **städtebaulichen Aspekten** handelt es sich um einen dezentralen Standort innerhalb eines bestehenden Sonderstandortes für Einzelhandel. Das direkte Umfeld wird landwirtschaftlich, gewerblich und einzelhändlerisch genutzt. Der Standort ist im Einzelhandelskonzept als Potenzialfläche für großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dargestellt. Damit stehen die Überlegungen der Stadt Göttingen im Geltungsbereich des Bebauungsplanes Göttingen-Grone Nr. 36 „Am Talsgraben“ einen Schwerpunkt für großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Randsortimenten zu etablieren, im Einklang mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept. Die entsprechende Verträglichkeit mit den bestehenden regionalen Einzelhandelsstrukturen ist fachgutachterlich aber erst noch nachzuweisen.

II. Beschreibung des Planobjektes XXXL-Einrichtungshaus und POCO-Einrichtungsmarkt

1. Allgemeine Strukturdaten der Möbelbranche

Die Angebotsstrukturen im Möbelsektor sind gegenwärtig durch eine besondere **Dynamik der Betriebsformen** sowie durch **Marktbereinigungsprozesse** gekennzeichnet. Der Kampf um Marktanteile nimmt weiter zu, so dass bereits eine beträchtliche Anzahl von Anbietern sukzessive aus dem Markt ausgeschieden ist oder von Konkurrenten übernommen wurde. Im Gegensatz zum Lebensmitteleinzelhandel oder der Elektrobranche ist der deutsche Möbeleinzelhandel dennoch stark segmentiert, so dass ein Ende der Marktbereinigung derzeit nicht absehbar ist. Diese Konzentrationstendenz geht in erster Linie zu Lasten derjenigen Betriebe, die der „unprofilierten Mitte“ zuzurechnen sind. Vom Markt verdrängt werden demnach hauptsächlich Anbieter mit einem Flächenangebot, das weder eine umfassende Darstellung des Möbel-Vollsortiments noch eine eindeutige Spezialisierung auf ein Möbelsegment erlaubt.

Die dynamischen Entwicklungen im Möbelbereich wurden durch ein **verändertes Kundenverhalten** ausgelöst bzw. begleitet. So erwarten die Kunden von großflächigen Einrichtungshäusern heute vor allem:

- /// die Darstellung eines breiten und tiefen Möbelkernsortiments und ergänzender Randsortimente
- /// umfassende Spezialangebote wie Küchen, Büromöbel, „Junges Wohnen“
- /// eine optisch ansprechende Präsentation des Angebots im jeweiligen Verwendungszusammenhang (entsprechend dem Trend zum Erlebniseinkauf)
- /// ergänzende gastronomische Einrichtungen und Serviceleistungen wie z. B. Kinderbetreuung.

Der Trend, ein **möglichst umfassendes Angebot** „unter einem Dach“ (Wohnkaufhaus) anzubieten, hat das Flächenwachstum in der Möbelbranche begünstigt. So werden bei Einrichtungshäusern erfahrungsgemäß Wohnzimmer, Polstermöbel, Esszimmer, Schlafzimmer, Jugend- und Kinderzimmer, Büromöbel, Küchenmöbel, Badmöbel, Gartenmöbel, sowie als mögliche Randsortimente Teppiche, Leuchten, Heimtextilien, Glas, Porzellan- und Keramikartikel, Haushaltswaren und Geschenkartikel angeboten. Weiteren Diversifizierungsbestrebungen wird durch die Einrichtung von Restaurants und Kundenserviceflächen Rechnung getragen. Zunehmend finden auch eigene Fachmarktangebote (z. B. Babyfachmärkte) in der strategischen Ausrichtung von Möbelhäusern Beachtung.

Bei den **Randsortimenten** des Möbelhandels ist außerhalb der Möbelangebote eine dynamische Entwicklung neuer, oft fachmarktorientierter Betriebstypen festzuhalten, so etwa Matratzenfachmärkte (z. B. Matratzen Concord), Teppich-, Heimtextilien- und Kleinmöbelfachmärkte (z. B. Dänisches Bettenlager). Insbesondere in den letzten Jahren sind darüber hinaus in innerstädtischen Einzelhandelslagen neue Betriebstypen im Haushaltswaren- / Heimdekorsektor anzutreffen, die z. T. als Fachgeschäfte, z. T. als Fachmärkte deutschlandweit expandieren (z. B. Depot, Nanu Nana, Xenos, Butlers).

Als Konsequenz der o. g. Entwicklungen zeigte sich in den vergangenen 10 Jahren bei Möbelanbietern ein **starkes Flächenwachstum**. Während bis Ende der 80er Jahre noch vorwiegend Betriebstypen zwischen 2.000 m² und 10.000 m² Verkaufsfläche realisiert wurden, eröffnen große Einrichtungs- und Wohnkaufhäuser seit Anfang der 90er Jahre größtenteils mit mehr als 30.000 m² Verkaufsfläche. Deren Zahl erhöhte sich sowohl durch Neubauten als auch durch Erweiterungen. Im Jahr 2012 zählte das Fachmagazin Möbelkultur 146 Möbelanbieter mit einer Verkaufsfläche von mindestens 25.000 m², darunter 42 Einrichtungshäuser mit einer Fläche von 40.000 m² VK oder mehr.⁷ Weitere Neubauten oder Erweiterungen sind bundesweit in Planung.

Tabelle 1: Flächenentwicklung der 30 größten Möbelhäuser in Deutschland 2001 – 2011

Jahr	Ø abs. m ² VK	Veränderung ggf. Vorjahr in %
2001	45.880	---
2003	46.480	+ 1,3
2005	46.880	+ 0,8
2007	47.630	+ 1,8
2009	48.060	+ 0,9
2011	48.560	+ 1,0

Quelle: EHI Möbelreport 2011; GMA-Berechnungen 2015

Die zunehmende Objektgröße von Einrichtungshäusern begünstigt **dezentrale Standorte**, so dass der Möbeleinzelhandel die innerörtlichen Zentren- und Streulagenstandorte verlässt und sich an autokundenorientierten Standorten etabliert, z. B. in Autobahn- oder Bundesstraßennähe am Ortsrand.

Insgesamt generierte der deutsche Möbeleinzelhandel im Jahr 2013 **Umsätze** von ca. 31,4 Mrd. €, wovon mehr als die Hälfte (rd. 58 %) auf die 30 größten Händler entfielen. Rund 23 % der Umsätze werden nicht vom Möbelfacheinzelhandel, sondern von anderen Vertriebskonzepten erzielt (Versandhandel, Büroustatter, Baumärkte, Direktabsatz / Handwerker, Großhandel, sons-

⁷

Quelle: Möbelkultur: Möbelhandel 2014, Holzmann-Verlag, Hamburg 2013.

tige branchenfremde Anbieter). Besonders der Versand- bzw. Internethandel konnte in den letzten Jahren Umsatzzuwächse verzeichnen. Die Umsätze im Möbelfacheinzelhandel und auch die meisten branchenfremden Anbieter weisen eher eine stagnierende Entwicklung auf.⁸

2. Sortimentsstruktur größerer Anbieter

In den vergangenen Jahren und Jahrzehnten war im Möbeleinzelhandel ein erheblicher Konzentrationsprozess zu verzeichnen, der mit einer Ausdehnung von Verkaufsflächen an dezentralen Standorten einherging. Der Möbeleinzelhandel zog sich aus innerstädtischen Einkaufslagen zurück und bevorzugt heute verkehrlich gut angebundene Standorte (meist in der Nähe von Autobahnen), an denen vergleichsweise preisgünstige Flächen für die geplanten Einrichtungshäuser mit einer angemessenen Zahl meist ebenerdiger Parkplätze zur Verfügung stehen.

Übersicht 1: Typische Sortimente eines Einrichtungshauses

Möbelkernsortiment	i. d. R. zentrenrelevante Randsortimente	i. d. R. nicht zentrenrelevante Randsortimente
– Wohnzimmer – Polstermöbel – Esszimmer – Schlafzimmer – Jugend- und Kinderzimmer – Büromöbel – Küchenmöbel – Badmöbel – Gartenmöbel	– Kunstgewerbe – Bilder / Kunstgegenstände – Glas / Porzellan / Keramik – Haushaltswaren / Küchenbedarf – Elektrokleingeräte – Bettwaren – Haus- und Heimtextilien / Tischwäsche / Gardinen-zubehör etc.	– Elektrogroßgeräte – Beleuchtungskörper und –zubehör, Leuchtmittel – Farben / Lacke / Tapeten – Teppiche / Teppichböden / harte Fußböden – Fliesen / Sanitär / Keramik – Pflanzen

GMA-Zusammenstellung 2014

In der Einzelhandelslandschaft ist einerseits unbestritten, dass Möbel als nicht zentrenrelevantes Sortiment für solche Standorte geeignet sind, andererseits wird der Umfang der von den Einrichtungshäusern gewünschten Randsortimente mit teilweise zentrenrelevanten Sortimenten vielerorts kontrovers diskutiert.⁹

⁸ Quelle: Möbelkultur 7/2013, Holzmann-Verlag, Hamburg 2013

⁹ Entsprechend weisen viele landesplanerische und raumordnerische Regelwerke, wie Landesentwicklungspläne oder Einzelhandelserlasse, Einschränkungen der zentrenrelevanten Randsortimente für Möbelhäuser mit einem nicht zentrenrelevanten Kernsortiment auf.

3. Konsequenzen des Verkaufsflächenwachstums für die Wettbewerbsentwicklung

Als abschließende Konsequenzen des Verkaufsflächenwachstums für die Wettbewerbsentwicklung kann festgehalten werden:

- /// Zukünftig werden großformatige Möbelhäuser in der Größenordnung von 40.000 m² den Wettbewerb dominieren.
- /// Klein- und mittelformatige Möbelhäuser in der Größenklasse bis 20.000 m² müssen sich stärker spezialisieren, wobei nur ein Teil der Anbieter mehrere Konzepte für eine mögliche Spezialisierung aufweist.¹⁰
- /// Insbesondere mittelgroße Häuser um 20.000 m² geraten in eine „stuck-in-the-middle“-Position: Für moderne Einrichtungshäuser mit breiter Angebotspalette sind sie zu klein, für spezialisierte Angebote zu groß.
- /// Weitere Konzepte für klein- und mittelflächige Möbelhäuser sind Mitnahme- und Discountmärkte, die sich auf das untere Preissegment spezialisieren.
- /// Hochspezialisierte Anbieter mit hoher Fachkompetenz (z. B. Spezialanbieter für Gartenmöbel o. ä.) benötigen lediglich Flächen bis 5.000 m².

4. Die speziellen Daten des Vorhabens

4.1 Projektkonzeption XXXL-Einrichtungshaus

Die aus Österreich stammende XXXL-Gruppe (ca. 2,9 Mrd. € Umsatz im Jahr 2014¹¹) betreibt in Deutschland derzeit 33 Einrichtungshäuser unter der Marke XXXL, außerdem 27 Mömax-Märkte. In Deutschland sind XXXL-Einrichtungshäuser hauptsächlich in Bayern, Baden-Württemberg und im Rhein-Main-Gebiet zu finden, jedoch auch in Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen und Mecklenburg-Vorpommern. Die zu Göttingen nächstgelegene Filiale von XXXLutz befindet sich in Braunschweig. Das Kernsortiment der XXXL Möbelhäuser umfasst ca. 35.000 Artikel. Zusätzlich zu Möbeln gehören auch Heimtextilien, Vorhänge, Babyartikel, Leuchten, Bodenbeläge, Orientteppiche, Geschenkartikel, Haushaltswaren und Wohnaccessoires zum Sortiment.

Am Planstandort in Göttingen ist ein XXXL-Einrichtungshaus mit ca. 27.000 m² VK vorgesehen. Der Baukörper soll im 90°-Winkel zu dem geplanten POCO-Einrichtungsmarkt stehen, zwischen den Baukörpern sollen 292 ebenerdige Stellplätze und 253 weitere Stellplätze in einer Tiefgarage entstehen, die gemeinsam genutzt werden. Die Zufahrt erfolgt über die Straße An der Springmühle (vgl. Karte 4).

¹⁰ So tritt z. B. die Fa. IKEA bundesweit mit dem gleichen Katalog und identischem Sortiment an. Die Fa. Segmüller verfügt über die Angebotsoptionen eines Vollsortimenters an dezentralen Standorten und eines Polstermöbelhaus in innerstädtischen Lagen, XXXLutz hat neben dem klassischen Möbelhaus auch noch das Format Mömax (SB-Markt) im Angebotsportfolio.

¹¹ Quelle: Unternehmensbroschüre der XXXL Gruppe (Facts XXXLutz Group)

4.2 Sortimentskonzeption XXXL-Einrichtungshaus

Für das XXXL-Einrichtungshaus sind max. 10 % der Verkaufsflächen für zentrenrelevante Randsortimente vorgesehen (bei 27.000 m² Gesamt-VK = max. 2.700 m²). Für das Vorhaben werden die von der XXXLutz-Gruppe übersandten sortimentspezifischen, typischen Flächenkonzepte zugrunde gelegt, die Prüfung erfolgt betreiberabhängig und geht für den Betreiber XXXL von folgenden Teilflächen für die Sortimente aus:

Tabelle 2: XXXL-Einrichtungshaus (Σ zentrenrelevante Randsortimente: 2.700 m² VK)

Daten	Verkaufsfläche		Zentrenrelevanz
	in m ²	in %	
Möbelkernsortiment / nicht-zentrenrelevante Randsortimente	24.300	90,0	nzr
Möbel, Bettwaren / Matratzen	21.060	78,0	nzr
Lampen, Leuchten	1.620	6,0	nzr
Teppiche / Bodenbeläge, Teppichböden	1.620	6,0	nzr
Zentrenrelevante Randsortimente	2.700	10,0	zr
Elektrokleingeräte und Zubehör	1.375	5,1	zr
Glas, Porzellan, Feinkeramik			
Haushaltswaren, Schneidwaren und Bestecke			
Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen			
Heimtextilien ¹² , Dekostoffe, Gardinen	1.150	4,3	zr
Haus,- Bett- und Tischwäsche			
sonstige zentrenrelevante Sortimente ¹³	175	0,6	zr
Summe	27.000	100,0	nzr / zr

Sortimente und Zentrenrelevanz entsprechend kommunalem Einzelhandelskonzept Göttingen

nzr = nicht zentrenrelevant

zr = zentrenrelevant

Quelle: Angaben XXXL

4.3 Projektkonzeption POCO-Einrichtungsmarkt

Die 1972 in Harste als Teppich Domäne Harste gegründete POCO Einrichtungsmärkte GmbH (ca. 1,2 Mrd. € Umsatz im Jahr 2012¹⁴) betreibt in Deutschland derzeit 106 Einrichtungsmärkte unter der Marke POCO (vormals POCO und Domäne, später POCO Domäne, seit 2012 POCO). Seit 2005 ist die XXXLutz-Gruppe Mehrheitseigentümer von POCO. Die größte Filialdichte weist POCO traditionell in Nordrhein-Westfalen auf, das Unternehmen agiert jedoch bundesweit. Die zu Göttingen nächstgelegenen Filialen von POCO befinden sich in Kassel und Nordhausen. Zusätzlich zu

¹² Die Teilsortimente: Duschvorhänge, Bettwäsche, Leintücher, Polster, Tischwäsche, Geschirrtuch, Frottee, Bademäntel

¹³ Sortiment „Baby“ enthält Haushaltswaren (Plastik), Heimtextilien, Bettwaren, Kinderbekleidung, Spielwaren, Sicherheit (Kindersitze)

¹⁴ Quelle: Homepage des Unternehmens (www.poco.de/unternehmen)

Möbeln und Küchen gehören Haushaltswaren, Heimtextilien, Farben, Tapeten, Teppichböden, Teppiche und Elektroartikel sowie Geschenkartikel zum Sortiment. Neben Markenartikeln bietet POCO besonders günstige Eigenmarken an. Am Planstandort in Göttingen ist ein POCO-Einrichtungsmarkt mit ca. 6.000 m² VK vorgesehen. Der Baukörper soll im 90°- Winkel zu dem geplanten XXXL-Einrichtungshaus stehen, zwischen den Baukörpern sollen die gemeinsam genutzten Stellplätze entstehen.

4.4 Sortimentskonzeption POCO-Einrichtungsmarkt

Für den POCO-Einrichtungsmarkt sind ebenfalls max. 10 % der Verkaufsflächen für zentrenrelevante Randsortimente vorgesehen (bei 6.000 m² Gesamt-VK = max. 600 m²). Für das Vorhaben werden die vom Betreiber übersandten sortimentspezifischen, typischen Flächenkonzepte zugrunde gelegt, die Prüfung erfolgt betreiberabhängig und geht für den Betreiber POCO von folgenden Teilflächen für die Sortimente aus:

Tabelle 3: POCO-Einrichtungsmarkt (Σ zentrenrelevante Randsortimente: 600 m² VK)

Daten	Verkaufsfläche		Zentrenrelevanz
	in m ²	in %	
Möbelkernsortiment / nicht-zentrenrelevante Randsortimente	5.400	90,0	nzr
Möbel, Bettwaren / Matratzen	3.600	60,0	nzr
Lampen, Leuchten	380	6,3	nzr
Teppiche / Bodenbeläge, Teppichböden	840	14,0	nzr
Baumarktsortimente*	580	9,7	nzr
Zentrenrelevante Randsortimente	600	10,0	nzr
Elektrokleingeräte und Zubehör	290	4,8	zr
Glas, Porzellan, Feinkeramik			
Haushaltswaren, Schneidwaren und Bestecke			
Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen			
Heimtextilien ¹⁵ , Dekostoffe, Gardinen	310	5,2	zr
Haus,- Bett- und Tischwäsche			
Summe	6.000	100,0	nzr / zr

Sortimente und Zentrenrelevanz entsprechend kommunalem Einzelhandelskonzept Göttingen

nzr = nicht zentrenrelevant

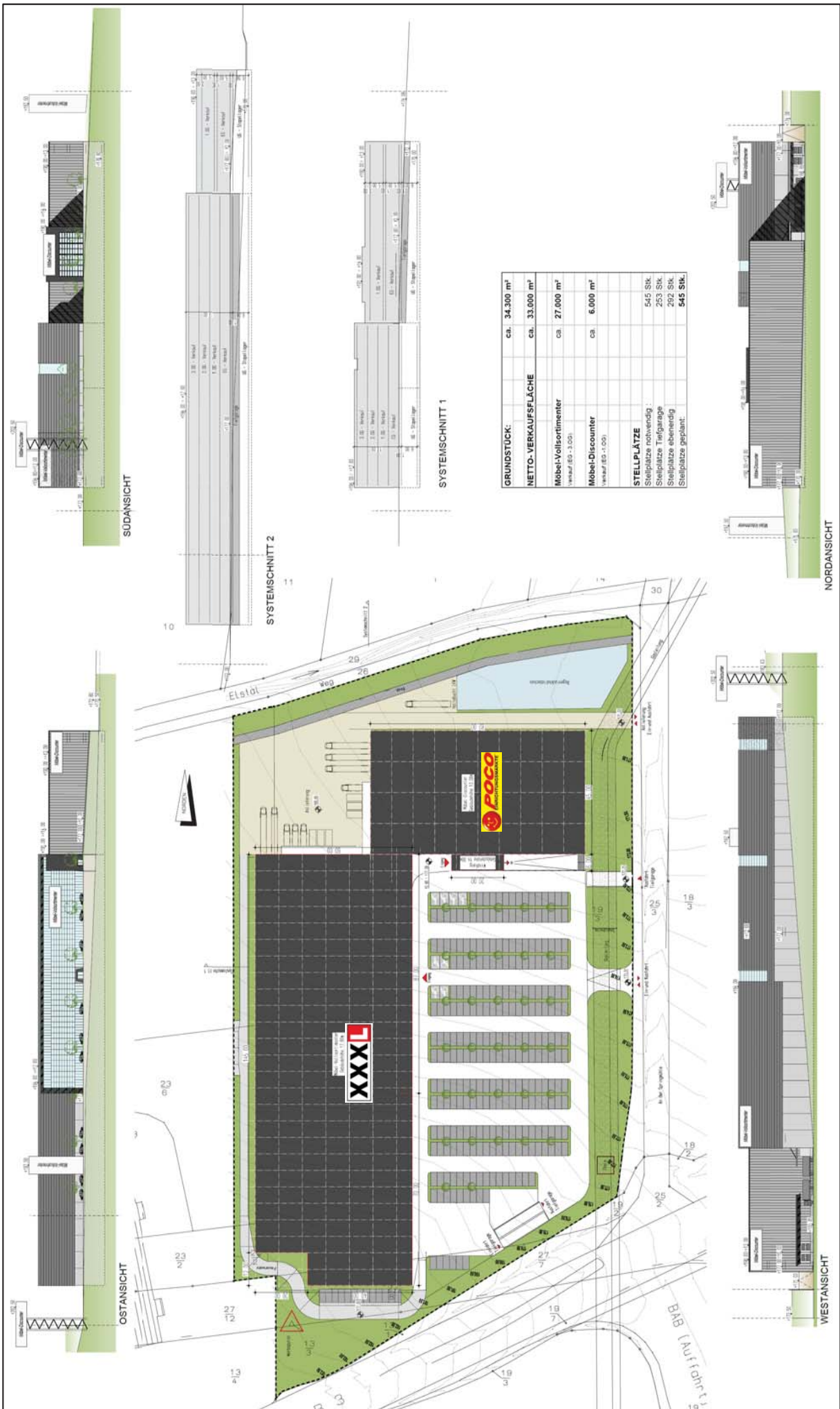
zr = zentrenrelevant

Quelle: Angaben POCO Möbel

*= Tapeten, Farben, Lacke, Werkzeug, Sanitärartikel, tlw. Aktionsware (Renovierungswochen)

¹⁵ Die Teilsortimente: Duschvorhänge, Bettwäsche, Leintücher, Polster, Tischwäsche, Geschirrtuch, Frottee, Bademäntel

Karte 4: Projektkonzeption XXXL und POCO in Göttingen



Insgesamt beläuft sich die Verkaufsfläche für das Vorhaben (XXXL-Einrichtungshaus: 27.000 m² VK + POCO Einrichtungsmarkt: 6.000 m² VK) auf ca. 33.000 m² VK. Von der Gesamtverkaufsfläche entfallen rd. 29.700 m² Verkaufsfläche auf nicht-zentrenrelevante Sortimente (90 %); hier sind insbesondere das Kernsortiment Möbel sowie Teppiche und Lampen / Leuchten anzuführen. Zu den **sonstigen nicht-zentrenrelevanten Sortimenten** zählen Kleinflächen, auf denen u. a. Baumarktsortimente bei POCO (Farben, Lacke, Werkzeug auf ca. 580 m² VK) oder Gartenmöbel (saisonal) geführt werden.

Zu den **zentrenrelevanten Sortimenten** des Vorhabens zählen – wie heute in den meisten Einrichtungshäusern üblich – v. a. Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Feinkeramik, Bilder und Bilderahmen¹⁶, sowie Heimtextilien, Haus-, Bett- und Tischwäsche. In sehr geringem Umfang sollen auch Elektrokleingeräte angeboten werden. Darüber hinaus plant XXXL auf ca. 175 m² das Angebot von Babyartikeln, insbesondere von Möbeln, Laufgittern, Hochstühlen, Kinderwagen, Autositzen und kleinteiligem Zubehör wie Babytextilien, Bettwäsche, Pflegeartikel sowie Spielwaren. Babyartikel werden auch in vielen anderen Möbelhäusern angeboten, die ein umfangreiches Angebot im Einrichtungssegment auch für Familien mit Babys und Kleinkindern anbieten wollen.¹⁷

Die Zuordnung der Sortimente hinsichtlich der Zentrenrelevanz erfolgte nach der Sortimentsliste des Einzelhandelskonzeptes Göttingen. Im Folgenden werden die größten Warengruppen im Plannobjekt auf ihre wettbewerblichen und städtebaulichen Auswirkungen hin geprüft, unabhängig von der Einstufung als zentrenrelevant bzw. nicht zentrenrelevant. Kleinere Verkaufsflächen, auf denen verschiedenste Sortimente zur Abrundung des Angebotsspektrums (u.a. Spielwaren, Farben, Elektrokleingeräte, Kindersitze, Baumarktartikel) vorgehalten werden, nehmen zusammen max. 755 m² VK ein (sonstige zentrenrelevante und nicht-zentrenrelevante Sortimente). Auf die Einzelsortimente entfallen dabei so geringe Verkaufsflächen, dass angesichts der weiträumigen Ausstrahlung des XXXL-Einrichtungshauses und des POCO-Einrichtungsmarktes (vgl. Kap. III) je Sortiment rechnerisch keine Auswirkungen nachweisbar sind.

¹⁶ im Folgenden mit HHW, GPK, Kunst abgekürzt

¹⁷ So führen u. a. auch Möbel Höffner, Möbel Kraft oder Segmüller größere Fachabteilungen rund ums Baby.

III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und planobjektrelevante Kaufkraft

1. Einzugsgebiet und Bevölkerung

Die Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet eines Einzelhandelsvorhabens stellen die wesentlichen Grundlagen für die wirtschaftliche Tragfähigkeit des Planobjektes und seine potenziellen Auswirkungen dar. Bei der Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebietes für das XXXL Einrichtungshaus und den POCO Einrichtungsmarkt wurden insbesondere folgende Aspekte berücksichtigt:

- /// die aufgrund der Größe und des Angebotes zu erwartende Attraktivität der Planobjekte
- /// die spezielle Lage und Verkehrsanbindung des Planstandortes an der BAB 7 / B 3 im regionalen Kontext
- /// die derzeitige Wettbewerbssituation im Möbel- und Einrichtungssektor im Umland
- /// die nächstgelegenen regionalen Einrichtungsschwerpunkte
- /// ausgewählte Zeit-Distanz-Werte (Erfahrungswerte)
- /// Intensität der Einkaufsbeziehungen (Kaufkraftströme).

Für ein XXXL Einrichtungshaus in der geplanten Größenordnung kann erfahrungsgemäß ein Einzugsgebiet von bis zu 45 Minuten Fahrzeit abgegrenzt werden. Dies entspricht einer Fahrzeit, die für Einkaufsfahrten im Möbele Einzelhandel in aller Regel zurückgelegt werden. Allerdings sind hier auch überregional wirksame Wettbewerbsstandorte zu berücksichtigen, welche das Einzugsgebiet begrenzen (u.a. IKEA und POCO in Kassel, Möbel Finke in Fuldabrück)

Unter diesen Prämissen wurde ein Einzugsgebiet abgegrenzt, das drei Zonen umfasst: Zone I beinhaltet die Stadt Göttingen, Zone II den zum Zeitpunkt der Gutachtenerstellung geplanten mittelzentralen Erreichbarkeitsraum (Entwurf zum LROP Niedersachsen, Stand Dezember 2014). Zone III erstreckt sich insbesondere nach Norden sowie an den Harzrand (Fahrzeitradius bis zu 45 Minuten) und wird im Süden durch den Möbele Einzelhandel im Raum Kassel / Fuldabrück begrenzt.

Übersicht 2: Einwohnerzahlen im Einzugsgebiet des Planobjektes XXXL / POCO

Zone	Städte / Landkreise	Einwohner
I	Göttingen	129.800
II	Bovenden, Dransfeld, Teile von Herdeggen, Nörten-Hardenberg, Waake, Gleichen, Friedland, Jühnde, Niemetal, Adelebsen	47.300
Summe Kerneinzugsgebiet		177.100
III	Teile der Landkreise Göttingen, Northeim, Osterode am Harz, Eichsfeld, Kassel, Werra-Meißner-Kreis	342.100
Summe Nah- und Ferneinzugsgebiet		519.200

Quelle: Statistische Landesämter Niedersachsen; Hessen, Stand 12 / 2013; Stadt Göttingen, Referat Statistik und Wahlen, Stand 06.2014. GMA-Zusammenstellung 2015

Insgesamt leben im Einzugsgebiet derzeit knapp 519.200 Einwohner. Hiervon entfallen rd. 34 % auf das Kerneinzugsgebiet (Zonen I und II) und ca. 66 % auf das Nah- und Ferneinzugsgebiet (Zone III). Das Einzugsgebiet entspricht somit insgesamt in seiner Ausdehnung nahezu vollständig dem im Einzelhandelskonzept Göttingen 2013 dargestellten Einzugsgebiet für den Göttinger Einzelhandel¹⁸.

Angesichts der guten verkehrlichen Verbindungen im Raum Göttingen sowie der Pendlerverflechtungen ist jedoch auch davon auszugehen, dass der Standort von XXXL / POCO in Göttingen auch Umsätze durch Kunden erzielen kann, die außerhalb des so abgegrenzten Einzugsgebietes (Harz, Nordharz, Thüringen, Raum Kassel) leben. Diese werden im Folgenden im Rahmen von Streuumsätzen berücksichtigt.

2. Die Kaufkraft im Einzugsgebiet des Vorhabens

Zur Berechnung der projektrelevanten Kaufkraft des Einrichtungshauses und des Einrichtungsmarktes sind die Nachfragepotenziale in den relevanten Sortimenten und Warengruppen im Planobjekt XXXL Einrichtungshaus und POCO Einrichtungsmarkt zu bewerten. Die Kaufkraftpotenziale errechnen sich aus den durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben gewichtet mit regionalen Kaufkraftkoeffizienten.¹⁹ Für die bei XXXL und POCO vorgesehenen untersuchungsrelevanten Sortimente wird eine jährliche Pro-Kopf-Ausgabe in Höhe von ca. 632 € angesetzt.

Unter Zugrundelegung der projektspezifischen Ausgabewerte, der Einwohnerzahlen zum 31.12.2013 / 30.06.2014 im Einzugsgebiet sowie der teils deutlich unter dem Bundesdurchschnitt liegenden regionalen Kaufkraftkoeffizienten ist im Einzugsgebiet derzeit ein projektrelevantes Kaufkraftvolumen von ca. 318 Mio. € vorhanden (vgl. Tabelle 4), das sich wie folgt auf die Zonen des Einzugsgebietes verteilt.

¹⁸ vgl. kommunales Einzelhandelskonzept Göttingen, S. 20
¹⁹ Quelle Kaufkraftkennziffern: MB Research 2014.

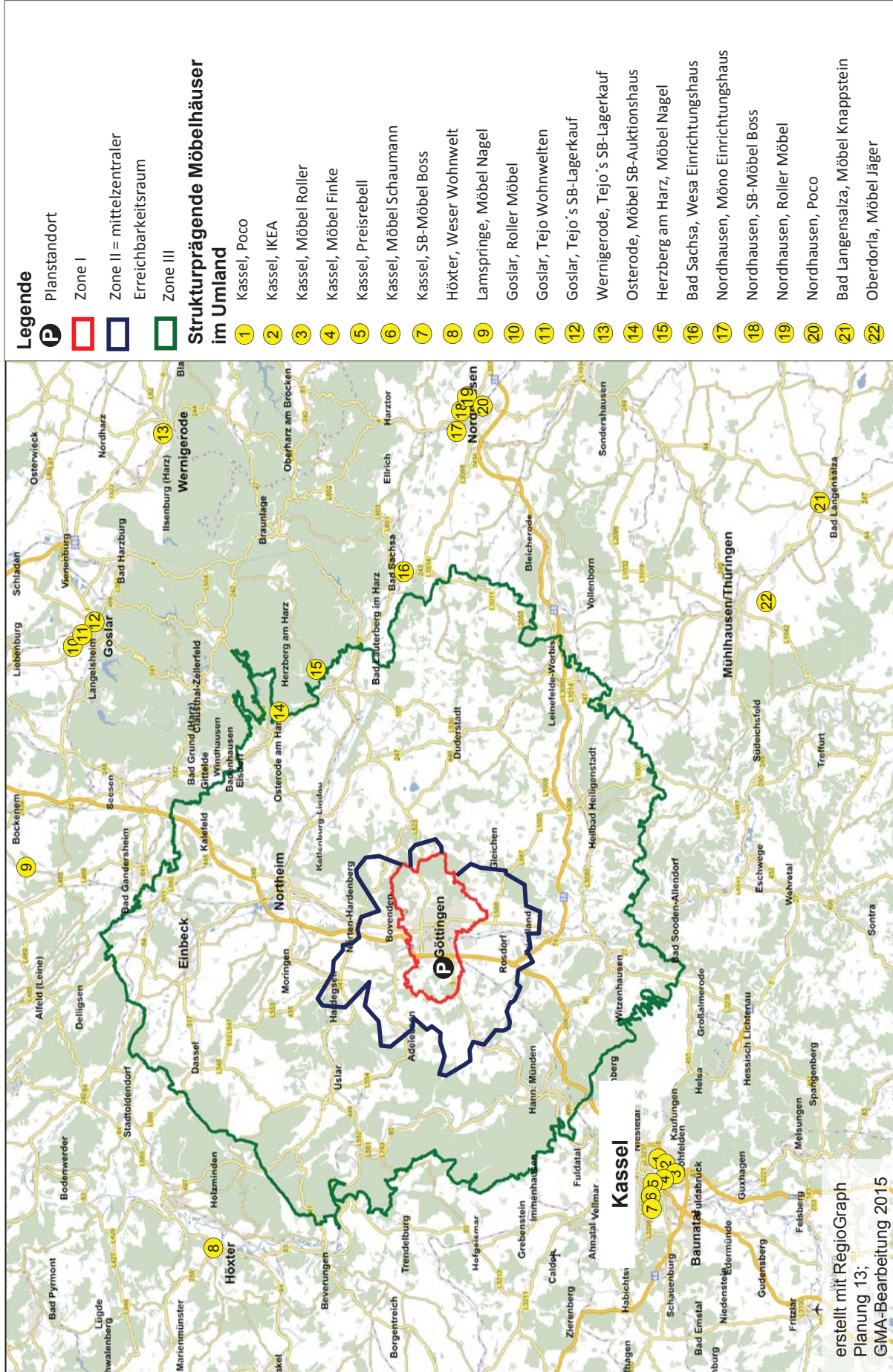
Tabelle 4: Die projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet

	Zone I	Zone II	Zone III	Summe Einzugs- gebiet in Mio. €
Möbel, Bettwaren / Matratzen	48,1	17,4	117,7	183,2
Teppiche	6,6	2,4	16,2	25,2
Lampen und Leuchten, Leuchtmittel	5,0	1,8	12,3	19,1
GPK*, Haushaltswaren, Bilder	12,9	4,7	31,7	49,3
Heimtextilien, Gardinen, Haus,- Bett- und Tischwäsche	10,8	3,9	26,5	41,3
Summe	83,4	30,2	204,4	318,0

*: GPK: Glas, Porzellan, (Fein-) Keramik

GMA 2014

Karte 5: Einzugsgebiet Göttingen mit begrenzenden Wettbewerbsstrukturen



IV. Die planobjektrelevante Angebotssituation im Einzugsgebiet

1. Methodik und Umfang der Wettbewerbsaufnahme

Zur Bewertung der potenziellen wettbewerblichen sowie städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen hat die GMA im November 2014 eine intensive Vor-Ort-Erhebung in Göttingen sowie in den nächstgelegenen Mittelzentren des Einzugsgebietes, Duderstadt, Einbeck, Hann. Münden und Northeim, durchgeführt. **Im Juli 2016 wurde auch Witzenhausen eingehend betrachtet.** Außerdem wurden alle strukturprägenden Wettbewerber (Möbelanbieter ab 2.000 m² VK) im Untersuchungsraum erhoben²⁰.

- /// In der Zone I des Einzugsgebietes (Kerneinzugsgebiet) wurden sowohl großflächige Wettbewerber als auch klein- und mittelflächige Fachgeschäfte und Fachmärkte erfasst.
- /// In den Zonen II und III wurden die wesentlichen großflächigen Möbelhäuser und Randsortimentsanbieter wie Baumärkte oder Warenhäuser in den Mittel- sowie strukturprägende Möbelhäuser in Grundzentren sowie nicht-zentralen Standorten berücksichtigt. In den nächstgelegenen Mittelzentren wurden in den zentralen Versorgungsbereichen sämtliche Betriebe mit relevanten Sortimenten erfasst. Auf eine detaillierte Erfassung der zentrenrelevanten Sortimente in den zentralen Versorgungsbereichen auf Ebenen unterhalb der Mittelzentren wurde verzichtet, da hier aufgrund der ausgeprägten Versorgungsfunktionen der Mittel- und Oberzentren generell mit deutlich geringeren Umsatzumverteilungswirkungen als in den nahegelegenen Mittelzentren zu rechnen ist. Grundzentren haben Angebotsschwerpunkt i. d. R. im täglichen Bedarf (v. a. Lebensmittel).
- /// Bei der Bewertung der Angebotssituation in den betrachteten Zentralen Versorgungsbereichen wurde die Zentrenhierarchie und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche der jeweiligen kommunalen Einzelhandelskonzepte (sofern vorhanden) zu Grunde gelegt.

Die **Umsatzermittlung** erfolgte auf Basis von standort- und betriebstypen- / betreiberspezifischen Flächenproduktivitäten (Bruttoumsatz je m² VK) sowie, sofern vorhanden, unter Berücksichtigung der Ergebnisse der kommunalen Einzelhandelskonzepte.

²⁰ In Göttingen sowie in den nächstgelegenen Mittelzentren des Einzugsgebietes, Duderstadt, Einbeck, Hann. Münden und Northeim, wurde in den zentralen Versorgungsbereichen eine Vollerhebung der projektrelevanten Verkaufsflächen durchgeführt. Außerdem wurden alle projektrelevanten Angebote bei den wesentlichen großflächigen Möbelhäusern und Randsortimentsanbietern wie Baumärkten oder Warenhäusern in den Mittelzentren sowie in strukturprägenden Möbelhäusern in Klein- und Unterzentren berücksichtigt.

Zur Bewertung potenzieller städtebaulicher Auswirkungen insbesondere in den Innenstädten der Mittelzentren ist die Lageverteilung der Angebote im Einrichtungssektor zu berücksichtigen. Tabellen 5 und 6 stellen die Verkaufsflächenverteilung in den Zonen I sowie II und III nach Sortiment und Lage dar. Dabei wurden folgende Kategorien gebildet:

- „Zentrale Versorgungsbereiche“ gemäß kommunalen Einzelhandelskonzepten
- Die Kategorie „Sonstige Lagen“ umfasst sowohl Betriebe in Streulagen, d. h. Einzelbetriebe in einer städtebaulichen Integration mit Wohnumfeld, die sich jedoch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche befinden, als auch Betriebe in dezentralen Lagen, die oft in Gewerbe- bzw. Sondergebieten anzutreffen sind.

Die nachfolgenden Tabellen, Übersichten sowie Karten geben einen Überblick über die wesentlichen projektrelevanten Anbieter.

2. Die Angebotssituation im Einzugsgebiet

2.1 Die projektrelevante Angebotssituation in Zone I

Im Folgenden wird die planobjektrelevante Angebotssituation in Göttingen (Zone I) für das Möbelkernsortiment sowie die sonstigen Sortimente dargelegt. Übersicht 3 gibt einen Gesamtüberblick über die größten Anbieter im Möbelkernsortiment und bei sonstigen Sortimenten, die als wesentliche Wettbewerber für das Planobjekt XXXL / POCO gesehen werden können²¹. In Tabelle 5 sind die Verkaufsflächen nach Sortimenten und Lagen dargestellt.

In Zone I des abgegrenzten Einzugsgebietes, welche die Stadt Göttingen umfasst, ist aktuell eine **Möbelverkaufsfläche** von rd. **49.000 m²** vorhanden.²² Hier wird nach gutachterlicher Ermittlung ein Umsatz von rd. **69 – 71 Mio. €** erzielt. Als wesentliche Angebotsstandorte in Göttingen sind im Bereich Lutteranger neben Möbel Jäger das Bono Möbel- und Einrichtungshaus, Möbel Boss, Pick & Pay (ebenfalls Bono) und der Bono Küchenmarkt zu nennen. Außerdem ist Sconto Möbel Sofort am Kauf Park Göttingen zu erwähnen. In der Innenstadt ist außerdem auf das Einrichtungshaus Günther (< 2.000 m² VK) hinzuweisen.

Bei den Randsortimenten sind folgende Angebotsstrukturen zusammenzufassen:

²¹ Aus Gründen der Übersichtlichkeit wurden im Möbelkernsortiment nur Betriebe ab einer Verkaufsflächenengröße von ca. 2.000 m² aufgeführt; bei sonstigen Sortimenten Betriebe ab ca. 800 m² VK (Großflächigkeit). Allerdings wurden sämtliche klein-, mittel- und großflächige Anbieter erfasst

²² Reine Möbelverkaufsfläche (ohne Randsortimente); die Randsortimente der Möbelhäuser wurden bereits bereinigt.

- Im Sortimentsbereich **Teppiche** (lose Ware) sind in Göttingen nur sehr wenige Anbieter zu identifizieren. Neben den Möbelanbietern werden Teppiche bei OBI im Kauf Park Göttingen geführt. Insgesamt wurde in Zone I bei Teppichen eine Verkaufsfläche von 500 m² erfasst, auf der < 1,0 Mio. € Umsatz erzielt werden.
- Im Sortimentsbereich **Haushaltswaren, GPK, Bilder und Rahmen** sind in Göttingen aktuell rund 10.200 m² Verkaufsfläche vorhanden, die Umsatzleistung beläuft sich auf rd. 30 – 31 Mio. €. In diesem Segment ist als flächenmäßig größter Anbieter das Karstadt Warenhaus zu nennen. Darüber hinaus führen insbesondere auch die Möbelhäuser gerade im Bereich Dekorationsartikel, Kunstgewerbe sowie in Teilen auch bei Geschirr und Bestecken größere Angebote. Weitere Angebotsschwerpunkte liegen mit OBI und das Depot im Kauf Park Göttingen. Im Niedrigpreissektor nehmen heute auch die SB-Warenhäuser (z. B. real,- im Kauf Park und Große Breite) sowie auch in Teilen Sonderpostenmärkte und Nonfood-Discounter (z. B. T€Di) eine wichtige Rolle ein, sind jedoch im Hinblick auf die Wettbewerbssituation mit XXXL und POCO als eher nachrangig zu bezeichnen.
- Im Sortimentsbereich **Heimtextilien** waren zum Zeitpunkt der Erhebungen in Göttingen rd. 5.400 m² Verkaufsfläche anzutreffen; die Umsatzleistung beläuft sich auf etwa 9 - 11 Mio. €. Hier ist neben den Möbelhäusern und dem Karstadt Warenhaus auf verschiedene Bettenfachgeschäfte / -fachmärkte hinzuweisen, die neben Möbeln, Matratzen und Bettdecken / -kissen auch Bettbezüge und Bettwäsche führen (z. B. Betten Heller, Dänisches Bettenlager). Außerdem finden sich Heimtextilien in weiteren Fachmärkten, wie Alfatex Stoffland, Matratzen Concord und das Depot.
- Im Sortimentsbereich **Leuchten** wurde in Göttingen eine Gesamtverkaufsfläche von knapp 2.600 m² erfasst, auf der ein Umsatz von rd. 6 – 7 Mio. € erwirtschaftet wird. Als flächengrößte Anbieter sind hier wieder die Möbelhäuser (insb. Bono, Möbel Jäger) zu nennen, hinzu kommt ein relativ umfangreiches Angebot bei OBI.

Bei Analyse von Tabelle 3 wird deutlich, dass insbesondere im **Möbelkernsortiment, bei Leuchten sowie Teppichen** bereits heute zwischen 94 – 96 % der Verkaufsfläche in Zone I schwerpunktmäßig an dezentralen Standorten ansässig ist. Auch bei den zentrenrelevanten Sortimenten weisen die dezentralen Standorte (insb. Möbelanbieter im Bereich Lutteranger) mit 56 – 67 % der Verkaufsflächen den Großteil der Verkaufsflächen auf. Einzig bei GPK, Haushaltswaren, Bilder (43,8 %) sowie bei Heimtextilien, Gardinen, Haus,- Bett- und Tischwäsche (32,3 %) sind im Göttinger zentralen Versorgungsbereich (Innenstadt) nennenswerte Flächenbeanspruchungen zu erkennen.

Tabelle 5: Verkaufsflächen nach Sortimente und Lage in Zone I

Sortiment	Zentraler Versorgungsbereich		sonstige Lagen		Summe Verkaufsfläche in m²
	in m²	in %	in m²	in %	
Möbel, Bettwaren / Matratzen	2.280	4,7	46.740	95,3	49.020
Teppiche	120	24,0	380	76,0	500
Lampen und Leuchten, Leuchtmittel	165	6,3	2.470	93,7	2.635
GPK, Haushaltswaren, Bilder	4.480	43,8	5.745	56,2	10.225
Heimtextilien, Gardinen, Haus,- Bett- und Tischwäsche	1.755	32,3	3.675	67,7	5.430
Summe	8.800	13,0	59.010	87,0	67.810

Zentraler Versorgungsbereich entsprechend kommunalem Einzelhandelskonzept Göttingen

GMA-Erhebungen November 2014

Übersicht 3: Die wesentlichen Wettbewerber in Zone I

Verkaufsflächengrößenklassen	Standortkommune	Name	Lage	Sortiment	Anmerkung
Möbel					
10.000 – 20.000 m²	Göttingen	Möbel Jaeger	SO Lutteranger	Möbel, HHW / GPK, Bilder / Rahmen, Leuchten, Heimtextilien	Vollsortiment
5.000 – 10.000 m²	Göttingen	Bono Möbel und Einrichtungshaus	SO Lutteranger	Möbel, Leuchten	Haupthaus
	Göttingen	Sconto	SO West	Möbel, HHW / GPK, Bilder / Rahmen, Leuchten, Heimtextilien, Teppiche	Discounter
	Göttingen	pick + pay	SO Lutteranger	Möbel, HHW / GPK, Bilder / Rahmen, Leuchten, Heimtextilien, Teppiche	Discounter
2.000 – 5.000 m²	Göttingen	Bono Küchenmarkt	SO Lutteranger	Möbel	Küchenspezialist
	Göttingen	Möbel Boss	SO Lutteranger	Möbel, HHW / GPK, Bilder / Rahmen, Leuchten, Heimtextilien, Teppiche	Discounter

Verkaufs- flächengrö- ßenklassen	Standort- kommune	Name	Lage	Sortiment	Anmerkung
Sonstige Sortimente					
10.000 – 20.000 m ²	Göttingen	Karstadt	Innenstadt	Möbel, HHW / GPK, Heimtextilien	Warenhaus
	Göttingen	OBI	SO West	Möbel, HHW / GPK, Bilder / Rahmen, Leuchten, Heimtexti- lien, Teppiche	Baumarkt
	Göttingen	real,-	SO Lutteranger	HHW / GPK, Heim- textilien	SB-Waren- haus
5.000 – 10.000 m ²	Göttingen	real,-	SO West	HHW / GPK, Kunst, Leuchten, Heimtexti- lien	SB-Waren- haus
	Göttingen	Kaufland	dezentral	Möbel, HHW / GPK, Bilder / Rahmen, Leuchten, Heimtexti- lien, Teppiche	SB-Waren- haus
3.000 – 5.000 m ²	Göttingen	Kaufland	Innenstadt	HHW / GPK, Heim- textilien	SB-Waren- haus
1.500 – 3.000 m ²	Göttingen	Klee Garten- center	SO Lutteranger	HHW / GPK	Gartencen- ter
	Göttingen	Thomas Phi- lipps	SO Lutteranger	HHW / GPK	Sonderpos- tenmarkt
800 – 1.500 m ²	Göttingen	Alfatex Stoff- land	SO Lutteranger	Heimtextilien	Stoffe / Kurzwaren
	Göttingen	Dänisches Bet- tenlager	SO Lutteranger	Möbel, HHW / GPK, Leuchten, Heimtexti- lien, Teppiche	Fachmarkt
	Göttingen	Ruhe & Co	SO Lutteranger	Heimtextilien	Spezialist für Boden- beläge

* HHW / GPK: Haushaltswaren / Glas / Porzellan / Feinkeramik

GMA-Erhebungen November 2014

2.2 Die projektrelevante Angebotssituation in den Zonen II und III

In den Zonen II und III wurden die projektrelevanten Angebote bei den wesentlichen großflächigen Möbelhäusern und Randsortimentsanbietern wie Baumärkten oder Warenhäusern in den Mittel- sowie in strukturprägenden Möbelhäusern in Klein- und Unterzentren berücksichtigt. In den nächstgelegenen Mittelzentren wurden in den zentralen Versorgungsbereichen sämtliche Betriebe mit relevanten Sortimenten erfasst. Übersicht 4 stellt die wesentlichen großflächigen Wettbewerber dar.

In den Zonen II und III des Einzugsgebietes verteilen sich die Verkaufsflächen auf die Innenstädte der Mittelzentren sowie, teilweise mit großem Schwerpunkt, auf dezentrale Möbelstandorte. Dies sind insbesondere SB Möbel Boss in Einbeck, Möbel Bäucke in Northeim, Möbel Wehe in Uslar, Möbel Jäger in Witzenhausen sowie das Eichsfelder Möbelcenter in Gieboldehausen. Ansonsten sind noch der Standort Bovenden mit Jumbo Möbel Discount und Hardeggen mit Möbel Bauer zu nennen. In Witzenhausen ist außerdem der Discountanbieter Möbel Piraten (< 2.000 m² VK) zu finden.

Insgesamt sind in den Zonen II und III **Möbelverkaufsflächen** von rd. **49.700 m²** erfasst; die einen Umsatz von rd. **60 – 61 Mio. €** repräsentieren dürften.

Hinsichtlich der sonstigen Sortimente des Einrichtungshauses sind folgende Aspekte festzuhalten:

- Der Sortimentsbereich **Teppiche** ist in den untersuchten Mittelzentren sowie den größeren Möbelhäusern in den Zonen II und III mit insgesamt rd. 1.500 m² eher gering vertreten. In Bovenden (Zone II) werden Teppiche bei Tedox und Jumbo Möbel Discount gehandelt. In Zone III sind Teppiche neben Möbel Boss und toom Baumarkt in Einbeck auch in Fachgeschäften und Fachmärkten erhältlich, etwa bei Teppichhof Kohnsen und Schrader Farben und Teppiche (ebenfalls Einbeck). Ansonsten werden Teppiche auf Klein- (< 100 m²) und Nebenflächen geführt, etwa bei Orientteppich Service Center und Hagebau in Hann. Münden, toom Baumarkt und Raum&Dekor Wagner in Duderstadt oder Teppich Schefft in Uslar. Die Umsatzleistung beläuft sich auf rd. 1,5 – 2,5 Mio. €.
- Bei **Haushaltswaren / GPK, Bilder** sind in den Zonen II und III ca. 8.900 m² Verkaufsfläche zu nennen; die Umsatzleistung beläuft sich auf rd. 18,5 – 19,5 Mio. €. Als flächengrößte Anbieter sind hier Möbel Bäucke in Northeim und Möbel Jäger in Witzenhausen zu nennen. Weitere Angebotsschwerpunkte finden sich bei Möbel Boss, OBI, Woolworth und DIWI der Preisfuchs in Einbeck, Hagebau, HIT und Dänisches Bettenlager in Hann. Münden, Tedox, Schaaf Kalkuliert und Jumbo Möbel Discount in Bovenden sowie Wiglo Wunderland, OBI und Marktkauf in Northeim und Herkules Baumarkt / E-Center in Witzenhausen. Als wesentliche innerstädtische Fachanbieter sind Woolworth und Porzellan Reinert in Einbeck sowie Tisch und Trend Francke in Northeim sowie Hugo Haase Porzellan in Witzenhausen anzuführen. In den untersuchten Innenstädten finden sich zudem weitere, kleinflächige Fachgeschäfte.
- Bei **Heimtextilien** wurde in den Zonen II und III eine Verkaufsfläche von rd. 7.700 m² VK erfasst, die Umsatzleistung beläuft sich hier auf rd. 10,5 – 11,5 Mio. €. Als wesentliche Anbieter sind neben den Teilflächen der genannten Möbelhäuser, Fachmärkte (insb. Hammer in Einbeck, Dänisches Bettenlager in Duderstadt und Hann. Münden)

und Baumärkte auch Fachgeschäfte wie Raumausstatter Dombert in Einbeck und Betten Kraft in Hann. Münden zu nennen. In den Innenstädten werden Heimtextilien größtenteils auf Klein- (< 100 m²) und Nebenflächen geführt, die größte Teilfläche findet sich bei Woolworth in Einbeck.

- Das Sortiment **Leuchten** ist in den Zonen II und III im Wesentlichen (ca. 86 %) an dezentralen und sonstigen Standorten ansässig. Hier wurden knapp 2.900 m² VK erfasst, auf denen ein Umsatz von rd. 6 – 7 Mio. € erwirtschaftet wird. Als größte Anbieter sind die benannten Möbelhäuser, Fach- und Baumärkte herauszuheben, Fachgeschäfte in den Innenstädten finden sich vereinzelt u. a. in Einbeck (LED-Leuchten), Northeim (Stollis Leuchten), Hann. Münden (Spanholz KG, Atelier A+F) und Uslar (Hagebau, Elektro Schreiber).

Tabelle 6 stellt die Verkaufsflächenverteilung in Zone II und III nach Sortiment und Lage dar. Die Zuordnung nach den Lagekategorien erfolgte gemäß Abgrenzung der jeweiligen kommunalen Einzelhandelskonzepte.

Tabelle 6: Verkaufsflächen nach Sortimenten und Lage in Zone II und III

Sortiment	Zentraler Versorgungsbe- reich		sonstige Lagen		Summe Verkaufs- fläche in m ²
	in m ²	in %	in m ²	in %	
Möbel, Bettwaren / Matratzen	650	1,3	48.995	98,7	49.645
Teppiche	405	27,7	1.055	72,3	1.460
Lampen und Leuchten, Leuchtmittel	380	13,3	2.470	86,7	2.850
GPK, Haushaltswaren, Bilder	3.185	35,9	5.695	64,1	8.880
Heimtextilien, Gardinen, Haus,- Bett- und Tischwäsche	800	10,5	6.855	89,5	7.655
Summe	5.420	7,7	65.070	92,3	70.490

Zentraler Versorgungsbereich entsprechend kommunalem Einzelhandelskonzept Göttingen

GMA-Erhebungen November 2014, ergänzende sowie Nacherhebungen Juli 2015

Übersicht 4: Die wesentlichen Wettbewerber in Zone II und III

Verkaufs- flächengrö- ßenklassen	Standort- kommune	Name	Lage	Sortiment	Anmerkung
Möbel					
10.000 – 20.000 m ²	Northeim	Möbel Bäucke	dezentral	Möbel, HHW / GPK, Bilder / Rahmen, Leuchten, Heimtexti- lien	Vollsorti- ment
	Giebolde- hausen	Eichsfelder Mö- belcenter	dezentral	Möbel	Zur Zeit der Erhebung 2014 im Um- bau, 2015 nacherhoben
5.000 – 10.000 m ²	Bovenden	Jumbo Möbel Discount	dezentral	Möbel, HHW / GPK, Leuchten, Heimtexti- lien, Teppiche	Discounter
	Witzenhau- sen	Möbel Jäger	dezentral	Möbel, HHW / GPK, Leuchten, Heimtexti- lien	Vollsorti- ment
2.000 – 5.000 m ²	Einbeck	SB Möbel Boss	FMZ Poser Park	Möbel, HHW / GPK, Leuchten, Heimtexti- lien, Teppiche	SB-Möbel- markt
	Uslar	Möbelmarkt Wehe	dezentral	Möbel	Möbelmarkt
	Hardeggen	Möbel Bauer	Streulage	Möbel	Tischlerei / Möbel / Be- stattungen
Sonstige Sortimente					
10.000 – 20.000 m ²	Einbeck	Toom	dezentral	HHW / GPK, Leuchten, Heimtextilien, Teppi- che	Baumarkt
5.000 – 10.000 m ²	Duderstadt	Toom	dezentral	HHW / GPK, Bilder / Rahmen, Leuchten, Heimtextilien, Teppi- che, HHW / GPK, Bil- der / Rahmen, Leuch- ten, Heimtextilien, Teppiche	Baumarkt
	Witzenhau- sen	Herkules Bau- markt	dezentral	Möbel,	Baumarkt
3.000 – 5.000 m ²	Duderstadt	Marktkauf	FMZ Sachsenring	HHW / GPK, Heimtex- tilien	SB-Waren- haus
	Einbeck	Marktkauf	FMZ Altendorfer Tor	HHW / GPK, Heimtex- tilien	SB-Waren- haus
	Einbeck	Kaufland	FMZ Poser Park	HHW / GPK	SB-Waren- haus
	Witzenhau- sen	Herkules E-Center	Streulage	HHW / GPK	SB-Waren- haus
	Northeim	Marktkauf	dezentral	HHW / GPK, Heimtex- tilien	SB-Waren- haus
	Uslar	Hagebaumarkt	Innenstadt	Leuchten	Baumarkt

Verkaufs- flächengrö- ßenklassen	Standort- kommune	Name	Lage	Sortiment	Anmerkung
1.500 – 3.000 m ²	Bovenden	Schaaf Kalkuliert	dezentral	HHW / GPK, Bilder / Rahmen, Leuchten, Heimtextilien	Sonderpos- tenmarkt
	Einbeck	Hammer	dezentral	Heimtextilien	Fachmarkt
	Einbeck	Diwi Der Preis- fuchs	dezentral	HHW / GPK, Bilder / Rahmen, Leuchten	Sonderpos- tenmarkt
	Einbeck	Woolworth	Innenstadt	HHW / GPK, Heimtexti- lien	Kaufhaus
1.500 – 3.000 m ²	Hann. Münden	Hagebaumarkt	dezentral	HHW / GPK, Leuchten, Heimtextilien, Teppi- che	Baumarkt
	Hann. Münden	HIT	dezentral	HHW / GPK	SB-Waren- haus
	Northeim	OBI	dezentral	HHW / GPK, Bilder / Rahmen, Leuchten, Heimtextilien	Baumarkt
	Northeim	Wiglo Wunderland	Streulage	HHW / GPK, Heimtexti- lien	Sonderpos- tenmarkt
800 – 1.500 m ²	Duderstadt	Dänisches Bettenlager	Stadtteilzentrum	Möbel, HHW / GPK, Heimtextilien	Fachmarkt
	Hann. Münden	Betten Kraft	Nebenlage	Möbel, Heimtextilien	Bettenfach- geschäft

* HHW / GPK: Haushaltswaren / Glas / Porzellan / Feinkeramik

GMA-Erhebungen November 2014; ergänzende bzw. Nacherhebung Juli 2015

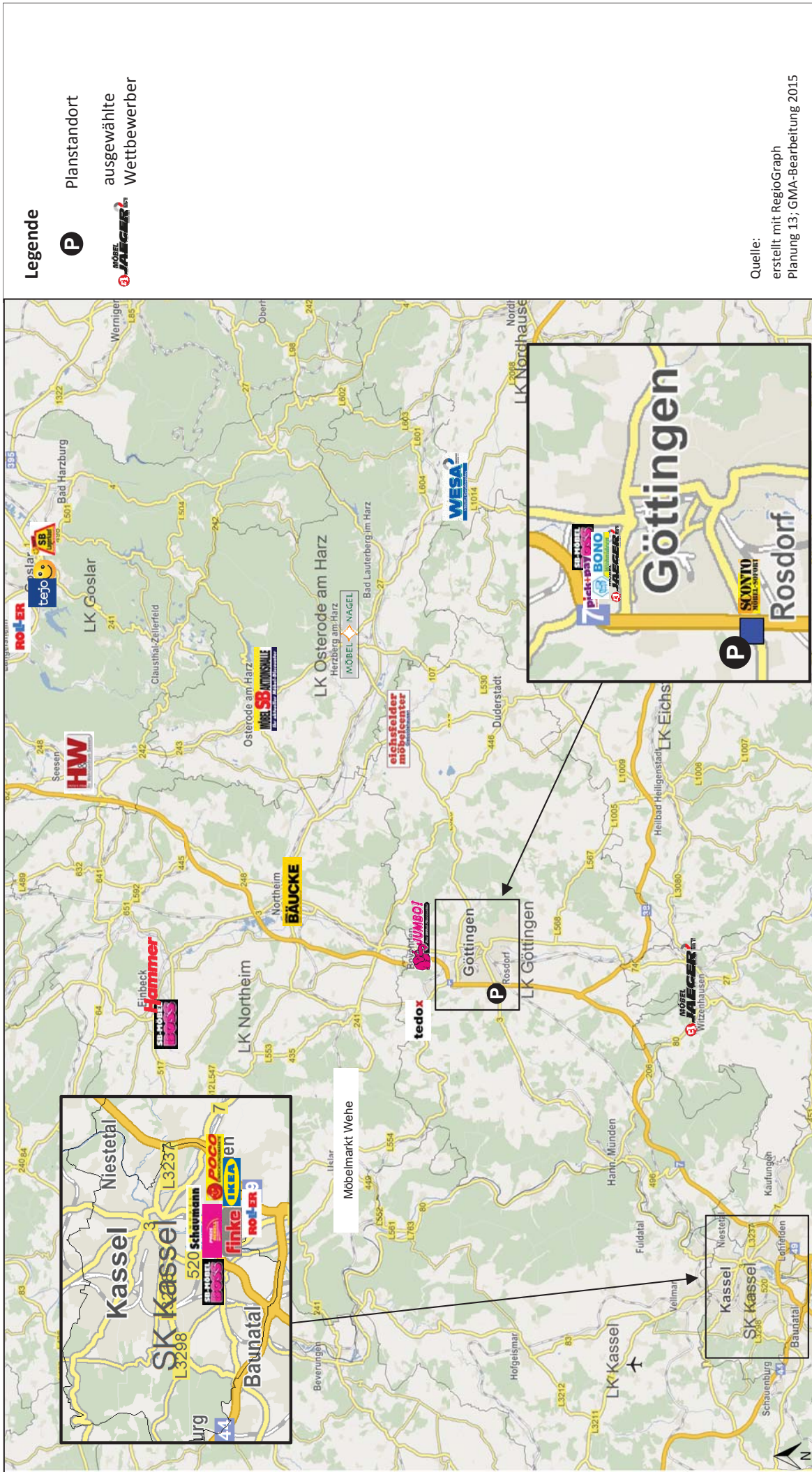
2.3 Wettbewerbsplanungen im Möbelsegment im Untersuchungsraum

Wettbewerbsplanungen im Möbelsektor sind derzeit in den untersuchten Ober- und Mittelzentren des Einzugsgebietes (Göttingen, Einbeck, Hann. Münden, Northeim und Duderstadt²³) nicht bekannt. In Einbeck ist im Jahr 2013 der Poser Park, u. a. mit SB Möbel Boss eröffnet worden, in Gieboldehausen wird das Eichsfelder Möbelcenter derzeit im laufenden Betrieb umgebaut und modernisiert. Nach dem Aus für die IKEA-Planungen in Göttingen, die seit dem Jahr 2010 nicht mehr verfolgt werden, stellt die Planung für XXXL / POCO in dieser Größenordnung derzeit die einzige Planung im untersuchten Einzugsgebiet dar. Ende 2015 ist die Eröffnung von Möbel Höffner im Standortverbund mit dem A2 Center (2013 / 2014 in zwei Bauabschnitten eröffnet) in Isernhagen-Altwarmbüchen (Region Hannover) auf rd. 37.500 m² VK vorgesehen.

²³

Quelle: Angaben der Fachdienste / Geschäftsbereiche Stadtplanung der Städte Göttingen, Einbeck, Hann. Münden, Northeim und Duderstadt, 13.01.2015

Karte 6: Die wesentlichen Wettbewerbsstandorte im Untersuchungsgebiet



3. Zusammenfassende Bewertung der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet

Die Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet sind unter den großflächigen Möbelanbietern geprägt durch tradierte, regionale typgleiche / -ähnliche Anbieter, die eine geringe Anzahl an Standorten betreiben. In Göttingen ist hier u. a. Bono zu nennen, ein Familienunternehmen mit mehreren Unternehmensbereichen. Neben dem Bono Möbel- und Einrichtungshaus gehören der Bono Küchenmarkt und das preisorientierte SB-Konzept Pick&Pay zum Unternehmen. Ein weiterer Wettbewerber ist CJ Möbel Jäger, der drei Möbelhäuser (Göttingen, Witzenhausen, Oberdolda) betreibt. Im Discountbereich sind mit Sconto Möbel SB (26 Filialen in Deutschland) und SB Möbel Boss (ca. 100 Filialen in Deutschland) zwei bundesweit agierende Filialisten ansässig. Ergänzt wird das Angebot durch kleinere Spezialanbieter wie Böning Wohnstudio, Helten Design Depot, Einrichtungshaus Günther, Struckmeyer Büromöbel oder Küche total. Überregional oder bundesweit agierende Möbelsortimenter (neben XXXL u.a. Möbel Höffner, IKEA, Segmüller, Porta) sind in Göttingen und Umland bislang nicht zu finden. Auch weisen die vorhandenen Möbelanbieter mit Höchstwerten um rd. 10.000 m² im Vergleich eher geringe Flächengrößen auf. Außerdem verfügt das Angebot im Möbelsektor über einen vergleichsweise hohen Anteil im Discountbereich, im Vollsoriment sind nur zwei mittelgroße Anbieter anzutreffen. Ein klassisches Wohnkaufhaus fehlt in Göttingen bislang völlig.

Im Göttinger Umland setzt sich dieses Bild fort. Bei den Vollsorimentern sind Möbel Bäucke in Northeim, die zweite Filiale von Möbel Jäger in Witzenhausen und das Eichsfelder Möbelcenter in Gieboldehausen zu nennen, im Discountbereich sind der Jumbo Möbel-Discount in Bovenden und SB-Möbel Boss in Einbeck anzutreffen. Unweit der Filiale von Möbel Jäger in Witzenhausen ist außerdem der preisorientierte Anbieter Möbel Piraten (< 2.000 m² VK) anzutreffen. Außerdem ist auf den Möbelmarkt Wehe in Uslar und Möbel Bauer in Hardeggen hinzuweisen. Ergänzt wird das Angebot durch deutlich kleinere und spezialisierte Anbieter, etwa den Küchenanbieter Möbel Grobecker in Gieboldehausen oder Möbel Henze in Hann. Münden, sowie Fachmarktanbieter wie Dänisches Bettenlager, Matratzen Concord, Matratzen direct, Hammer und tedox. Dabei sind die größeren Möbelanbieter in den Mittelzentren zu finden.

Differenziert nach den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes stellen sich die bestehenden möbelrelevanten Wettbewerbsstrukturen wie folgt dar:

Tabelle 7: Verkaufsflächen und Umsätze nach Sortimenten und Zonen im Einzugsgebiet

Sortiment	Zone I		Zonen II und III		Summe	
	VK in m ²	Umsatz in Mio. €	VK in m ²	Umsatz in Mio. €	VK in m ²	Umsatz in Mio. €
Möbel, Bettwaren / Matratzen	49.020	70,1	49.645	60,3	98.665	130,4
Teppiche	500	0,8	1.460	1,8	1.960	2,5
Lampen und Leuchten, Leuchtmittel	2.635	6,4	2.850	6,0	5.485	12,4
GPK*, Haushaltswaren, Bilder	10.225	30,4	8.880	19,1	19.105	49,5
Heimtextilien, Gardinen, Haus-, Bett- und Tischwäsche	5.430	10,0	7.655	10,8	13.085	20,8
Summe	67.810	117,6	70.490	98,0	138.300	215,7

* GPK: Glas, Porzellan, Feinkeramik

GMA 2015, Werte leicht gerundet

Zusammenfassend ist von einem gewachsenen, durch mittel- und kleinflächige, vorrangig lokal agierende Anbieter geprägten Wettbewerbsumfeld zu sprechen, das über ausgeprägte Strukturen im Discountbereich sowie hochwertige Anbieter (u. a. Musterring) verfügt. Moderne Möbelsortimenter (Wohnkaufhäuser) mit über 20.000 m² VK sind im Einzugsgebiet nicht zu finden.

Außerhalb des Einzugsgebietes sind eine Reihe großflächiger und leistungsfähiger Möbelanbieter zu nennen, deren Einzugsgebiete sich mit dem des Vorhabens von XXXL / POCO überschneiden und die Fernausstrahlung klar begrenzen. Dies sind insbesondere Anbieter in Kassel (u. a. IKEA, Möbel Schaumann und Preisrebell), in Fuldabrück (u. a. Möbel Finke und Möbel Roller), Seesen (u. a. H&W Einrichtungshaus), Nordhausen (u. a. Möno Einrichtungshaus), Höxter (u.a. Weser Wohnwelt) und Goslar (u. a. Tejo Wohnwelten, Möbel Roller) sowie zahlreiche Solitärstandorte. Ferner ist in nördlicher Richtung insbesondere noch der Hannoveraner / Braunschweiger und Hildesheimer Möbele Einzelhandel von Relevanz.

V. Wirtschaftliche, städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen des Vorhabens

1. Grundlegende Aspekte

Großflächige Neuansiedlungen im Einzelhandelssektor haben bei unveränderter Kaufkraft i. d. R. Veränderungen bei bestehenden Anbietern zur Folge. Je nach Größenordnung und Sortimentsausrichtung der Ansiedlung werden von der Umsatzumverteilung Einzelbetriebe an einem Mikrostandort, Betriebe einer bestimmten örtlichen Standortlage oder auch Betriebe einer Region im Sinne von möglichen Folgen für das zentralörtliche System tangiert.

Im Nachfolgenden werden zunächst die potenziellen wettbewerblichen Auswirkungen des Vorhabens XXXL / POCO in zwei Untersuchungsschritten ermittelt:

- Ein erster Ansatz, das **Marktanteilkonzept**, stellt die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens (= Marktanteile) innerhalb des Einzugsgebietes dar und ermittelt so die Umsatzerwartung.
- Mit einem zweiten Ansatz, der Kaufkraftbewegungsanalyse, werden die voraussichtlichen Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Angebote der Region eingeschätzt (**Umsatzumverteilung**).

Daran anschließend erfolgt die Bewertung der potenziellen städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens in den zentralen Versorgungsbereichen in Göttingen und den nächstgelegenen Mittelzentren. Dabei wird untersucht, inwiefern die potenziellen wettbewerblichen Auswirkungen aufgrund der Umsatzumverteilungseffekte in negative städtebauliche Auswirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen umschlagen können.

Bei dem von der GMA verwendeten Berechnungsmodell handelt es sich um ein **modifiziertes Gravitationsmodell**, das auf die Gravitations- und Potenzialmodelle aus der geografischen Handelsforschung zurückgreift. Als Prämissen dieses Modells werden berücksichtigt:

- Die **Attraktivität** des Angebotsstandortes und der Angebote im Umfeld (regionale Wettbewerbssituation). Die Attraktivität eines Angebotsstandortes wird dabei ausgedrückt durch den Verkaufsflächenumfang bzw. den Umsatz (vgl. Kapitel III).
- Der **Distanzwiderstand** i. S. d. räumlichen Entfernungen zwischen den Wettbewerbsstandorten und dem Untersuchungsstandort. Die Entfernungsdaten werden mit Hilfe eines sog. Routenplaners ermittelt (jeweils schnellste Route zum Planstandort).
- Die **Intensität der Einkaufsbeziehungen**, u. a. basierend auf Kaufkraftströmen in der Region.
- Weitere **Faktoren** zur Gewichtung wie z. B. die Betriebstypenstrukturen der Wettbewerbsstandorte.

Bei der Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen (= Umsatzumverteilungen) von Einzelhandelsvorhaben ist grundsätzlich zu unterscheiden zwischen Wettbewerbswirkungen und **möglichen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Beeinträchtigungen**. Wettbewerbliche Wirkungen können zwar zu – ggf. befristeten – Beeinträchtigungen von Betrieben in der Leistungsfähigkeit führen; das interkommunale Abstimmungsgebot gemäß § 2 Abs. 2 BauGB schützt jedoch nicht den bestehenden Einzelhandel in den Nachbarkommunen vor Konkurrenz. Es geht hierbei vielmehr darum, zu bewerten, ob sich die Ansiedlung eines Einzelhandelsvorhabens negativ auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung in der Standort- und Nachbarkommune auswirkt (vgl. hierzu die Urteile des OVG Münster vom 06.06.2005, 10 D 145/04.NE und 10 D 148/04.NE).

Zur Ableitung möglicher städtebaulicher und versorgungsstruktureller Auswirkungen wird von der Rechtsprechung bzw. in der Verwaltungspraxis häufig ein Schwellenwert von 10 % Umsatzumverteilung angesetzt. In den vergangenen Jahren hat diesbezüglich eine etwas andere Akzentuierung stattgefunden; so reicht das alleinige Abstellen auf die voraussichtlichen Umsatzumverteilungsquoten zur Bewertung möglicher Auswirkungen eines Einzelhandelsvorhabens auf einen zentralen Versorgungsbereich nicht aus. Vielmehr sind hier im Einzelfall auch andere Kriterien wie beispielsweise die konkrete städtebauliche Situation der möglicherweise betroffenen zentralen Versorgungsbereiche zu berücksichtigen (vgl. Urteile OVG Münster vom 11.12.2006, 7 A 964/05 und Bundesverwaltungsgericht vom 11.10.2007, 4 C 7.07). Aus gutachterlicher Sicht ist zu ergänzen, dass schon bei Umverteilungsquoten von unter 10 % städtebauliche Beeinträchtigungen eintreten können, wenn z. B. die Schwächung wesentlicher Magnetbetriebe eines zentralen Versorgungsbereiches zu prognostizieren ist. Gleichzeitig müssen aber bei Umverteilungen von über 10 % nicht zwangsläufig negative städtebauliche Auswirkungen auftreten. Das Umschlagen wettbewerblicher in städtebauliche Effekte ist abhängig von der Leistungsfähigkeit der betroffenen Betriebe, deren Funktion innerhalb eines Zentrums (z. B. Magnetbetrieb) sowie der Stabilität der betroffenen Lage. In die Bewertung ist darüber hinaus die Bedeutung der jeweiligen Branche für das Zentrum (z. B. Leitbranche, ergänzendes Sortiment) einzustellen.

2. Die wirtschaftlichen Auswirkungen des Planobjekts im Untersuchungsraum – Umsatzerwartung und Umverteilungswirkungen

2.1 Marktanteile und Umsatzerwartung

Die nachfolgende Tabelle 8 stellt die Marktanteile und Umsatzerwartung des XXXL-Einrichtungshauses und des POCO-Einrichtungsmarktes, die Tabellen 9 und 10 die zu erwartenden Umsatzverluste im Einzugsgebiet differenziert nach Sortimenten dar.²⁴

Aufgrund der vorgenommenen **Marktanteilberechnung** und unter Zugrundelegung eines Einrichtungshauses des Anbieters XXXL sowie eines POCO Einrichtungsmarktes in guter verkehrlicher Erreichbarkeit bei bestehenden hohen Überschneidungspotenzialen der Einzugsgebiete (v. a. mit Kassel, Hannover und Hildesheim) ist von durchschnittlichen bis leicht überdurchschnittlichen Umsätzen auszugehen. Unter Zugrundelegung der in Tabelle 8 dargestellten Marktanteile und der Umsätze durch aufgrund des geringen Flächenanteils nicht explizit untersuchte sonstige Sortimente²⁵ ist von einem **Gesamtumsatz der Vorhaben in Höhe von ca. 49,5 – 51,5 Mio. €** auszugehen. Dabei werden auch Streuumsätze in Höhe von ca. 10 % berücksichtigt, die mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes erzielt werden. Vom Gesamtumsatz entfallen rd. 38,0 – 39,0 Mio. € auf das XXXL Einrichtungshaus und rd. 11,5 – 12,5 Mio. € auf den POCO Einrichtungsmarkt.

Dieser Umsatz entspricht für XXXL einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 1.400 – 1.500 € je m² VK. Dabei werden im Möbelkernsortiment knapp 1.450 € / m² VK erzielt; bei den Randsortimenten werden durchschnittlich rd. 1.400 €/m² erzielt (zwischen ca. 1.300 € / m² VK bei Teppichen bis ca. 1.500 € / m² VK bei Haushaltswaren / GPK / Kunst). Somit werden für den Anbieter XXXL sowohl im Möbelkernsortiment als auch bei den Randsortimenten Flächenproduktivitäten oberhalb des bundesdeutschen Durchschnittswertes²⁶ für XXXL von 1.322 €/m² ermittelt.

Der Umsatz für POCO entspricht einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 2.000 € je m² VK. Dabei werden im Möbelkernsortiment knapp 1.900 – 2.000 € / m² VK erzielt; bei den Randsortimenten durchschnittlich rd. 2.200 – 2.300 € / m². Somit werden für den Anbieter POCO im Möbelkernsortiment aufgrund des bereits bestehenden ausgeprägten Besatzes im niedrigpreisigen Möbelhandel in Göttingen und im Umland (z. B. Sconto, SB Möbel Boss, Bono Pick &

²⁴ Die Marktanteile und die zu erwartenden Umsätze entsprechen **nicht** der Umsatzumverteilung, die in Tabellen 9 und 10 dargestellt ist. Eine Überschreitung von 10 % bei Marktanteilen ist nicht mit der Überschreitung des in Rechtsprechung und Verwaltungspraxis gebräuchlichen Schwellenwertes des Beeinträchtigungsverbotes gleich zu setzen.

²⁵ Sonstige zentrenrelevante Sortimente auf Kleinstflächen (z. B. Spielwaren, Papeterie) und sonstige, nicht-zentrenrelevante Sortimente (z. B. Kindersitze fürs Auto).

²⁶ Vgl. Immobilienzeitung v. 18.09.2014, „Möbelhandel sucht Profil“

Pay, Tedox, Jumbo etc.) Flächenproduktivitäten leicht unterhalb des deutschen Durchschnittswertes²⁷ von 2.122 €/m² errechnet.

In der Summe unterstreichen die Umsatzberechnungen der GMA, dass es sich hierbei um eine realitätsnahe worst-case-Betrachtung handelt, bei der die Umsatzannahmen nicht unterzeichnet, sondern gleichwohl in einer realitätsnahen Betrachtung abgebildet werden. Höhere Flächenleistungen lassen sich aus Gutachtersicht vor dem Hintergrund der ländlichen Strukturen im Einzugsgebiet mit rd. 519.000 Einwohnern nicht erwarten. Grundsätzlich sind die Marktanteile bereits als ambitioniert zu bezeichnen. Zonal stellt sich die Umsatzrekrutierung der wie folgt dar:

- /// ca. 23 - 24 Mio. € mit Kunden aus Zone I
- /// ca. 7 - 8 Mio. € mit Kunden aus Zone II
- /// ca. 14 - 15 Mio. € mit Kunden aus Zone III
- /// ca. 5 - 6 Mio. € mit Streuumsätzen

Nach Sortimenten ergeben sich folgende Marktanteile:

Der Marktanteil (Kaufkraftbindung) im **Möbelkernsortiment** in Göttingen liegt, beide Anbieter zusammen betrachtet, bei ca. 34 – 35 %.

Da es sich bei den im Entwurf des LROP von 2014 eingeführten mittelzentralen Erreichbarkeitsräumen um räumlich sehr eng gefasste Bereiche handelt, deren Abgrenzung im Osten Göttingens teilweise mit der Stadtgrenze identisch sind, liegen die Marktanteile in der Zone II nur marginal unterhalb der Marktanteile in Zone I (33 – 34 %).

²⁷ ebenda:

Vertriebslinie	Stationärer Bruttoumsatz D 2012 in Mio. €	Verkaufsstellen	Verkaufsfläche in m ²	Ø - Umsatz je m ² VK in € (brutto)	Ø - Größe je Verkaufsstelle	Betriebstyp
IKEA	3.803,50	46	828.000	4.593,60	18.000	IKEA
Höffner	1.713,60	18	720.000	2.380,00	40.000	GVS
Roller	1.270,70	105	555.240	2.288,60	5.288	DIS
POCO Domäne	1.190,00	98	560.777	2.122,10	5.722	DIS
Dänisches Bettenlager	1.002,20	868	651.000	1.539,50	750	SPE
Segmüller	836,60	7	200.000	4.182,90	28.571	GVS
SB-Möbel Boss	728,30	96	432.000	1.685,80	4.500	DIS
Porta	710,40	21	525.000	1.353,20	25.000	VOL
XXXLutz	549,20	12	415.380	1.322,20	34.615	GVS
Möbel Kraft	450,40	7	254.000	1.773,10	36.286	GVS

GVS = Große Vollsortimenter; VOL = Vollsortimenter; DIS = Discounter; SPE = Spezialanbieter

Quelle: Immobilienzeitung v.om 18.09.2014 | © Immobilienzeitung; Quelle: EHI Retail Institute

In Zone III werden im Möbelkernsortiment Marktanteile von 9 - 10 % erreicht.

In den **Randsortimenten** werden die höchsten Marktanteile bei Lampen / Leuchten und Teppichen erzielt, die in Zone I zwischen 24 und 28 % schwanken. Dies ist auf das in Göttingen insgesamt eher geringe Angebot in diesen Branchen zurückzuführen. Bei Haushaltswaren / GPK werden Marktanteile i. H. von 13 – 14 % erreicht, bei Heimtextilien 14 – 15 %. In Zone II sind die Marktanteile ebenfalls nur geringfügig niedriger zu sehen. Bei Baumarktsortimenten erreicht POCO einen Marktanteil von ca. 1 – 2 %. In Zone III sind im Möbelkernsortiment noch 10 – 11 % zu erwarten, bei Teppichen 8 – 9 % und bei Lampen / Leuchten ca. 5 – 6 %. Bei Heimtextilien liegen die Marktanteile mit 1 – 2 % deutlich niedriger, bei Haushaltswaren / GPK liegt der Marktanteil insgesamt unter 1 %; hier werden Randsortimente im Möbelhaus schwerpunktmäßig im Rahmen von Mitnahmeeffekten eingekauft.

Tabelle 8: Marktanteile und Umsatzerwartung im Einzugsgebiet

Sortiment	Zone I			Zone II			Zone III			Umsatz inkl. Streu- umsätze in Mio. €	Flächen- leistung in m² VK
	Kauf- kraft in Mio. €	Markt- anteil in %	Umsatz in Mio. €	Kauf- kraft in Mio. €	Markt- anteil in %	Umsatz in Mio. €	Kauf- kraft in Mio. €	Markt- anteil in %	Umsatz in Mio. €		
Möbelkernsortiment	48,1	34 - 35	16,4	17,4	32 - 33	5,6	117,7	9 - 10	11,8	37,6	1.520
Teppiche	6,6	24 - 25	1,6	2,4	20 - 21	0,5	16,2	7 - 8	1,3	3,8	1.540
Lampen / Leuchten	5,0	27 - 28	1,4	1,8	21 - 22	0,4	12,3	5 - 6	0,7	2,8	1.380
Haushaltswaren / GPK	12,9	13 - 14	1,8	4,7	10 - 11	0,5	31,7	< 1	0,3	2,9	1.740
Heimtextilien	10,8	14 - 15	1,6	3,9	10 - 11	0,4	26,5	1 - 2	0,3	2,6	1.780
Summe*	83,4	27 - 28	22,8	30,3	24 - 25	7,4	204,4	6 - 7	14,4	49,7	1.540

* zzgl. Umsätze mit sonstigen, zentrenrelevanten / nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Umsatz gesamt: 49,5 – 51,5 Mio. €. Renovierungsartikel (v.a. Farben, Lacke, Werkzeug) Sanitärwaren werden bei POCO als Randsortiment sowie saisonal geführt. Aufgrund der mit max. 580 m² VK untergeordneten Flächendimensionierung und dem Schwerpunkt der bestehenden Verkaufsflächen an dezentralen Standorten sowie der fehlenden Zentrenrelevanz der Sortimente in Umverteilungsberechnung nicht berücksichtigt.

Lesebeispiel: Bei Möbeln verfügt die Bevölkerung in Zone I über eine Kaufkraft von 48,1 Mio. €. Nach Einschätzung der GMA gelingt es dem Vorhaben XXXL / POCO, ca. 34 – 35 % dieser Kaufkraft zu binden (Marktanteil in %). Dies entspricht einem Umsatz von ca. 16,4 Mio. €.

GMA 2015, Werte leicht gerundet

2.2 Umsatzumverteilungseffekte

Hinsichtlich der Wettbewerbsswirkungen i. S. v. Umsatzumverteilungsprozessen wurde unterstellt, dass sich die höchsten Auswirkungen in Göttingen (Zone I) vollziehen (vgl. Tab. 9). Die daraus gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen resultierenden Umverteilungswerte absolut und relativ (Umsatzumverteilungsquoten) sind in Tabelle 10 abgebildet.

Tabelle 9: Umverteilungswerte nach Sortimenten und Zonen in Mio. €

Sortimente	Zone I	Zone II	Zone III	außerhalb Einzugsgebiet	Summe
Möbelkernsortiment	18,0	0,5	10,3	8,8	37,6
Teppiche	0,2	0,1	0,3	3,2	3,8
Lampen / Leuchten	1,4	0,1	0,9	0,4	2,8
Haushaltswaren / GPK*	1,9	0,1	0,4	0,5	2,9
Heimtextilien	1,2	0,1	0,7	0,6	2,6

Summe: 49,7 Mio. €, zzgl. Umsätze mit sonstigen, nicht zentrenrelevanten Sortimenten i. H. v. 1,1 Mio. €. Umsatz Gesamt: 50,8 Mio. €.

GMA 2015, Werte leicht gerundet

Die Umsatzumverteilungen gegenüber den Anbietern in Zone II (ehemals geplanter mittellentraler Erreichbarkeitsraum) fallen in absoluten Zahlen sehr gering aus, was auf die geringe Anzahl der Anbieter zurückzuführen ist. Hierbei handelt es sich zudem größtenteils um Möbel- und Fachmarktanbieter in dezentraler Lage.

Bei Teppichen ist aufgrund der geringen Verkaufsflächenausstattung in Göttingen anzunehmen, dass derzeit ein großer Teil der für Teppiche verfügbaren Kaufkraft an andere Orte mit ausgeprägten Einzelhandelsstrukturen im Teppichsegment, z. T. außerhalb des Einzugsgebietes, abfließt. Vor diesem Hintergrund ist davon auszugehen, dass die Ansiedlung eines XXXL-Einrichtungshauses und eines POCO-Einrichtungsmarktes zu einer Steigerung der Kaufkraftbindung im Möbelkern- und möbelhandelstypischen Randsortimentsbereich führt und zentralitätssteigernde Effekte induziert. Diese Kaufkraftbewegungen bewirken Umsatzumverteilungen außerhalb des Einzugsgebietes.

Tabelle 10: Ermittelte Umteilungsvolumina

Stadt	Möbel		Teppiche		Lampen / Leuchten		GPK, Haushaltswaren, Bilder		Heimtextilien, Gardinen	
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Göttingen	18,0	25 - 26	0,2	26 - 27	1,4	21 - 22	1,9	6 - 7	1,2	12 - 13
davon ggü. ZVB	0,7	23 - 24	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	0,8	4 - 5	0,3	6 - 7
Duderstadt	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	0,1	10 - 11
davon ggü. ZVB	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.
Einbeck	0,5	7 - 8	0,2	15 - 16	0,1	9 - 10	< 0,1	n. n.	0,2	2 - 3
davon ggü. ZVB	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.
Hann. Münden	0,1	6 - 7	< 0,1	n. n.	0,1	21 - 22	< 0,1	n. n.	0,2	9 - 10
davon ggü. ZVB	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.
Northeim	3,0	19 - 20	< 0,1	n. n.	0,3	16 - 17	0,1	1 - 2	0,2	16 - 17
davon ggü. ZVB	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.
Uslar	0,2	4 - 5	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.
davon ggü. ZVB	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.
Witzenhausen	2,5	19 - 20	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.
davon ggü. ZVB	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.
Hardegsen	0,1	3 - 4	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.
davon ggü. ZVB	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.
Gieboldehausen	2,6	19 - 20	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.
davon ggü. ZVB	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.	< 0,1	n. n.

n.n. = nicht nachweisbar (< 100.000 €); Berechnung: GMA 2015

Hinsichtlich der Auswirkungen i. S. vom Umsatzumverteilungseffekten ist im Hinblick auf das **Kernsortiment Möbel** folgendes festzuhalten:

- Die wesentlichen Auswirkungen im Möbelkernsortiment sind in Göttingen selbst, sowie in Städten mit typgleichen / -ähnlichen Wettbewerbern (Möbelvollsortiment) anzutreffen. So sind gegenüber den Anbietern in Göttingen Umverteilungsquoten von ca. 23 – 26 %, zu erwarten, in Northeim und Witzenhausen von 19 – 20 %. Gegenüber den Möbelanbietern in Einbeck (7 – 8 %) und Hann. Münden (6 – 7 %) fallen die Umverteilungsquoten im Möbelsegment aufgrund der Angebotsstrukturen und der höheren Entfernung deutlich geringer aus.
- Die Auswirkungen im Möbelsegment gehen in den genannten Städten v.a. gegen dezentrale Standorte, wo ein Schwerpunkt der Möbelangebote ansässig ist. In Göttingen sind auch einige Spezialanbieter in innerstädtischen Lagen betroffen. Auf potenzielle städtebauliche Auswirkungen – auch im Hinblick auf die zentrenrelevanten Sortimente – wird im nachfolgenden Kapitel 3 näher eingegangen. Grundsätzlich ist jedoch festzuhalten, dass Möbel in den Sortimentslisten der kommunalen Einzelhandelskonzepte der untersuchten Städte als **nicht zentrenrelevante Sortimente** eingestuft sind.
- Das gleiche gilt für Teppiche und Lampen / Leuchten, die in den kommunalen Einzelhandelskonzepten (soweit vorhanden) als nicht-zentrenrelevant eingestuft werden und hauptsächlich an dezentralen Standorten angeboten werden (vgl. Tabelle 5).

3. Städtebauliche Auswirkungen

3.1 Darstellung potenzieller städtebaulicher Auswirkungen in zentralen Versorgungsreichen

Im Nachfolgenden wird bewertet, ob die ermittelten wettbewerblichen Auswirkungen im Sinne von Umsatzumverteilungseffekten in negative städtebauliche Auswirkungen umschlagen können.

An dieser Stelle ist bereits auf das Beeinträchtigungsverbot hinzuweisen, wonach zu prüfen ist, ob von dem geplanten Einzelhandelsgroßprojekt wesentliche Beeinträchtigungen auf die einzelnen Komponenten ausgeglichener Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung ausgehen. Angesichts der ermittelten Werte ist in keinem der zentralen Versorgungsbereiche in den betrachteten Städten des Untersuchungsraumes eine Umsatzumverteilungsquote von auch nur an-

nähernd 10 % in den zentrenrelevanten Sortimenten und somit eine Beeinträchtigung der Entwicklung und Funktionsfähigkeit der jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten²⁸. Lediglich in den im Einzelhandelskonzept Göttingen als nicht-zentrenrelevant eingestuften Sortimenten **Möbel** und **Lampen / Leuchten** werden nennenswerte Umverteilungsquoten erreicht, wobei die absoluten Größenordnungen sehr gering sind (deutlich < 1 Mio. €).

3.2 Bewertung einzelner zentraler Versorgungsbereiche

Insgesamt sind die stärksten Auswirkungen auf innerstädtische Einzelhandelslagen in Göttingen zu erwarten. Dabei sind in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (Möbel, Lampen / Leuchten) vergleichsweise hohe Umverteilungsquoten zu erwarten, in den zentrenrelevanten Sortimenten (5 – 7 %) liegen sie unterhalb eines abwägungsrelevanten Wertes von ca. 7 %. Zwar sind wettbewerbliche Wirkungen zu erwarten, nicht jedoch städtebauliche Auswirkungen.²⁹

3.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Göttingen

Die Göttinger Innenstadt befindet sich im historischen Stadtkern der Stadt Göttingen und weist sowohl historische Bausubstanz mit Fachwerk und historischem Stadtgrundriss als auch moderne / zeitgenössische Architektur auf. Einzelhändlerisch gesehen befindet sich die Hauptlage (1A-Lage) entlang der Weender Straße, die in der Innenstadt eine Nord-Süd-Achse darstellt, sowie teilweise entlang der Groner Straße, die in Ost-West-Richtung verläuft und auf den südlichen Teil der Weender Straße trifft. Die Einzelhandelsstruktur (nach GMA-Erhebung rd. 77.900 m², rd. 400 Ladenlokale) in der Göttinger Innenstadt weist sowohl kleinteilige Ladengeschäfte als auch großflächige Magnetbetriebe auf, die sich hauptsächlich entlang der Weender und der Groner Straße befinden³⁰. Im Norden der Weender Straße ist das Carré Göttingen (u.a. tegut, dm, Saturn, TK Maxx) situiert, welches das einzige klassische Geschäfts- / Einkaufszentrum in der Innenstadt von Göttingen darstellt. Zu den Magnetbetrieben in der Innenstadt zählen außerdem Karstadt, C&A, New Yorker, H&M (2x), sowie Karstadt Sport und Boecker. Der Branchenschwerpunkt liegt im Bereich Bekleidung / Schuhe / Sport, zahlreiche Anbieter (inkl. Monolabel-Stores) sind in Göttingen vertreten. Hierzu gehören u. a. Esprit, S.Oliver, Zero, Only, Wahlbusch, Cecil, Görtz17, Gina Laura, Hunkemöller, Runners Point und Bonita. Neben bundesweit agierenden Filialisten sind auch zahlreiche inhabergeführte Geschäfte, teils mit langjähriger Tradition in der Innenstadt zu

²⁸ Es wurde bereits darauf hingewiesen, dass Umsatzumverteilungen an noch weiter entfernt situierten Standorten nicht komplett auszuschließen sind, die allerdings aber marginaler Natur sein dürften.

Da es also im engeren Umkreis von Göttingen (Zone I und II) nicht zu städtebaulich relevanten Auswirkungen auf die jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche von zentralen Standorten niedriger(er) Zentralitätsstufe kommen wird, können etwaige relevante Auswirkungen für solche Standorte in der Zone III (Uslar, Heiligenstadt, Osterode) im Analogieschlussverfahren ausgeschlossen werden.

²⁹ In Gutachterkreisen wird davon ausgegangen, dass bei Umsatzumverteilungswirkungen von weniger als 7 % städtebauliche Effekte ausgeschlossen werden können, hier liegen rein wettbewerbliche Effekte vor. Bei Umverteilungswerten von 7 – 10 % werden die potenziellen städtebaulichen Effekte noch einmal näher betrachtet.

³⁰ Insgesamt verfügt die Göttinger Innenstadt über leistungsstarke Anbieter und einen attraktiven Nutzungsmix aus Einzelhandel, Dienstleistung / Gastronomie, öffentlichen / kulturellen Nutzungen sowie über die Universität, die über verschiedene Standorte in der Innenstadt verteilt ist.

finden. Im Einrichtungs- und Möbelsegment sind mehrere Anbieter ansässig, u. a. das Einrichtungshaus Günther und Diekmann Einrichtungen, kleinflächige Teppichanbieter (Nice Price Teppiche, Teppich Galerie) sowie Matratzen direct. Mit Anbietern wie Nanu Nana, Butlers, WMF und dem alteingesessenen Haushaltswarenspezialisten Tode sowie weiteren Anbietern (u.a. Tavola Picknick und Garten, NaUnd, Deko Graf, Kunststück, Galerie G) verfügt die Göttinger Innenstadt zudem über ein typisches Angebot im Bereich Haushaltswaren, GPK und Bilder.

Gemessen an der flächenseitigen Position nehmen die projektrelevanten Warengruppen Möbel (rd. 1.950 m² bzw. rd. 2,5 %), Teppiche (rd. 180 m² bzw. rd. 0,2 %), Lampen / Leuchten (rd. 170 m² bzw. rd. 0,2 %) nur geringe Flächenbeanspruchungen ein und stellen **keine strukturelevanten Leitbranchen** der Göttinger Innenstadt dar. Diese werden viel mehr durch das Leitsortiment Bekleidung, Schuhe, Sport (über 50 % der Verkaufsflächen) geprägt, die bei den zu betrachtenden Planvorhaben keine Rolle spielen. Nur das Sortiment Haushaltswaren / GPK / Bilder hat mit 4.740 m² eine Relevanz.

Tabelle 11: Verkaufsflächen in der Göttinger Innenstadt

Sortiment	Verkaufsfläche	
	in m ²	in %
Nahrungs- und Genussmittel	10.250	13,2
Gesundheit, Körperpflege	4.045	5,2
Blumen, zool. Bedarf	355	0,5
Bücher, Schreib- / Spielwaren	4.425	5,7
Bekleidung, Schuhe, Sport	41.685	53,5
Elektrowaren, Medien, Foto	3.685	4,7
Haushaltswaren, GPK, Bilder	4.740	6,1
Möbel	1.940	2,5
Heimtextilien, Bettwaren	2.035	2,6
Lampen / Leuchten	165	0,2
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	150	0,2
Teppiche	180	0,2
Optik / Uhren, Schmuck	1.950	2,5
Sonstige Sortimente	2.270	2,9
Σ Göttingen Innenstadt (ZVB)	77.890	100,0

GMA-Erhebung November 2014; GMA-Bearbeitung 2015

Mit Umsatzumverteilungsquoten von 5 – 6 % für Haushaltswaren, GPK und Bilder sowie von 6 – 7 % für Heimtextilien ist angesichts der gegebenen Strukturen in der Göttinger Innenstadt im Bereich der **zentrenrelevanten Sortimente** nicht von einer wesentlichen Beeinträchtigung von Magnetbetrieben auszugehen. Auch städtebauliche Auswirkungen in Teilräumen der Innenstadt sind nicht zu sehen, da sich die betreffenden Anbieter über die ganze Innenstadt verteilen.

Dies gilt auch für die Warengruppe Haushaltswaren, GPK und Bilder, bei der in der Göttinger Innenstadt neben Karstadt fünf flächengrößere Anbieter (Nanu Nana (2x), Tode, Butlers und Tiger, jeweils >150 m²) agieren, deren gemeinsame Geschäftsaufgabe aller Betriebe infolge der Ansiedlung von XXXL und POCO unwahrscheinlich ist. So könnten die Umsätze eines Anbieters bei Geschäftsaufgabe von den anderen Anbietern teilweise absorbiert werden, so dass die Funktionsfähigkeit und Versorgungssicherheit in diesem Sortiment in der Göttinger Innenstadt fortbestehen dürfte.

Im Bereich der **nicht-zentrenrelevanten Sortimente** liegen die Quoten mit 15 – 16 % bei Lampen / Leuchten und 23 – 24 % bei Möbeln deutlich höher. In diesem Zusammenhang ist v. a. auf das Einrichtungshaus Günther in der Johannistraße neben Karstadt hinzuweisen, das sich in einer Nebenlage (C-Lage) in zweiter Reihe zwischen Weender und Groner Straße befindet, die von wettbewerblichen Effekten betroffen sein könnten. Bei Teppichen liegen die Umverteilungswirkungen bei < 0,1 Mio. €, wettbewerbliche Auswirkungen sind hier fachgutachterlich nicht nachweisbar. So repräsentieren die nicht-zentrenrelevanten Warengruppen „Möbel / Einrichtungen“ sowie „Leuchten“, in denen die höchsten rechnerischen Umverteilungsquoten erreicht werden, nur rd. 2,5 % bzw. 0,2 % der gesamten innerstädtischen Göttinger Verkaufsflächen. Damit verfügen beide Warengruppen / Sortimente nur über vergleichsweise geringe Flächeninanspruchnahmen und stellen keine strukturprägenden Einzelhandelsbranchen des Göttinger Innenstadt Einzelhandels dar. Wettbewerbliche Effekte für die wenigen Anbieter dieser Branchen sind allerdings nicht völlig ausschließen. Da hier jedoch keine zentrenrelevanten Sortimente betroffen sind und keine Magnetbetriebe tangiert werden, sind **städtebauliche Beeinträchtigungen** i.S. eines Funktionsverlustes des zentralen Versorgungsbereiches **auszuschließen**.

3.2.2 Zentrale Versorgungsbereiche Northeim

In Northeim sind neben dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zwei Nahversorgungszentren (in der Fluth und Einbecker Landstraße) abgegrenzt worden. Die Northeimer Innenstadt weist hauptsächlich kleinteilige, historisch gewachsene Strukturen mit hohem Fachwerkanteil auf, im Kontrast dazu steht das seit jeher unter konzeptionellen Problemen 'krankende' City-Center Northeim, ein innerstädtisches Einkaufszentrum am Grafenhof. Die Hauptlage bildet die Fußgängerzone entlang der Straßen Am Münster, deren Verlängerung Breite Straße sowie Markt und Grafenhof.

Die Innenstadt ist durch kleinflächige Angebotsstrukturen und einen hohen Anteil an inhabergeführten Fachgeschäften gekennzeichnet, dabei liegt der Schwerpunkt³¹ auf Bekleidung. Großflächige Anbieter befinden sich im City-Center, dies sind insbesondere H & M und C & A, sowie Charles Vögele. Ergänzt wird das Angebot dort u.a. durch Bonita, Engbers, Gerry Weber Jeans Fritz und Kik. Die Sortimente Haushaltswaren, GPK und Bilder werden in Northeim vor allem bei

³¹ Vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept Northeim, 2009

Tisch und Trend Francke sowie bei Flo No.7 (Discounter für Schreibwaren, Bastelartikel, Deko- und Geschenkartikel) geführt. Möbelanbieter sind nicht anzutreffen. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept für Northeim aus dem Jahr 2009 sieht zudem vor, in der Innenstadt die hochzentrenrelevanten Sortimente (insb. Bekleidung) auszubauen und „höherwertige weniger transport-sensible Angebote³²“ in der Innenstadt zu konzentrieren.

Insgesamt weist die Innenstadt von Northeim daher nur geringe Sortimentsüberschneidungen mit dem Vorhaben XXXL / POCO in Göttingen auf. Bei Haushaltswaren, GPK und Bildern sind jedoch Umsatzumverteilungsquoten von rd. 3 – 4 % zu erwarten, bei den übrigen vorhabenrelevanten Sortimenten liegen die absoluten Umsatzumverteilungsvolumina bei < 0,1 Mio. €, wettbewerbliche Auswirkungen sind daher fachgutachterlich nicht nachweisbar. Gleiches gilt für die Nahversorgungszentren In der Fluth (Kaufland, Lidl, ABC-Schuhe, Deichmann) und Einbecker Landstraße (Rewe). Somit sind keine Magnetbetriebe betroffen und aufgrund der geringen Umsatzumverteilungsquoten sind **keine städtebaulichen Beeinträchtigungen** i.S. eines Funktionsverlustes des zentralen Versorgungsbereiches **zu erwarten**.

3.2.3 Zentraler Versorgungsbereich Einbeck

Die Innenstadt von Einbeck ist durch den historischen Stadtgrundriss und ihre Fachwerkhäuser geprägt. Die Hauptlage befindet sich in der Fußgängerzone, die sich über Bereich Marktstraße / Marktplatz sowie die Straßen Lange Brücke und Hallenplan erstreckt. Die Innenstadt ist durch kleinflächige Angebotsstrukturen und einen hohen Anteil an inhabergeführten Fachgeschäften gekennzeichnet, dabei liegt der Schwerpunkt auf Bekleidung. Als Magnetbetriebe sind das Modehaus Schünemann sowie Woolworth zu nennen, ergänzt wird das Angebot um einige Filialisten (u. a. Gina Laura, Street One, NKD, EP Johannis).

Im Möbelkernsortiment ist auf den innerstädtischen Küchenanbieter H&G Küchenwelt hinzuweisen, im Bereich Haushaltswaren, GPK und Bilder besteht mit z. T. alteingesessenen Fachgeschäften, u. a. Porzellan Reinert, Heitmann Haushaltswaren und DIVA Deko Ideen ebenfalls ein ausgeprägtes Angebot. Mit Teppichhof Kohnsen ist ein innerstädtischer Teppichanbieter vorhanden. Kaufhäuser oder Einkaufszentren sind in der Einbecker Innenstadt nicht anzutreffen, großformatige Einzelhandelsanbieter konzentrieren sich auf dezentrale Fachmarktstandorte. Daher liegen die Umsatzumverteilungen gegenüber den Anbietern innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt in allen Sortimenten deutlich < 0,1 Mio. €, wettbewerbliche Auswirkungen werden aus fachgutachterlicher Sicht **nicht in städtebauliche Effekte umschlagen** können.

³² ebenda, S. 56

3.2.4 Zentraler Versorgungsbereich Duderstadt

Die Innenstadt von Duderstadt ist ebenfalls durch den historischen Stadtgrundriss und ihre Fachwerkhäuser geprägt. Die Hauptlage befindet sich in der Fußgängerzone, die sich über Bereich Marktstraße sowie die umliegenden Gassen erstreckt. Die Innenstadt ist durch kleinflächige Angebotsstrukturen und einen recht ausgewogenen Mix an inhabergeführten Fachgeschäften und Filialisten gekennzeichnet, dabei liegt der Schwerpunkt auf Bekleidung, Schuhe und Sport. Magnetbetriebe sind C&A sowie das Modehaus E+R, das in Duderstadt mehrfach präsent ist. Im Sportbereich ist auf Intersport Mitschke hinzuweisen. Des Weiteren sind u. a. Takko, Bonita, Gina Laura und Reno ansässig, sowie inhabergeführte Fachgeschäfte wie Schuhe Kruhn in direkter Nachbarschaft.

Möbel, Teppiche sowie Lampen / Leuchten werden in der Innenstadt nur sehr untergeordnet geführt, etwa als Randsortimente bei Wohn Art Wohnen und Terrasse. Im Bereich GPK ist auf den Anbieter Eisen Krone hinzuweisen, insgesamt spielen die untersuchungsrelevanten Sortimente in der Innenstadt von Duderstadt jedoch nur eine untergeordnete Rolle. Die Umsatzumverteilungen gegenüber den Anbietern innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt liegen daher in allen Sortimenten deutlich < 0,1 Mio. €, **städtebauliche Auswirkungen** sind somit fachgutachterlich **nicht nachweisbar**.

3.2.5 Zentraler Versorgungsbereich Hann. Münden

Auch die Innenstadt von Hann. Münden ist durch den historischen Stadtgrundriss und ihre Fachwerkhäuser geprägt. Die Hauptlage befindet sich in der langgestreckten Fußgängerzone, die sich über Bereich Lange Straße / Markt / Marktstraße sowie tlw. über die umliegenden Gassen erstreckt. Die Innenstadt ist durch kleinflächige Angebotsstrukturen und einen hohen Anteil an inhabergeführten Fachgeschäften gekennzeichnet, mit Schwerpunkten bei Bekleidung und Gastronomie (Imbissbetriebe). Unter den wenigen Filialisten finden sich NKD, Telekom, Schuh Mann und Gina Laura, außerdem sind mehrere Optiker anzutreffen. Im Bereich Markt bieten kleine Geschäfte Glas, Porzellan und Keramikartikel (v. a. auch für die touristische Nachfrage) an. In der Langen Straße sind vereinzelt Leerstände zu verzeichnen, Magnetbetriebe sind nicht auszumachen. Generell ist die Angebotsstruktur durch kleine Anbieter geprägt. Daher liegen auch hier die Umsatzumverteilungen gegenüber den Anbietern innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt in allen Sortimenten deutlich < 0,1 Mio. €, **städtebauliche Auswirkungen** sind **nicht nachweisbar**.

3.2.6 Zentraler Versorgungsbereich Uslar

Die Stadt Uslar verfügt über eine historische Innenstadt mit kleinteiligem Fachgeschäftsbesatz, deren Hauptlage durch die Lange Straße gebildet wird, sowie über verschiedene Fachmärkte (Möbelmarkt Wehe, Hagebaumarkt) in Gewerbegebietslage. Die Innenstadt ist hauptsächlich

durch Anbieter des kurz- und mittelfristigen Bedarfs geprägt, mit Angebotsschwerpunkten bei Bekleidung, Schuhe, Sport (Cecil, Ernsting's Family) sowie Nahversorgung, insb. Gesundheit, Körperpflege (u.a. Rossmann). Der Hauptanbieter Möbelmarkt Wehe hat sich auf hochwertige Möbel spezialisiert und weist als Spezialanbieter ein geringeres Überschneidungspotenzial mit dem Vorhaben XXXL / POCO auf, als andere Möbelhäuser. Für Uslar ist im Möbelbereich mit einer Umsatzumverteilung von ca. 0,2 Mio. € zu rechnen, was einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 4 – 5 % entspricht. Umsatzumverteilungen in den projektrelevanten Randsortimenten sind nicht nachweisbar.

3.2.7 Zentraler Versorgungsbereich Witzenhausen {Zusatzbeurteilung 2016}

Die Innenstadt der Kleinstadt Witzenhausen ist südlich der Werra gelegen und ist durch ihren historischen Stadtgrundriss und den kleinteiligen Fachwerkbestand geprägt. Die Hauptlage befindet sich in der Fußgängerzone an der Brückenstraße sowie am Markt und in der Ermschwerder Straße. Insgesamt ist die Innenstadt v. a. durch Gastronomie / Hotellerie sowie Cafés geprägt, die Einzelhandelsnutzung spielt nur eine untergeordnete Rolle. Auch sind die Fußgängerfrequenzen in der Innenstadt eher gering. Großflächige Einzelhandelsbetriebe befinden sich außerhalb der Innenstadt nördlich der Werra. Hier sind u. a. tegut, Aldi, Lidl sowie der Möbeldiscounter Möbelpiraten zu finden, das Herkules SB-Warenhaus und der Herkules Baumarkt sowie Möbel C. J. Jäger sind im Norden des Kernortes situiert.

In der Innenstadt ist kleinteiliger inhabergeführter Geschäftsbesatz strukturprägend. Neben Anbietern des Lebensmittelhandwerks sind zahlreiche discountorientierte Anbieter in der Innenstadt vertreten. Der kleinteilige Geschäftsbesatz wird u. a. ergänzt durch Takko, Mäc Geiz und Rossmann. Im Bereich GPK ist auf die Anbieter „Rund um die Kirsche“ und Hugo Haase Porzellan hinzuweisen, die nebeneinander in der Walburger Straße angesiedelt sind. Weitere Angebote im Bereich GPK sind bei Margaretenladen und bei Mäc Geiz vorzufinden. Insgesamt spielen die untersuchungsrelevanten Sortimente in der Innenstadt von Witzenhausen jedoch nur eine untergeordnete Rolle. Kaufhäuser oder Einkaufszentren sind in der Innenstadt von Witzenhausen nicht anzutreffen, großformatige Einzelhandelsanbieter konzentrieren sich auf die beiden Standorte nördlich der Werra in Gewerbegebietslage.

Daher liegen die Umsatzumverteilungen gegenüber den Anbietern innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs³³ Innenstadt in allen Sortimenten deutlich < 0,1 Mio. €. Wettbewerbliche Auswirkungen werden auf fachgutachterlicher Sicht nicht in städtebauliche Effekte umschlagen.

³³ Die Stadt Witzenhausen verfügt nicht über ein Einzelhandelskonzept, daher wurde der zentrale Versorgungsbereich durch die Gutachter anhand der tatsächlichen örtlichen Gegebenheiten abgegrenzt.

3.2.8 Grundzentren Hardegsen und Gieboldehausen

Der Einzelhandelsbestand in der Innenstadt von Hardegsen konzentriert sich auf die Straße „Vor dem Tore“ und die „Lange Straße“, wo hauptsächlich Dienstleister und Nahversorgungsanbieter (Apotheke, Lebensmittelhandwerk) zu finden sind. Bei dem Hauptanbieter im Möbelbereich, Möbel Bauer, handelt es sich um einen handwerklich geprägten Familienbetrieb mit hoher Service- / Beratungsorientierung, der sich ebenfalls auf höherwertige Möbel und Wohneinrichtungen spezialisiert hat und außerdem ein Bestattungsinstitut / eine Tischlerei betreibt. Für Hardegsen ist im Möbelbereich mit einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 0,1 Mio. € zu rechnen. Die Umsatzumverteilungsquote liegt bei ca. 3 – 4 %. Aufgrund des fehlenden Angebotes sind bei den projektrelevanten Randsortimenten keine Umsatzumverteilungseffekte nachweisbar.

Weder in Uslar noch in Hardegsen sind durch das Vorhaben negative städtebauliche Auswirkungen oder eine wesentliche Beeinträchtigung der spezialisierten Anbieter zu erwarten.

In Gieboldehausen konzentriert sich der Geschäftsbesatz entlang der Marktstraße, größter Anbieter in der Innenstadt ist Rewe. In der Straße Hohe Leuchte befindet sich der Küchenspezialist Möbel Grobecker. In dezentraler Gewerbegebietslage sind u. a. Aldi, Lidl und das Eichsfelder Möbelcenter situiert, mit ca. 9.500 m² Verkaufsfläche der größte Möbelanbieter im Grundzentrum Gieboldehausen. Für Gieboldehausen ist im Möbelbereich mit einer Umsatzumverteilungsquote von ca. 2,7 Mio. € zu rechnen. Die Umsatzumverteilungsquote liegt bei ca. 21 – 22 % und wird hauptsächlich in der Gewerbegebietslage wirksam werden. Aufgrund des fehlenden Angebotes sind bei den projektrelevanten Randsortimenten keine Umsatzumverteilungseffekte nachweisbar.

3.3 Fazit der städtebaulichen Auswirkungen

Zusammenfassend sind in den zentralen Versorgungsbereichen im Einzugsgebiet, mit Ausnahme von Göttingen, keine wettbewerblichen Wirkungen zu erwarten, ebenso keine negativen städtebaulichen Auswirkungen im Sinne von Frequenzverlusten in Teilräumen der Innenstädte oder eine absehbare Leerstandsproblematik, zumal in den projektrelevanten Sortimenten eher geringe Flächenbeanspruchungen (= sehr geringe Strukturprägung) zu konstatieren sind. Dies gilt auch für die schwächeren Standorte unter den betrachteten Mittelstädten. In Northeim stehen derzeit Teile des Obergeschosses im seit jeher unter konzeptionellen Strukturproblemen 'krankenden' City-Center Northeim leer, hier sind jedoch keine Anbieter von vorhabenrelevanten Sortimenten ansässig. Auch in Hann. Münden sind einige Leerstände, insbesondere in der Langen Straße, festzustellen. Auch hier sind jedoch kaum Überschneidungen mit den vorhabenrelevanten Sortimenten der Ansiedlung von XXXL / POCO in Göttingen festzustellen. Bei Orten niedrigerer Zentralität oder zentralen Orten in größerer Entfernung sind daher aufgrund eines geringeren Angebotsspektrums in den relevanten Ansiedlungsbranchen bzw. der größeren Entfernung zum Planvorhaben abermals geringere Auswirkungen zu erwarten.

In Göttingen sind die höchsten Umverteilungsquoten bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zu erwarten, bei den zentrenrelevanten Sortimenten liegen die Umverteilungswirkungen gegenüber den Anbietern im zentralen Versorgungsbereich unterhalb von 7 %. Auch hier sind keine städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten.

3.4 Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung / zentralörtliche Funktion {neu 2016}

Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung und die Funktionsfähigkeit Zentraler Orte dürfen durch neue Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Hierzu werden im Folgenden auf Wunsch der Mittelzentren im Einzugsgebiet auch Standorte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche sowie nicht-zentrenrelevante Sortimente untersucht, die v. a. an dezentralen Standorten wie ehemals gewerblich genutzten Bereichen angesiedelt sind. Die hier ansässigen Fachmärkte weisen zumeist eine erhebliche Größe von mehreren 1.000 m² VK auf und sprechen einen weitläufigen Einzugsbereich an. Diese spezialisierten Fachmärkte decken regelmäßig nur einen begrenzten Warenbedarf ab und werden nicht durch Komplementärnutzungen wie etwa Dienstleistungsangebote ergänzt. Diese Bereiche weisen keine für ein Zentrum erforderliche weitreichende Versorgungsfunktion für ihren Einzugsbereich auf und stellen daher keine zentralen Versorgungsbereiche dar.³⁴

Sortimente mit kurzfristigem Beschaffungsrhythmus (periodische Sortimente) sollen möglichst verbrauchernah angeboten werden, diese Sortimente sind der allgemeinen täglichen Grundversorgung zuzurechnen. Sortimente mit mittel- und langfristigem Beschaffungsrhythmus (aperiodische Sortimente) können lt. LROP zwar die Grundversorgung ergänzen, gelten jedoch als Kernbestand der überörtlichen Versorgungsfunktion der Mittel- und Oberzentren.³⁵ Bei Möbeln ist die verbrauchernahe Versorgung demnach weiträumiger definiert (überörtlich) als bei den Sortimenten des periodischen Bedarfs.

Der Begründung für das LROP 2008 ist zu prüfen, ob von dem geplanten Einzelhandelsgroßprojekt wesentliche Beeinträchtigungen auf die einzelnen Komponenten ausgeglichener Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung ausgehen. „Hierbei steht aus raumordnerischer Sicht nicht allein die durch das Einzelvorhaben bzw. durch Einzelhandelsagglomerationen bewirkte Umsatzumverteilung im Vordergrund, sondern auch Kennziffern zur Zentralitätsentwicklung und zur Nachfrageentwicklung im Einzugsbereich des Vorhabens“.

³⁴ Vgl. Kuschnerus: Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn 2007, S. 86.

³⁵ Vgl. Begründung zum Entwurf der Änderungsverordnung LROP Niedersachsen 2016.

3.4.1 Göttingen {neu 2016}

Die verbrauchernahe Versorgung mit dem Sortiment Möbel wird sich in Göttingen durch die Ansiedlung von XXXL und POCO nicht verschlechtern. Selbst im Falle des Ausscheidens eines Wettbewerbers aus dem Markt wäre eine verbrauchernahe Versorgung mit Möbeln weiterhin gewährleistet, allein schon durch die Tatsache des zusätzlichen Markteintritts zweier neuer Möbelwettbewerber. Die Funktionsfähigkeit des Oberzentrums Göttingen würde durch die Ansiedlung eines zeitgemäßen Wohnkaufhauses insgesamt gestärkt.

3.4.2 Northeim {neu 2016}

Es ist im Rahmen des Beeinträchtigungsverbotes zu untersuchen, ob die verbrauchernahe Versorgung und die mittelzentrale Funktionsfähigkeit der Stadt Northeim durch einen möglichen Wegfall des Anbieters Möbel Bäucke beeinträchtigt werden können. Hierzu ist eine Analyse des Möbelangebotes in Northeim notwendig.

Möbel werden in Northeim hauptsächlich bei Möbel Bäucke (Über dem Hellewege) sowie bei Matratzen Concord und Küchenstudio Noack angeboten. Den mit ca. 10.000 m² Verkaufsfläche größten Anbieter stellt Möbel Bäucke dar, der im Gewerbegebiet MEC an der B 3 im Süden Northeims situiert ist. Das außerhalb des zentralen Siedlungsgebietes³⁶ der Stadt Northeim gelegene Gewerbegebiet ist durch zahlreiche großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten geprägt und stellt den dominierenden Einzelhandelsstandort in Northeim dar. Im direkten Umfeld befinden sich u. a. OBI, Expert Teichert, Marktkauf, Aldi und der Sonderpostenmarkt Wiglo Wunderland. Das Gewerbegebiet ist insbesondere durch Marktkauf und OBI geprägt, die über großflächige Parkieranlagen verfügen und ein weitreichendes Einzugsgebiet ansprechen.

In Northeim sind Umsatzrückgänge im Möbelsortiment von ca. 19 – 20 % zu erwarten, die naturgemäß auch zu Lasten des Anbieters Möbel Bäucke gehen dürften. Der Betrieb befindet sich nördlich der Agglomeration Hillerstraße / Über dem Hellewege (u. a. Marktkauf, Expert, OBI, Aldi). Das Gebäude aus den 1990er Jahren verfügt nördlich anschließend über einen nicht befestigten Parkplatz und ist in der Vergangenheit durch Anbauten mehrfach erweitert worden. Hierdurch ist die Immobilie selbst teilweise verwinkelt (Bestandsbau / Anbau) und der Parkplatz vom Haupteingang aus nur durch eine umständliche Umgehung des gesamten Gebäudes zugänglich. Im Inneren wirkt das Haus insgesamt etwas altbacken. Belichtung, Inneneinrichtung und Deckenabhängungen sind nicht mehr zeitgemäß. Mit den gelb lackierten Geländern als Designelementen wirkt der Marktauftritt insgesamt unzeitgemäß. Eine Rolltreppe ist nicht vorhanden, man erreicht das 1. Obergeschoss über Treppen oder über einen Aufzug. Das Personal ist freundlich und

³⁶ Gutachterliche Vor-Ort-Einschätzung, das RROP des LK Northeim befindet sich in Neuaufstellung.

wirkt kompetent. Insgesamt weist Möbel Bäucke in Northeim hinsichtlich des Marktauftritts Zeichen von spürbarem Investitionsstau auf, sodass Möbel Bäucke durch Eigeninvestitionen einen nennenswerten Beitrag zu einer zukunftsfähigen Neuaufstellung leisten könnte.

Der Konkurrenzdruck im Möbelsegment ist in Northeim bislang eher als niedrig einzuordnen, da die Betriebe im Umland allesamt ähnlich aufgestellt sind und es in Northeim selbst keine Konkurrenz gibt. Durch die Ansiedlung eines modernen Wohnkaufhauses in Göttingen wird sich der Möbelmarkt in Northeim an ein stärkeres Wettbewerbsumfeld anpassen müssen. Hierbei ist positiv hervorzuheben, dass der Möbelmarkt an der Zufahrt zum bedeutenden Northeimer Sonderstandort im Gewerbegebiet MEC liegt, dessen Leitbetriebe (insbesondere Marktkauf, OBI, Expert) nur geringe bis keine Sortimentsüberschneidungen mit dem Vorhaben von XXXL und POCO in Göttingen aufweisen und daher nicht oder nur marginal in einem oder wenigen Randsortimenten betroffen sein werden. Es ist also nicht von einem ausgeprägten Frequenzrückgang am Sonderstandort in Northeim auszugehen.

Der Northeimer Sonderstandort ist aufgrund der verfügbaren Grundstücksgrößen und der durch die Leitbetriebe des kurz- und langfristigen Bedarfs induzierten Pkw-Frequenzen für den Betrieb eines Möbelhauses gut geeignet. Bei Eigeninvestitionen bietet die mit Handlungsbedarf ausgestattete Immobilie selbst in mehreren Bereichen Möglichkeiten, sich einer stärkeren Konkurrenzsituation anzupassen. Somit bestehen am Standort Potenziale, den Möbelstandort Northeim zu stabilisieren und marktadäquat aufzustellen. Unter Annahme der Schaffung eines in jeder Hinsicht modernen und zeitgemäßen Marktauftrittes ist ein Ausscheiden von Möbel Bäucke eher unwahrscheinlich.

Für den Fall eines Marktaustrittes von Möbel Bäucke wird im Folgenden untersucht, ob sich hieraus eine wesentliche Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung sowie der Funktionsfähigkeit des Zentralen Ortes ergeben würden.

Verbrauchernahe Versorgung {neu 2016}

Außer Möbel Bäucke sind innerhalb eines 30 Pkw-Fahrminuten-Radius weitere Möbelanbieter zu erreichen: SB-Möbel Boss (Einbeck), Einrichtungshaus Günther, Böning Wohnstudio, Helten Designdepot, Möbel Sconto, Bono Möbel- und Einrichtungshaus, SB-Möbel Boss, Bono Pick & pay Trendig Wohnen (allesamt Göttingen) und Jumbo Möbeldiscount (Bovenden). Auch der Vorhabenstandort von XXXL und POCO befindet sich innerhalb des 30-Minuten Fahrradius. Somit ist eine Versorgung der Northeimer Bevölkerung mit dem Sortiment Möbel ein einem für dieses Sortiment üblichen Zeitrahmen auch unter der worst case-Annahme des Marktaustrittes von Möbel Bäucke gewährleistet. Auch ist zu sehen, dass selbst im Falle des Marktaustrittes von Möbel Bäucke dann freiwerdende Umsätze von anderen Marktteilnehmern durch Neubesetzung übernommen werden könnten, was zwangsläufig die möbelhändlerische Position Northeims wieder festigen würde.

Zentralörtliche Funktionsfähigkeit {neu 2016}

Das Einzelhandelskonzept der Stadt Northeim gibt für das Jahr 2008 eine Zentralität von 134 an.³⁷ Für das Jahr 2016 wird für die Stadt Northeim eine Zentralität von 140 angegeben.³⁸ Unter der worst case-Annahme, dass Möbel Bäucke infolge der Ansiedlung von XXXL und POCO in Göttingen den Betrieb einstellt, würde sich die Zentralität der Stadt Northeim auf ca. 130 verringern. Somit würden die Einzelhandelsumsätze in Northeim die lokale Kaufkraft noch um ca. 30 % übersteigen. Eine Abhängigkeit der zentralörtlichen Funktionsfähigkeit des Mittelzentrums Northeim vom Vorhandensein des Anbieters Möbel Bäucke ist nicht nachweisbar.

3.4.3 Witzenhausen {Zusatzbeurteilung 2016}

Es ist im Rahmen des Beeinträchtigungsverbotes zu untersuchen, ob die verbrauchernahe Versorgung und die mittelzentrale Funktionsfähigkeit der Stadt Witzenhausen durch einen möglichen Wegfall des Anbieters Möbel C. J. Jäger beeinträchtigt werden können. Hierzu ist eine Analyse des Möbelangebotes in Witzenhausen³⁹ notwendig.

Möbel werden in Witzenhausen v. a. bei Möbel C. J. Jäger und dem Möbel-Discounter Möbel Piraten angeboten. Beide Betriebe befinden sich in Gewerbegebietslage⁴⁰ nördlich der Werra.

In Witzenhausen sind Umsatzrückgänge im Möbelsortiment von ca. 19 – 20 % zu erwarten, die naturgemäß auch zu Lasten der Anbieter Möbel C. J. Jäger und Möbel Piraten gehen dürften. Der Anbieter Möbel Piraten am Standort An der Bohlenbrücke bedient das untere Preissegment und weist sehr geringe Besucherfrequenzen auf. Der Anbieter C.J. Jäger (ca. 7.500 m² VK) befindet sich am nordwestlichen Ortsausgang des Ortsteils Witzenhausen an der B 80 Mündener Straße (Richtung Hann. Münden) in verkehrsorientierter Gewerbegebietslage und spricht das mittlere Preissegment an. Im direkten Umfeld ist der Einzelhandelsschwerpunkt Witzenhausens situiert, der Herkules Baumarkt mit dem Herkules E-Center (SB-Warenhaus) im Obergeschoss an der Bischhäuser Aue, die als moderne großflächige Anbieter (insg. ca. 8.500 m² VK) flächengroße Betriebe der Stadt Witzenhausen darstellen. Das Gebäude von Möbel C. J. Jäger ist innen teilweise verwinkelt und wirkt insgesamt etwas altbacken. Die Inneneinrichtung wirkt „zugestellt“ und überladen, die Deckenabhängungen sind nicht mehr zeitgemäß. Das Personal ist freundlich und

³⁷ Quelle: Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Northeim, Einzelhandels- und Zentrenkonzept, Hamburg 2009.

³⁸ Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg und CIMA Beratung und Management GmbH / BBE Handelsberatung GmbH, München 2016.

³⁹ Vor-Ort-Begehung im Juli 2016

⁴⁰ Regionalplan Nordhessen (2009): Vorranggebiet Industrie und Gewerbe Bestand

wirkt kompetent. Insgesamt weist Möbel C. J. Jäger in Witzenhausen sehr nennenswerten Modernisierungsbedarf auf, erzielt aber gem. Geschäftsbericht (veröffentlicht im Bundesanzeiger) sehr zufriedenstellende Umsätze⁴¹.

Die Wettbewerbssituation in Witzenhausen wird durch die Lage zwischen den jeweils ca. 30 Minuten entfernt liegenden Oberzentren Kassel und Göttingen geprägt, auch am Standort Kassel (inkl. Fuldaabrück) sind leistungsfähige, großflächige Anbieter ansässig (u. a. IKEA, Möbel Finke). Südöstlich (u. a. Hessisch-Lichtenau, Eschwege, Heilbad Heiligenstadt) lässt die Wettbewerbsdichte deutlich nach. Durch die Ansiedlung eines modernen Wohnkaufhauses in Göttingen werden sich die Möbelmärkte in Witzenhausen an ein stärkeres Wettbewerbsumfeld anpassen müssen. Hierbei ist positiv hervorzuheben, dass Möbel C. J. Jäger in direkter Nachbarschaft zum bedeutenden Herkules-Standort im Gewerbegebiet liegt, der nur geringe bis keine Sortimentsüberschneidungen mit dem Vorhaben von XXXL und POCO in Göttingen aufweist und daher nicht oder nur marginal in einem oder wenigen Randsortimenten betroffen sein wird. Auch hier ist also nicht von einem ausgeprägten Frequenzrückgang im Standortumfeld von Möbel C. J. Jäger in Witzenhausen auszugehen.

Der Gewerbegebietsstandort nördlich der Werra ist aufgrund der verfügbaren Grundstücksgrößen und der durch die Leitbetriebe des kurz- und langfristigen Bedarfs induzierten Pkw-Frequenzen für den Betrieb eines Möbelhauses gut geeignet. Wie in Northeim bietet die Immobilie bei Eigeninvestition selbst sowie die Gestaltung des Verkaufsraums in mehreren Bereichen Möglichkeiten, sich einer stärkeren Konkurrenzsituation anzupassen. Durch die direkte Nachbarschaft Witzenhausens zum Mittelzentrum Hann. Münden, das nicht über ein vergleichbares Möbelhaus verfügt, kann zudem auf eine größere Potenzialbasis reflektiert werden. Auch durch den geringeren Wettbewerbsdruck südöstlich der Stadt Witzenhausen ist ein Ausscheiden von Möbel C. J. Jäger eher unwahrscheinlich, größter Wettbewerber hier ist der Standort von Möbel C. J. Jäger in Oberdorla.

Für den Fall eines Marktaustrittes von Möbel C. J. Jäger wird im Folgenden untersucht, ob sich hieraus eine wesentliche Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung sowie der Funktionsfähigkeit des Zentralen Ortes ergeben würden.

⁴¹ Aus dem Geschäftsbericht 2014 der C.J. Möbel-Jaeger GmbH & Co. KG, Witzenhausen: "Nachdem wir im Jahr 2014 den Umsatz vom Vorjahr halten konnten, gehen wir davon aus, den Umsatz im Jahr 2015 nochmals leicht steigern zu können. Die Arbeitslosigkeit wird sich voraussichtlich nicht erhöhen, die Löhne werden weiter leicht steigen. Wir sehen von daher im Normalfall keine kritische Konsumsituation. Ein Risiko könnte die Krisensituation im nahen Osten und die damit verbundenen konjunkturellen Einbußen bedeuten. Neben den branchenüblichen Risiken sind keine speziellen Risiken bekannt, die die zukünftige Entwicklung der Gesellschaft beeinträchtigen könnten. Wesentliche Risiken, die in Zukunft Einfluss auf die Vermögens, Finanz und Ertragslage der Gesellschaft nehmen, sind nicht erkennbar."

Verbrauchernahe Versorgung { Zusatzbeurteilung 2016 }

Außer Möbel C. J. Jäger sind innerhalb eines 30 Pkw-Fahrminuten-Radius weitere Möbelanbieter zu erreichen: Möbelpiraten (Witzenhausen), Einrichtungshaus Günther, Böning Wohnstudio, Helten Designdepot, Möbel Sconto, Bono Möbel- und Einrichtungshaus, SB-Möbel Boss, Bono Pick & pay Trendig Wohnen (allesamt Göttingen), Jumbo Möbeldiscount (Bovenden), POCO, IKEA, Möbel Roller, Möbel Finke, Preisrebell, Möbel Schaumann SB-Möbel Boss (allesamt Kassel). Auch der Vorhabenstandort von XXXL und POCO befindet sich innerhalb des 30-Minuten Fahrradius. Somit ist eine Versorgung der Witzenhausener Bevölkerung mit dem Sortiment Möbel in einem für dieses Segment üblichen Zeitrahmen auch unter der worst case-Annahme des Marktaustritts von Möbel C. J. Jäger gewährleistet.

Analog zu Northeim ist auch zu sehen, dass selbst im Falle des Marktaustritts von C. J. Jäger dann freiwerdende Umsätze von anderen Marktteilnehmern durch Neubesetzung übernommen werden könnten, was zwangsläufig die möbelhändlerische Position Witzenhausens wieder festigen würde.

Zentralörtliche Funktionsfähigkeit { Zusatzbeurteilung 2016 }

Für das Jahr 2016 wird für die Stadt Witzenhausen (ca. 14.900 EW) eine Zentralität von 114 angegeben.⁴² Unter der worst case-Annahme, dass Möbel C. J. Jäger infolge der Ansiedlung von XXXL und POCO in Göttingen den Betrieb einstellt, würde sich die Zentralität der Stadt Witzenhausen auf ca. 101 verringern, damit etwa die Zentralität vergleichbarer Mittelzentren im Untersuchungsraum erreichen (z. B. Uslar; ca. 14.300 EW, Zentralität 2016: 94,6). Eine Abhängigkeit der zentralörtlichen Funktionsfähigkeit des Mittelzentrums Witzenhausen vom Vorhandensein des Anbieters Möbel C. J. Jäger ist nicht nachweisbar.

4. Auswirkungen auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung

Im Folgenden werden die wesentlichen Ziele der Raumordnung und Landesplanung aus dem Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen 2008 (letzte Änderung: 2012) sowie aus dem Entwurf für den Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen (Stand 2016) dargestellt und kommentiert. Dabei werden jeweils zunächst kursiv die wesentlichen Aussagen der Ziele zusammengefasst (vgl. Kapitel I.2) und anschließend im Hinblick auf die Ansiedlung XXXL / POCO kommentiert (nicht kursiv).

⁴² Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg und CIMA Beratung und Management GmbH / BBE Handelsberatung GmbH, München 2016.

Konzentrationsgebot {neu 2016}

Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Orts zulässig.

Die Umsetzung der geplanten Möbelfachmarktansiedlungen von XXXL / POCO würde die Etablierung großflächiger Einzelhandelsbetriebe gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO in einem Oberzentrum darstellen. Nach Angaben der Stadt Göttingen befindet sich der Planstandort innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes. Nach dem sog. Göttingen Gesetz (Gesetz über die Neugliederung des Landkreises und der Stadt Göttingen) ist die Stadt Göttingen Träger der Regionalplanung für das Stadtgebiet, der Flächennutzungsplan ersetzt hier den Regionalplan. Im Flächennutzungsplan der Stadt Göttingen ist der Standort als gewerbliche Baufläche (G) dargestellt. Bedingt durch seine siedlungsstrukturelle Zugehörigkeit zum Göttinger Stadtgebiet kann das Projektareal als innerhalb eines zentralen Siedlungsgebietes gelegen eingestuft werden. Das **Konzentrationsgebot** wird somit erfüllt.

Integrationsgebot {neu 2016}

Der Standort befindet sich in einem gewerblich genutzten Standortbereich an der A 7 und somit nicht in einer städtebaulich integrierten Lage. Im Einzelhandelskonzept Göttingen ist der Standort als Erweiterungsfläche für den Sonderstandort West (v. a. Kaufpark Göttingen) dargestellt.

Neue Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten sind ... außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen an verkehrlich gut erreichbaren Standorten innerhalb des zentralen Siedlungsbereiches zulässig, 1) wenn die Verkaufsfläche für innenstadtrelevante Randsortimente nicht mehr als 10 vom Hundert der Gesamtverkaufsfläche und höchstens 800 m² beträgt oder 2) wenn sich aus einem verbindlichen regionalen Einzelhandelskonzept die Raumverträglichkeit eines größeren Randsortimentes ergibt und sichergestellt wird, dass der raumordnungsverträglich zugelassene Umfang der Verkaufsfläche für das innenstadtrelevante Randsortiment auf das geprüfte Einzelhandelsgroßprojekt beschränkt bleibt.

Das geplante Vorhaben weist mit 3.300 m² VK für zentrenrelevante Randsortimente einen Anteil von nicht mehr als 10 % der Verkaufsflächen auf. Der absolute Wert von max. 800 m² VK wird jedoch überschritten. Das von Junker und Kruse erarbeitete Einzelhandelskonzept Göttingen (2013), das vom Rat der Stadt Göttingen im Februar 2014 verbindlich beschlossen wurde, erstreckt sich auf den gesamten Planungsraum des Göttinger Flächennutzungsplanes und somit über das gesamte Gebiet der Göttinger Regionalplanung. Es tritt funktional an die Stelle eines regionalen Einzelhandelskonzeptes, enthält jedoch keine Aussagen über die Verträglichkeit eines größeren Randsortimentes. Die Frage, welche zentrenrelevanten Randsortimente in Göttingen ausgebaut werden können, ohne die umliegenden zentralen Orte zu beeinflussen, ist im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes nicht behandelt worden.

Das LROP 2008 / 2012 enthält keine Aussagen zum Inhalt bzw. Prozedere eines regionalen Einzelhandelskonzeptes. Daher ist eine Prüfung der Verträglichkeit eines größeren Randsortimentes nicht zwangsläufig integraler Bestandteil eines solchen Konzeptes. Um die Raumverträglichkeit eines größeren Randsortimentes zu belegen, kann eine konkrete Einzelfalluntersuchung herangezogen werden⁴³. Damit die Zulässigkeit des Vorhabens am Sonderstandort West gegeben ist, muss daher entweder die Verkaufsfläche der zentrenrelevanten Randsortimente auf max. 800 m² begrenzt werden, oder das Einzelhandelskonzept muss um eine entsprechende Regelung ergänzt werden, wobei sicherzustellen ist, dass der raumordnerisch zugelassene Umfang der Verkaufsflächen für die zentrenrelevanten Randsortimente auf das geprüfte Einzelvorhaben beschränkt bleibt. Unter dieser Bedingung wird das Integrationsgebot nicht verletzt.

Kongruenzgebot (gem. LROP 2008)

Verkaufsfläche und Warensortiment von Einzelhandelsgroßprojekten müssen der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Verflechtungsbereich des jeweiligen Zentralen Ortes entsprechen (Kongruenzgebot). Der Umfang neuer Flächen bestimmt sich auch aus den vorhandenen Versorgungseinrichtungen und der innergemeindlichen Zentrenstruktur.

Hiernach ist im Rahmen des zentralörtlichen Gliederungssystems der Grundbedarf in den Grundzentren, der mittel- und langfristige Bedarf in den Mittel- und Oberzentren sicherzustellen. Sowohl Warensortiment als auch Verkaufsfläche haben dem Versorgungsauftrag und dem Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes zu entsprechen. In Kapitel 2.2 Abs. 3 Nr. 3 des LROP wird festgelegt, dass Oberzentren zentralörtliche Einrichtungen und Angebote für den spezialisierten höheren Bedarf vorhalten sollen, sowie zugleich die mittel- und grundzentralen Versorgungsaufgaben zu leisten haben. Ein Verstoß gegen das Kongruenzgebot besteht laut Begründung des LROP 2008, wenn „[...] der Einzugsbereich eines Einzelhandelsgroßprojektes den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Ansiedlungsgemeinde wesentlich überschreitet. Von einer wesentlichen Überschreitung ist in jedem Fall auszugehen, wenn zu erwarten ist, dass mehr als 30 % des Umsatzes aus Räumen außerhalb des jeweiligen zentralörtlichen Verflechtungsbereichs erzielt wird [...]“⁴⁴. Die zentralörtlichen Verflechtungsbereiche wurden im LROP Niedersachsen 2008 / 2012 zwar thematisiert, jedoch nicht mit Bestimmtheit abgegrenzt. Das OVG Lüneburg⁴⁵ hat u. a. daher dem landesplanerischen Kongruenzgebot in der Fassung des LROP 2008 die Rechtswirkungen eines Ziels der Raumordnung abgesprochen.

Kongruenzgebot gem. LROP 2012 {neu 2016}

Im Entwurf zur Änderung der Verordnung über das LROP 2012 aus dem Jahr 2016 wird das Kongruenzgebot im Vergleich zum LROP 2008 sowie dem Entwurf von 2014 deutlich verändert. Es

⁴³ Dieses Vorgehen wird vom niedersächsischen Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (Schreiben vom 25. Januar 2016) bestätigt.

⁴⁴ Vgl. Begründung zum LROP Niedersachsen 2008, S.41

⁴⁵ OVG Lüneburg mit Urteilen vom 15.03.2012 (1 KN 152/10 und 1 KN 251/10).

handelt sich um ein in Aufstellung befindliches Ziel der Raumordnung und ist als solchen im Rahmen der Bauleitplanung zu berücksichtigen. Bezüglich der aperiodischen Sortimente in Mittel- und Oberzentren stellt das Kongruenzgebot im aktuellen Entwurf 2016 kein Ziel der Raumordnung mehr dar, es soll als Grundsatz der Raumordnung normiert werden.

Im Entwurf zur Änderung der Verordnung über das LROP 2012 (Stand 2016) wird bezüglich des Kongruenzgebotes folgendes ausgeführt:

„³In einem Mittel- oder Oberzentrum soll das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes in Bezug auf seine aperiodischen Sortimente den maßgeblichen Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot aperiodisch mittel- und oberzentral). ⁴Der maßgebliche Kongruenzraum gemäß Satz 3 ist von der unteren Landesplanungsbehörde unter Berücksichtigung insbesondere

- der zentralörtlichen Versorgungsaufträge der Standortgemeinde sowie benachbarter Zentraler Orte,
- der verkehrlichen Erreichbarkeit der betreffenden Zentralen Orte,
- von grenzüberschreitenden Verflechtungen und
- der Marktgebiete auf Grundlage kommunaler Einzelhandelskonzepte

zu ermitteln.

⁵Eine wesentliche Überschreitung nach den Sätzen 1 bis 3 ist gegeben, wenn mehr als 30 % des Vorhabensumsatzes mit Kaufkraft von außerhalb des maßgeblichen Kongruenzraumes erzielt würde

⁶Das Kongruenzgebot ist sowohl für das neue Einzelhandelsgroßprojekt insgesamt als auch sortimentsbezogen einzuhalten.

⁷Periodische Sortimente sind Sortimente mit kurzfristigem Beschaffungsrhythmus, insbesondere Nahrungs- / Genussmittel und Drogeriewaren. ⁸Aperiodische Sortimente sind Sortimente mit mittel- bis langfristigem Beschaffungsrhythmus, zum Beispiel Bekleidung, Unterhaltungselektronik, Haushaltswaren oder Möbel.“ (LROP Niedersachsen 2012, Entwurf 2016, Kapitel 2.3 Abs. 03)

Da der Entwurf noch nicht in Kraft getreten ist, hat die untere Landesplanungsbehörde (Stadt Göttingen) noch keinen „Kongruenzraum aperiodisch oberzentral“ für die Stadt Göttingen definiert⁴⁶.

Legt man auf Basis des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Göttingen das bestehende **Marktgebiet der Stadt Göttingen** als **oberzentralen Verflechtungsbereich** zugrunde, so stammen ca. 89 % des Umsatzes aus dem Kongruenzraum⁴⁷, das Kongruenzgebot aperiodisch würde eingehalten.

⁴⁶ Für das Oberzentrum Göttingen ist zu erwarten, dass nach Inkrafttreten des LROP Niedersachsen 2012 ein oberzentraler Kongruenzraum definiert wird, der sich an der landesplanerischen Einstufung orientiert und von einem mittelzentralen Kongruenzraum unterscheiden wird.

⁴⁷ Vgl. Kapitel V 2.1, Marktanteile und Umsatzherkunft

Fazit:

Bei dem Kongruenzgebot aperiodisch aus dem Entwurf des LROP 2012 von 2016 handelt es sich nicht um ein qualifiziertes Ziel der Raumordnung i. S. d. § 3 Nr. 2 ROG⁴⁸, es soll als Grundsatz der Raumordnung⁴⁹ normiert werden. Dies wurde bewusst so formuliert, da die mittelzentralen Erreichbarkeitsräume des Entwurfs von 2014 nicht konsensfähig waren, aber die Aussage des Kongruenzgebotes bestehen bleiben soll. Unter anderem wäre die Ansiedlung von Möbelhäusern in Niedersachsen kaum noch planungsrechtlich möglich gewesen.

Das bestehende Marktgebiet des Göttinger Einzelhandels gibt keine Anzeichen dafür, dass die Ansiedlung von XXXL und Poco eine Dimension annimmt, die der Funktion eines Oberzentrums nicht mehr gerecht wird. Unter Zugrundelegung eines oberzentralen Kongruenzraumes wird das Kongruenzgebot durch die XXXL- / Poco-Planung in Göttingen auf jeden Fall eingehalten.

Abstimmungsgebot

Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind interkommunal abzustimmen.

Da die geplanten Möbelfachmarktansiedlungen ein übergemeindliches Einzugsgebiet erschließen, wird eine Abstimmung mit den Umlandgemeinden erforderlich sein. Das zu erstellende Gutachten leistet hierzu insofern einen Grundlagenbeitrag, um die übergemeindliche Abstimmung sicher zu stellen.

Beeinträchtigungsverbot {neu 2016}

Das Beeinträchtigungsverbot wird eingehalten. Zwar ergeben sich in der Göttinger Innenstadt hohe zweistellige Umverteilungswirkungen im Möbelkernsegment sowie im Sortiment Leuchten, sie betreffen jedoch keine Frequenzbringer bzw. Magnetbetriebe in der Göttinger Innenstadt. Auch gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen in Northeim, Duderstadt, Hann.-Münden, Einbeck und Witzenhausen sind keine unverträglichen Umsatzrückgänge nachweisbar, sodass städtebauliche Beeinträchtigungen dieser Zentren auszuschließen sind.

Die Funktionsfähigkeit zentraler Orte wird nicht wesentlich beeinträchtigt. In Göttingen sind einzelne Betriebsschließungen im Möbelkernsortiment nicht vollständig auszuschließen, diese wür-

⁴⁸ § 3 Nr. 2 ROG: verbindliche Vorgaben in Form von räumlich und sachlich bestimmten oder bestimmbar, vom Träger der Raumordnung abschließend abgewogenen (§ 7 Abs. 2) textlichen oder zeichnerischen Festlegungen in Raumordnungsplänen zur Entwicklung, Ordnung und Sicherung des Raums

⁴⁹ § 3 Nr.3 ROG: Aussagen zur Entwicklung, Ordnung und Sicherung des Raums als Vorgaben für nachfolgende Abwägungs- oder Ermessensentscheidungen; Grundsätze der Raumordnung können durch Gesetz oder als Festlegungen in einem Raumordnungsplan (§ 7 Abs. 1 und 2) aufgestellt werden

den jedoch hauptsächlich städtische Sonder- / Fachmarktstandorte betreffen. Die Ansiedlung eines modernen Wohnkaufhauses würde die Versorgungsfunktion des Oberzentrums Göttingen insgesamt stärken.

In den untersuchten Mittelzentren, insbesondere in Northeim, sind Betriebsschließungen im Möbelsortiment aufgrund der hohen Umverteilungswirkungen ebenfalls nicht vollständig auszuschließen. Hieraus ergeben sich jedoch keine wesentlichen Beeinträchtigungen der Funktionsfähigkeit der zentralen Orte, da keine Frequenzbringer / Leitbetriebe betroffen sind und die Funktionsfähigkeit der Mittelzentren nicht von Einzelbetrieben in nicht-integrierter Gewerbegebietslage abhängig ist.

Zu berücksichtigen ist aber, dass die Möbelhändler im Untersuchungsraum teils einen deutlichen Nachholbedarf aufweisen und somit die Möglichkeit, sowie das Potenzial haben, sich dem veränderten Wettbewerb anzupassen. Auch ist die Schließung aller Wettbewerbsstandorte ausgeschlossen, da freiwerdende Umsatzpotenziale von den verbleibenden Marktteilnehmer absorbiert werden können. Auch hinsichtlich der Zahl der Anbieter, die innerhalb eines 30 Fahrminuten-Radius erreicht werden können, ist eine verbrauchernahe Versorgung mit dem Sortiment Möbel weiterhin gewährleistet. Ein Nachrücken von alternativen (Möbel-) Kandidaten auf die üblicherweise dann leer stehende Fläche bleibt hiervon ebenso unbenommen.

5. Fazit

Die Stadt Göttingen beabsichtigt, den Bebauungsplan Göttingen-Grone Nr. 36 „Am Talsgraben“ im Göttinger Ortsteil Grone zu ändern, damit zwei Möbelmärkte errichtet werden können, ein XXXL Einrichtungshaus (ca. 27.000 m² VK) und ein POCO Einrichtungsmarkt (ca. 6.000 m² VK). Bei beiden Vorhaben sind jeweils 10 % als Randsortimente (XXXL: 2.700 m²; POCO: 600 m²) vorgesehen.

Mit einer Gesamtverkaufsfläche von 33.000 m² VK und einer Verkaufsfläche von 3.300 m² für zentrenrelevante Sortimente sind keine negativen raumordnerischen oder städtebaulichen Auswirkungen im Einzugsgebiet zu erwarten. Eine Gefährdung innerstädtischer Einzelhandelslagen und zentraler Versorgungsbereiche ist auszuschließen.

Insgesamt ist von der Ansiedlung des XXXL-Einrichtungshauses und des POCO Einrichtungsmarktes eine Stärkung der Kaufkraftbindung sowie eine verstärkte Kaufkraftrückholung in bislang in Göttingen unterrepräsentierten Sortimenten zu erwarten. Insbesondere können die Kaufkraftabflüsse nach Kassel / Fulda und Hildesheim / Hannover / Braunschweig verringert werden, so dass sich hier entsprechend der oberzentralen Funktion in unterschiedlichem Umfang zentralitätsstärkende Effekte ergeben werden.

Um für die Bauleitplanung ein hohes Maß an Sicherheit des B-Planes gewährleisten und späterhin möglicherweise gewünschte Modifizierungen der Sortimente bis auf Weiteres ausschließen zu können, haben sich B-Planfestsetzungen der vorstehend skizzierten Sortimente / Warengruppen bewährt. Die Gutachter empfehlen, dies bei der Aufstellung des Bebauungsplanes entsprechend zu berücksichtigen.

Teil B: Bedarfsprüfung

VI. Bedarfsprüfung

Vorbemerkung

Die ArL BS Raumordnung / Landesplanung hatte im Nachgang zu der GMA-Wirkungsanalyse zur geplanten Ansiedlung von XXXL / POCO der GMA in Göttingen eine Bedarfsprüfung und einen Bedarfsnachweis für ein größeres Randsortiment gefordert. Hierzu hat die GMA Verkaufsflächen-ausstattungen und Zentralitäten vergleichbarer Oberzentren in Deutschland, sowie der Mittelzentren im Göttinger Umland aufbereitet. Zusätzlich wurden das Mittelzentrum Uslar, sowie die Grundzentren Hardeggen und Gieboldehausen, die jeweils über einen großflächigen Möbelanbieter verfügen, in die Darstellung der Umsatzumverteilungswirkungen mit einbezogen.

Grundsätzlich ist darauf hinzuweisen, dass baurechtliche Prüfungen aus Sicht der GMA nicht auf sachfremden Belangen, wie etwa Annahmen zur Marktsättigung aufbauen dürfen. Auch das Städtebaurecht ist wettbewerbsneutral und schützt nicht vor Konkurrenz⁵⁰. Maßgeblich i. S. d. Beeinträchtigungsverbot sind ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Entwicklung, die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung.

Ein Konkurrenzschutz für großflächige Einzelhandelsbetriebe in Mittel- und Grundzentren kann daraus aber nicht abgeleitet werden. Dies gilt umso mehr dann, wenn diese Betriebe in dezentralen Gewerbegebieten liegen und unter Umständen im Fall ihrer Neuansiedlung selbst gegen die aktuellen Ziele der Raumordnung (insb. Kongruenzgebot, Zentralitätsgebot, ggf. Beeinträchtigungsverbot) verstoßen würden.

Dennoch hat die GMA die geforderten Berechnungen auf Basis der in der o. g. Wirkungsanalyse ermittelten Umsatzumverteilungen durchgeführt und die zu erwartenden Veränderungen in der Zentralität der betrachteten Mittel- und Grundzentren sortimentsbezogen dargestellt.

Im Rahmen der zusätzlichen Untersuchung erfolgt eine vertiefende Betrachtung des Beeinträchtigungsverbot im Hinblick auf die möglichen Auswirkungen / Umverteilungswirkungen der geplanten Neuansiedlungsvorhaben in Göttingen, die eine mögliche Störung der Ausgeglichenheit der Versorgungsstrukturen qualifiziert untersucht und die regionale Raumverträglichkeit über die Betrachtung der sortimentspezifischen Zentralitäten bewertet.

⁵⁰ Vgl.: OVG Lüneburg, 1 KN 265/05

1. Ausgangslage

1.1 Aufgabenstellung

Gegenstand der Wirkungsanalyse vom Januar 2015 ist die Ansiedlung eines XXXL-Einrichtungshauses mit ca. 27.000 m² Verkaufsfläche (VK) und eines POCO-Einrichtungsmarktes mit ca. 6.000 m² VK. Die zentrenrelevanten Randsortimente der beiden Anbieter sollen gemeinsam insgesamt 10 % der Gesamtverkaufsfläche einnehmen, dies entspricht einer Verkaufsfläche von 3.300 m². Hiervon entfallen ca. 2.700 m² auf den Anbieter XXXL und ca. 600 m² auf POCO. Nach dem Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen 2008 (LROP), Plansatz 2.3 03 sind neue Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht innenstadtrelevantem Kernsortiment auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des zentralen Ortes zulässig, wenn

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

Somit entspricht die Planung hinsichtlich der 10 % - Regelung den Vorgaben des LROP, nicht aber im Hinblick auf die absolute Obergrenze von 800 m² für zentrenrelevante (innenstadtrelevante) Sortimente.

Zwar nimmt das Einzelhandelskonzept der Stadt Göttingen, bedingt dadurch, dass die Stadt Göttingen im Stadtgebiet Trägerin der Regionalplanung ist, den Status eines regionalen Einzelhandelskonzeptes ein, es enthält jedoch keine Aussagen zur Raumverträglichkeit eines größeren Randsortimentes. Dies soll durch einen ergänzenden Beschluss behoben werden. Hierfür wird von der ArL BS Raumordnung / Landesplanung ein Bedarfsnachweis über Zentralitätskennziffern gefordert, der auch vor dem Hintergrund der Zentralitätsentwicklung den Bedarf eines größeren Randsortimentes bei dem konkret geprüften Einzelhandelsprojekt nachweist:

„Entsprechende Schlussfolgerungen (Anm.: zum Bedarf eines größeren Randsortiments, aus Vorhabensicht darzustellen) sind aus dem Prüfergebnis des Beeinträchtigungsverbot zu ziehen. Die Betrachtung hat sich auf das Einzugsgebiet des Vorhabens zu erstrecken und Sortimentsbezogen zu erfolgen. Eine bloße Darstellung der voraussichtlichen Umverteilungs-volumina pro Sortiment ist nicht ausreichend. Kennziffern zu Zentralitätsentwicklung der im Einzugsgebiet liegenden Mittelzentren sind in die Prüfung einzubeziehen. Die Herleitungen und die entsprechenden Bewertungen der Umverteilungen unter Zugrundelegung der sortimentsbezogenen Zentralitäten sind in Bezug auf den Bedarf eines größeren Randsortiments hinreichend und nachvollziehbar darzulegen.“

1.2 Status Quo

In der Auswirkungsanalyse vom Januar 2015 weist die GMA darauf hin, dass sich die in Göttingen bestehenden Anbieter im Möbelsegment hauptsächlich auf dezentrale Standorte konzentrieren, hier insbesondere auf den Sonderstandort Lutteranger. Die Angebotsstrukturen in Göttingen unter den großflächigen Möbelanbietern sind durch tradierte, regionale Anbieter geprägt, die eine geringe Anzahl an Standorten betreiben. Überregional oder bundesweit agierende Möbelhäuser (neben XXXL u.a. Möbel Höffner, IKEA, Segmüller, Porta) sind in Göttingen und Umland bislang nicht zu finden. Auch weisen die vorhandenen Möbelanbieter mit Höchstwerten um rd. 10.000 m² im Vergleich eher geringe Flächengrößen auf. Das Angebot im Möbelsektor verfügt über einen vergleichsweise hohen Anteil im Discountbereich, im Vollsortiment sind nur zwei mittelgroße Anbieter (Bono, Möbel Jäger) anzutreffen. Ein klassisches Wohnkaufhaus fehlt in Göttingen bislang völlig.

Bei den Randsortimenten entfallen z. T. große Anteile des Angebotes auf diese Standorte, auch bei Haushaltswaren, GPK⁵¹, Bilder und Rahmen verteilt sich ca. 55 % des Angebotes auf Standorte außerhalb der Innenstadt. Bei Heimtextilien, Gardinen, Haus-, Bett- und Tischwäsche ist noch knapp ein Drittel des Angebotes in der Innenstadt zu finden. Lampen und Leuchten sowie Leuchtmittel werden zu über 90 % an Standorten außerhalb der Innenstadt angeboten. Die Einzelhandelserhebung der GMA aus dem Jahr 2014 macht diese räumliche Verteilung deutlich:

Tabelle 12: Verkaufsflächen nach Lage und Sortiment in Göttingen:

Sortiment	Zentraler Versorgungsbereich		sonstige Lagen		Summe VK
	in m ²	in %	in m ²	in %	in m ²
Möbel, Bettwaren / Matratzen, Teppiche	2.400	4,8	47.120	95,2	49.520
Lampen und Leuchten, Leuchtmittel	165	6,3	2.470	93,7	2.635
Haushaltswaren, GPK, Bilder	4.480	43,8	5.745	56,2	10.225
Heimtextilien, Gardinen, Haus-, Bett- und Tischwäsche	1.755	32,3	3.675	67,7	5.430
Summe	8.800	13,0	59.010	87,0	67.810

Zentraler Versorgungsbereich entsprechend kommunalem Einzelhandelskonzept Göttingen

GMA-Erhebungen November 2014, Bearbeitung GMA 2015

Auch das Einzelhandelskonzept der Stadt Göttingen stellt fest, dass die Stadt Göttingen insgesamt quantitativ über eine sehr gute Angebotsausstattung verfügt, die im bundesweiten Vergleich

⁵¹ GPK = Glas / Porzellan / Keramik

über alle Sortimente einen leicht überdurchschnittlichen Wert einnimmt (Göttingen: 2,1 m² / EW; Bundesdurchschnitt: 1,4 m² / EW; Städte von 50.000 – 100.000 EW⁵²: 1,9 m² / EW). Insgesamt wird für Göttingen eine Zentralität⁵³ von 1,30 festgestellt (= 130⁵⁴). Bei Haushaltswaren, GPK wird laut Einzelhandelskonzept sogar eine höhere Zentralität erreicht. Gleichzeitig wird in qualitativer Hinsicht Optimierungspotenzial gesehen, da die hohen Werte bei Haushaltswaren, GPK „vor allem auf discountorientierte Anbieter oder Randsortimente großflächiger Fachmärkte und Lebensmittelmärkte außerhalb der Innenstadt⁵⁵“ zurückzuführen sind. Das Einzelhandelskonzept empfiehlt daher eine Verbesserung der innerstädtischen Fachangebote. Es werden u. a. Optimierungen der Betriebsgrößenstruktur im Fachhandel als auch ein Ausbau des Standard- bis höherwertigen Angebotssegments angeregt.

Für Wohneinrichtung (Wohneinrichtungsartikel, Heimtextilen, Teppiche, Matratzen / Bettwaren) und Elektro / Leuchten sowie in eher begrenztem Umfang auch für Möbel, werden im Einzelhandelskonzept noch Entwicklungspotenziale gesehen.

Zur möglichen Ansiedlung eines großen, modernen Möbelmarkts führt das Einzelhandelskonzept aus:

„Auch in der Warengruppe Möbel ist in Göttingen ein guter Zentralitätswert zu verzeichnen. Gleichwohl ist das bestehende Angebot durch, im Vergleich zu den Größenordnungen von Neuansiedlungen moderner Märkte, kleine Betriebe und teilweise sehr einfachen bis discountorientierten Angeboten geprägt. Der bestehende Zentralitätswert darf hier nicht als Argument für einen Wettbewerbsschutz gewertet werden. Die Neuansiedlung eines modernen Möbelanbieters ist prinzipiell denkbar, auch wenn dies ggf. Verdrängungswettbewerb mit sich bringt“.

Weiter wird angeführt, dass für die Ansiedlung eines Möbelmarktes die bestehenden Sonderstandorte herangezogen werden sollen und der Neuausweisung eines Sonderstandortes vorzuziehen sind. Die zentrenrelevanten Randsortimente sind zu begrenzen, um Funktionsverluste im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt vorzubeugen. Eine „Beschränkung des Randsortimentes auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche kann vor dem erläuterten Hintergrund somit unzureichend sein“⁵⁶. Unter der Ansiedlungsregel 3 für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten werden die Innenstadt und die dafür vorgesehenen ergänzenden Sonderstandorten (West und Lutteranger) als Orte für eine Ansiedlung genannt. Auch wird hervorgehoben, dass ein „konkreter Ansiedlungswunsch durchaus im Konflikt zu den Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes stehen“ kann. Das Einzelhandelskonzept stellt jedoch klar

⁵² Vergleichswerte von Junker & Kruse aus kommunalen Einzelhandelskonzepten

⁵³ Zentralität: Verhältnis zwischen Einzelhandelsumsatz und Kaufkraft in einer Stadt, Werte unter 100 bedeuten einen Kaufkraftabfluss, Werte über 100 deuten auf Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland hin

⁵⁴ Angabe in %. Eine Zentralität von 100 bedeutet, dass Einzelhandelsumsatz und einzelhandelsrelevante Kaufkraft in einer Stadt genau gleich sind.

⁵⁵ Vgl. Einzelhandelskonzept Göttingen, 2013, S. 69

⁵⁶ ebd. S. 78

heraus, dass für zentrenrelevante Randsortimente die Verträglichkeit mit den Angebotsstrukturen in der Innenstadt im Vordergrund steht: „Maßgeblich ist die Kompatibilität mit den städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Göttingen, insbesondere der Verträglichkeit mit den Angebotsstrukturen der zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet“⁵⁷.

1.3 Fazit zur Ausgangslage

Die Untersuchung der GMA sowie die des Einzelhandelskonzeptes kommen beide zu dem Schluss, dass Göttingen aus quantitativer Sicht über eine gute Ausstattung verfügt, dass aber in qualitativer Hinsicht der Bedarf einer Abrundung des Angebotes im mittleren und oberen Angebotssegment besteht. Ein modernes Wohnkaufhaus fehlt bislang in Göttingen und würde dem Oberzentrum neue einzelhändlerische Impulse geben. Hinsichtlich der bereits guten bis hohen Zentralitätswerte werden die zu erwartenden Umsatzumverteilungen zu Wettbewerbswirkungen führen, von essentieller Bedeutung ist jedoch die Verträglichkeit mit den Angebotsstrukturen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt.

Bezüglich der Randsortimente wird im Einzelhandelskonzept ausgeführt, dass auch eine Beschränkung auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche unzureichend sein kann, um Funktionsverluste im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu verhindern. Durch eine vorhabenbezogene Einzelfalluntersuchung in Form der Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung von XXXL und POCO in Göttingen (GMA 2015) ist in diesem Fall bereits nachgewiesen worden, dass zentrale Versorgungsbereiche in Göttingen (sowie im Umland) nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Der im Einzelhandelskonzept angenommene Wettbewerb im Möbele Einzelhandel (insb. an den Sonderstandorten West und Lutteranger) ist hingegen auch von der GMA prognostiziert worden, wobei schon das Einzelhandelskonzept darauf hinweist, dass der bestehende Zentralitätswert hier nicht als Argument für einen Wettbewerbsschutz gewertet werden darf.

⁵⁷ Vgl. Einzelhandelskonzept Göttingen, 2013, S. 130

2. Ergänzende Betrachtung der Möbelsituation in der Region

2.1 Möbelrelevante Struktur- und Leistungsdaten Göttingens im oberzentralen Standortvergleich

Zur Bedarfsermittlung ist nun die Frage zu klären, ob die Stadt Göttingen über eine ihrer Funktion als Oberzentrum entsprechende Versorgungsstruktur verfügt, bzw. wie eine solche für Göttingen überhaupt aussehen soll. Der Vergleich der Göttinger Verkaufsflächenausstattung mit gesamtdeutschen Durchschnittswerten und der durchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung für Mittelstädte von 50.000 – 100.000 EW gibt nur ansatzweise Aufschluss darüber, ob dies der Fall ist, indem quantitative Defizite aufgezeigt werden. Daher sollen die möbelrelevanten Struktur- und Leistungsdaten Göttingens mit denen ähnlich großer und vergleichbar situierter Oberzentren (rd. 120.000 Einwohner) in Deutschland verglichen werden.

In einem zweiten Schritt werden die Struktur- und Leistungsdaten von Göttingen denen der betrachteten Mittelzentren Northeim, Einbeck, Duderstadt, Hann. Münden, sowie dem bislang nicht dargestellten Mittelzentrum Uslar und den Grundzentren Hardegsen und Gieboldehausen gegenübergestellt.

Um die Struktur- und Leistungsdaten des Göttinger Einzelhandels (betrachtete Sortimente: Möbel sowie die bei der Ansiedlung von XXXL / POCO vorgesehenen Randsortimente) interpretieren zu können, wurde ein Vergleich mit ähnlichen Oberzentren mit rd. 120.000 EW durchgeführt. Neben der Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner wurde insbesondere (je nach Datenlage) die sortimentsspezifische Zentralität ausgewertet.

Da Oberzentren teilweise sehr eng mit anderen Städten / Gemeinden im engeren Umland funktionsräumlich untereinander verbunden sind, deren Siedlungsgebiete teilweise zusammengewachsen sind und ausgeprägte, wechselseitige Funktionszusammenhänge bestehen, werden diese ebenfalls berücksichtigt. In Göttingen besteht eine solche Beziehung zu der direkt nördlich anschließenden Gemeinde Bovenden.

Tabelle 13: Einwohner, Einzugsgebiet und Nachfrage

Stadt	Göttingen	Ulm	Koblenz	Heilbronn	Wolfsburg	Gießen
Direkte Umlandgemeinden	Bovenden	Neu-Ulm, Senden	Mülheim-Kärlich	Neckarsulm	-	Wetzlar, Heuchelheim, Lahnau
Einwohner Stadt	129.822	119.218	110.643	118.122	122.457	77.733
Einwohner Stadt & Umland	143.077	195.812	121.529	143.884	-	144.319
Einwohner Marktgebiet	519.217	1.084.320	970.000	956.101	680.944	894.300
Kaufkraftkennziffer Stadt	101,7	106,5	102,1	104,9	108,6	92,2
Kaufkraftkennziffer Marktgebiet	96,9	101,8	98,1	100,2	105,0	97,6
Relevante Nachfrage in Stadt und Umland in Mio. €, darunter	93,1	132,8	79,1	96,0	84,8	87,7
Möbel / Matratzen / Teppiche	61,7	88,1	52,5	63,6	49,5*	58,1
Lampen / Leuchten	5,6	8,2	4,8	5,8	5,2	5,3
GPK / HHW / Bilder	13,8	19,8	11,7	14,3	12,6	13,0
Heimtextilien	11,8	16,9	10,1	12,1	17,6	11,1
Relevante Nachfrage im Einzugsgebiet in Mio. €, darunter	321,0	704,2	607,1	611,2	456,2	556,9
Möbel / Matratzen / Teppiche	212,8	466,9	402,5	405,2	266,0*	369,2
Lampen / Leuchten	19,6	43,0	37,1	37,4	27,9	34,0
GPK / HHW / Bilder	47,8	104,9	90,4	91,0	67,9	82,9
Heimtextilien	40,8	89,4	77,1	77,6	57,9	70,7
Zusammenstellung: GMA 2015, * = Wolfsburg: Teppiche unter Heimtextilien subsummiert						

In Tabelle 13 sind die betrachteten Oberzentren sowie direkte Umlandkommunen dargestellt. Es fällt auf, dass die meisten Oberzentren über ein einwohnerseitig stärker besetztes Einzugsgebiet verfügen als Göttingen, was auf die Siedlungsstrukturen im Umland zurückzuführen ist.

Tabelle 14: Verkaufsflächen und Möbelanbieter

Stadt	Göttingen	Ulm	Koblenz	Heilbronn	Wolfsburg	Gießen
Direkte Umlandgemeinden	Bovenden	Neu-Ulm, Senden	Mülheim-Kärlich	Neckarsulm	-	Wetzlar, Lahnau, Heuchelheim
Anzahl Möbelhäuser < 25.000 m ²	7	8	12	4	1	5
Anzahl Möbelhäuser > 25.000 m ² , darunter	-	2	-	1	1	1
Große Möbelhäuser Stadt und Umland / Flächengrößenklassen	-	Inhofer / Mahler: je 70.000 – 75.000 m ²	-	XXXL Biersdorfer: 30.000 - 35.000 m ²	Möbel Buhl: 40.000 - 45.000 m ²	Möbel Sommerlad: 30.000 - 35.000 m ²
Relevante Verkaufsfläche Stadt & Umland in m², darunter	77.780	147.070	109.970	73.880	66.415	84.880
Möbel / Matratzen / Teppiche	57.650	106.405	88.895	67.705	44.775*	75.735
Lampen / Leuchten	2.955	5.640	1.470	k. A.	k. A.	600
GPK / HHW / Bilder	10.975	22.540	13.520	3.740	10.940	5.145
Heimtextilien	6.200	12.485	6.085	2.435	10.700	3.400
Relevante Verkaufsfläche Stadt & Umland in m²/ 1.000 EW, darunter	543,6	751,1	904,9	513,5	542,4	588,1
Möbel / Matratzen / Teppiche	402,9	543,4	731,5	470,6	365,6*	524,8
Lampen / Leuchten	20,7	28,8	12,1	k. A.	k. A.	4,2
GPK / HHW / Bilder	76,7	115,1	111,2	26,0	89,3	35,7
Heimtextilien	43,3	63,8	50,1	16,9	87,4	23,6

Zusammenstellung: GMA 2015, * = Wolfsburg: Teppiche unter Heimtextilien subsummiert

Danach lässt sich folgendes erkennen:

- Aus der Übersicht der Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner ist zu entnehmen, dass einige der betrachteten Oberzentren grundsätzlich quantitativ eine vergleichbare Pro-Kopf-Verkaufsflächenausstattung aufweisen wie Göttingen, eine deutlich höhere Verkaufsflächenausstattung pro 1.000 Einwohner weisen Ulm und Koblenz auf. Die Vergleichsstandorte erreichen insgesamt und sortimentsbezogen, u. a. durch weitere Anbieter im direkten Umland (etwa Neu-Ulm und Senden bei Ulm, Mülheim-Kärlich bei Koblenz), größtenteils deutlich höhere Werte. Hier finden sich große Möbelanbieter am Stadtrand bzw. in Gewerbegebietslagen zwischen Oberzentrum und Umlandkommune. Gießen bildet erst gemeinsam mit Wetzlar ein vergleichbar großes Oberzentrum.

- In Koblenz und Göttingen sind eine Vielzahl kleiner bis mittelgroßer Betriebe im Möbelsegment ansässig, die anderen Oberzentren (tlw. inkl. Umland) verfügen über große Einrichtungshäuser, darunter sowohl bundesweit agierende Filialisten sowie auch tradierte Einzelbetreiber mit einem oder mehreren Standorten. Alle Standorte verfügen zudem über eine leistungsstarke Innenstadt.

Tabelle 15: Umsätze und Zentralitäten

Stadt	Göttingen	Ulm	Koblenz	Heilbronn	Wolfsburg	Gießen
Direkte Umlandgemeinden	Bovenden	Neu-Ulm, Senden	Mülheim-Kärlich	Neckarsulm	-	Wetzlar
Einzelhandelsumsatz Stadt & Umland in Mio. €, darunter	122,3	433,6	213,6	137,8	80,7	168,5
Möbel / Matratzen / Teppiche	73,9	309,4	162,2	124,1	54,9*	104,1
Lampen / Leuchten	6,7	24,6	4,6	k.A.	k.A.	14,7
GPK / HHW / Bilder	31,1	73,0	36,2	9,7	13,0	39,5
Heimtextilien	10,6	26,6	10,6	4,0	12,8	10,3
Zentralität Stadt & Umland in %, darunter	131,4	326,5	270,0	143,5	101,4	192,2
Möbel / Matratzen / Teppiche	119,8	351,2	309,0	195,1	110,9*	179,2
Lampen / Leuchten	119,6	300,0	95,8	k.A.	k.A.	276,6
GPK / HHW / Bilder	225,4	368,7	309,4	67,8	103,2	303,8
Heimtextilien	89,8	157,4	105,0	33,1	72,7	92,3

Zusammenstellung: GMA 2015, * = Wolfsburg: Teppiche unter Heimtextilien subsummiert

- Die höchste Ausstattung im Vergleich ist in Ulm zu finden, das mit Neu-Ulm und Senden gemeinsam zu betrachten ist. Hier sind mit Möbel Mahler und Möbel Inhofer gleich zwei Betreiber ansässig, die eine Verkaufsfläche von jeweils rd. 70 - 75.000 m² angeben. Damit kommt Ulm (samt Umland) in den betrachteten Sortimenten insgesamt auf eine Zentralität von 326; im Möbelbereich sogar auf 351. Mit 368 weist Ulm samt Umland auch bei Haushaltswaren, GPK eine sehr hohe Zentralität auf, die auf eine ausgeprägte oberzentrale Versorgungsfunktion hinweist.
- Koblenz verfügt wie Göttingen nicht über ein großes Wohnkaufhaus (> 25.000 m² VK), dafür sind im direkt angrenzenden Mülheim-Kärlich eine Reihe von kleinen bis mittelgroßen Anbietern in Gewerbegebietslage vorhanden. Neben Möbelmärkten (u. a. Möbel Roller, Möbel Billy, Möbel Boss) sind eine Reihe von größeren Fachmärkten (u. a. Polster Trösser, Mega Polster, Küche Aktuell, Seats&Sofas) anzutreffen. In Koblenz ist

zudem Marktführer IKEA ansässig. Somit kommt Koblenz (samt Umland) in den betrachteten Sortimenten auf eine Zentralität von 270, die Schwerpunkte liegen hier ebenfalls bei Möbeln sowie Haushaltswaren, GPK mit jeweils 309.

- Bei Heilbronn wird Neckarsulm mitbetrachtet, wo sich allerdings keine großen Möbelhäuser befinden. Das Hauptangebot in Heilbronn im Möbelbereich befindet sich bei XXXL Biersdorfer, der mit rd. 34.000 m² VK das größte Möbelhaus in Heilbronn darstellt. Dies schlägt sich in den Zentralitätsberechnungen nieder, bei denen Heilbronn (inkl. Umland) insgesamt in den betrachteten Sortimenten eine Zentralität von 143 erreicht, wobei die Zentralität bei Möbeln mit 195 am höchsten ausfällt.
- Auch Wolfsburg verfügt über ausgeprägte Angebotsstrukturen im Möbelsortiment, der Hauptanbieter ist Möbel Buhl mit ca. 42.000 m² VK. Im Discountbereich ist Möbel Boss ansässig. Wolfsburg erreicht somit im Möbelbereich eine Zentralität von 110, bei Haushaltswaren, GPK von 103. Für ein Oberzentrum sind dies bereits niedrige Werte, da sie nur einen geringen Kaufkraftzufluss aus dem Umland anzeigen. In Wolfsburg begründet sich diese nur knapp positive Zentralität v. a. durch das benachbarte, etwa doppelt so große Oberzentrum Braunschweig, mit dem Wolfsburg (gemeinsam mit Salzgitter) einen oberzentralen Verbund bildet. In Braunschweig sind mit Möbel Porta (rd. 29.000 m² VK), XXXLutz (rd. 28.000 m² VK), IKEA, Roller und Möbel Boss etc. eine Reihe großer Wohnkaufhäuser und kleinerer / mittelgroßer Anbieter aus allen Preiskategorien vertreten. Dennoch verfügt Wolfsburg über ein ausgeprägtes Angebot im normalen / höherwertigen Möbelsortiment sowie mit Möbel Boss über ein angemessenes Discount-Angebot.
- In Gießen, das mit Wetzlar gemeinsam ein Oberzentrum bildet und zwei weitere Gemeinden dazwischen einschließt, wird in den betrachteten Sortimenten eine Zentralität (Gießen und Wetzlar) von rd. 192 erreicht. Das Möbelsegment erreicht hier eine Zentralität von rd. 179; bei Haushaltswaren, GPK liegt die Zentralität bei 304. Auch bei Lampen / Leuchten wird in Gießen / Wetzlar eine Zentralität von 277 erreicht. Größter Anbieter ist das Möbelhaus Sommerlad in Gießen, das rd. 32.000 m² aufweist. Gießen und Wetzlar übernehmen eine ausgeprägte Versorgungsfunktion für das ländlich bzw. durch kleinteilige, historische Städte geprägte Einzugsgebiet.

2.2 Fazit zum oberzentralen Standortvergleich

Der Vergleich zeigt, dass andere, vergleichbare Oberzentren ihre möbelrelevanten, oberzentralen Versorgungsfunktionen teilweise deutlich stärker wahrnehmen als Göttingen. Entscheidend ist die siedlungsräumliche Struktur des Umlandes; befinden sich hier wenig konkurrierende Einzelhandelsstandorte und ein hohes Bevölkerungspotenzial, so kann ein Oberzentrum (samt angrenzenden Kommunen) eine sehr starke Versorgungsfunktion übernehmen, wie das Beispiel

Ulm zeigt. Steht ein Oberzentrum unter dem Einfluss eines dominierenden Einzelhandelsstandortes, wie im Beispiel Wolfsburg, so wird im Einzugsgebiet eine geringere Marktdurchdringung erreicht.

Mit Ausnahme von Göttingen und Koblenz verfügen alle untersuchten Oberzentren über große Einrichtungshäuser (> 25.000 m²), die teilweise am Stadtrand oder auch in der Gemarkung einer anderen, angrenzenden Kommune errichtet worden sind. Im direkten interkommunalen Vergleich erweist sich die Möbelzentralität von Göttingen (inkl. Umland) von 120⁵⁸ als zweitkleinste vor Wolfsburg.

Somit folgen die übrigen untersuchten Oberzentren dem allgemeinen Trend in der Möbelbranche⁵⁹, hin zu einem möglichst umfassenden Angebot. Heutzutage sichern die Oberzentren ihre möbelspezifische Versorgungsfunktion durch zeitgemäße Angebote (Darstellung eines breiten und tiefen Möbelkernsortiments, umfassende Spezialangebote wie Küchen, Büromöbel, „Junges Wohnen“, ansprechende Produktpräsentation im Verwendungszusammenhang / Erlebniseinkauf, ergänzende gastronomische Einrichtungen und Serviceleistungen) ab. Insbesondere Wohnkaufhäuser sprechen ein überregionales Einzugsgebiet an.

Der oberzentrale Standortvergleich legt eine deutlich bessere möbelhändlerische Profilierung ebenso nahe, wie eine Orientierung Göttingens an den diesbezüglich besser im Markt ausgestellten Oberzentren Ulm, Koblenz, Heilbronn sowie Gießen.

2.3 Möbelrelevante Struktur- und Leistungsdaten Göttingens im Vergleich mit dem regionalen Möbeleinzelhandel

Um zu analysieren, ob im Einzugsgebiet der Stadt Göttingen im Möbelsegment ausgeglichene Versorgungsstrukturen vorliegen, bzw. um zu überprüfen, inwieweit das Oberzentrum und die es umgebenden Mittelzentren über adäquate Versorgungsstrukturen und Zentralitäten verfügen, sollen im Rahmen der Bedarfsprüfung die Struktur- und Leistungsdaten der in der Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung von XXXL und POCO in Göttingen (2015) betrachteten Mittelzentren, sowie des bislang nicht dargestellten Mittelzentrums Uslar und der Grundzentren Hardeggen und Gieboldehausen gegenübergestellt werden⁶⁰.

⁵⁸ Zentralität ohne unterrepräsentierte Warengruppe „Teppiche“ in Göttingen im Möbelbereich bei ca. 133
⁵⁹ Die derzeit im Möbeleinzelhandel stattfindende Konzentrationstendenz geht in erster Linie zu Lasten derjenigen Betriebe, die der „unprofilierten Mitte“ zuzurechnen sind. Vom Markt verdrängt werden demnach hauptsächlich Anbieter mit einem Flächenangebot, das weder eine umfassende Darstellung des Möbel-Vollsortiments noch eine eindeutige Spezialisierung auf ein Möbelsegment erlaubt.
⁶⁰ Diese wurden in der Auswirkungsanalyse vom Januar 2015 nicht dargestellt

Tabelle 16: Kaufkraft, Umsatz und Zentralität

Stadt		Göttingen	Northeim	Einbeck	Duderstadt	Hann. Münden	Uslar	Hardeggen	Gieboldehausen
Möbel / Matratzen / Teppiche	Kaufkraft in Mio. €	55,8	12,1	12,9	8,5	9,9	5,8	3,3	1,6
	Umsatz in Mio. €	70 - 71	15 - 16	7 - 8	0 - 1	1 - 2	*	*	*
	Zentralität	127	124	60	7	19	84	95	812
Lampen / Leuchten	Kaufkraft in Mio. €	5,1	1,1	1,2	0,8	0,9	0,5	0,3	0,1
	Umsatz in Mio. €	6 - 7	1 - 2	1 - 2	0 - 1	0 - 1	*	*	*
	Zentralität	124	178	100	47	58	56	N. N.	N. N.
GPK, Haushaltswaren, Bilder	Kaufkraft in Mio. €	12,5	2,7	2,9	1,9	2,2	1,3	0,7	0,4
	Umsatz in Mio. €	27 - 28	7 - 8	2 - 3	1 - 2	1 - 2	1 - 2	*	*
	Zentralität	222	260	89	99	79	82	N. N.	N. N.
Heimtextilien, Gardinen	Kaufkraft in Mio. €	10,7	2,3	2,5	1,6	1,9	1,1	0,6	0,3
	Umsatz in Mio. €	9 - 10	0 - 1	5 - 6	1 - 2	1 - 2	*	*	*
	Zentralität	93	41	237	83	89	3	N. N.	N. N.

Berechnung: GMA 2015; Werte gerundet; N. N. = Nicht Nachweisbar, Aufgrund zu geringen Angebotes keine Zentralität ausweisbar; * = Ausweis nicht möglich, da weniger als 3 Betriebe

Wie Tabelle 16 zeigt, sind die höchsten Zentralitäten in Göttingen und Northeim zu verzeichnen. Bei Lampen / Leuchten und Haushaltswaren, GPK werden die höchsten Zentralitätswerte mit 178 und 260 in Northeim erreicht, was neben Möbel Bäucke auch auf OBI, Wiglo Wunderland, Marktkauf sowie verschiedene Fachmärkte und –geschäfte zurückzuführen ist. Die höchste Zentralität für Heimtextilien und Gardinen findet sich hingegen in Einbeck, wo neben Möbel Boss, toom, Marktkauf und weiteren Fachmärkten vor allem auf Hammer Heimtex hinzuweisen ist. Die Möbelzentralität liegt in Einbeck trotz der Ansiedlung von Möbel Boss bei ca. 60.

In Uslar ist hauptsächlich auf den Möbelmarkt Wehe hinzuweisen, der jedoch fast ausschließlich ein höherwertiges Möbelsortiment führt. Bei der Einzelhandelserhebung 2014 wurden Haushaltswaren, GPK hauptsächlich bei Mäc Geiz in der Innenstadt angetroffen, Leuchten wurden im Hagebaumarkt angeboten. Außerdem ist auf eine Reihe von Fachgeschäften in der Langen Straße und tlw. in der Kurzen Straße sowie auf ein Teppichfachgeschäft hinzuweisen. Uslar erreicht im Möbelsegment etwa eine Zentralität von ca. 84; bei Heimtextilien / Gardinen wird eine Zentralität unter 5 erreicht.

In Hardeggen ist als prägender Anbieter im Möbelbereich Möbel Bauer auszumachen, ein Handwerksbetrieb (Bestattungen, Tischlerei) mit Möbelhandel. Die Zentralität von Hardeggen liegt im Möbelbereich ca. bei 95. Der Einzelhandelsbestand in Hardeggen konzentriert sich auf die Straße Vor dem Tore und die Lange Straße. Hier sind hauptsächlich Dienstleister und Nahversorgungsanbieter (Apotheke, Lebensmittelhandwerk) zu finden. Außer Möbeln werden in Hardeggen keine projektrelevanten Sortimente angeboten.

Im Flecken Gieboldehausen stellt das Eichsfelder Möbelcenter den größten Anbieter im Möbelbereich dar, der mit rd. 9.500 m² Verkaufsfläche in ähnlichen Größenordnungen rangiert wie die Möbelanbieter in Göttingen. Daraus resultiert eine Zentralität im Möbelbereich von ca. 812, die für ein Grundzentrum bemerkenswert hoch liegt. Weitere Einzelhändler (darunter ein Küchenanbieter) sind im Ortskern zu finden, hier befindet sich die Haupteinkaufslage im Bereich der Marktstraße. Außer Möbeln werden in Gieboldehausen keine projektrelevanten Sortimente angeboten.

2.4 Fazit zum regionalen Vergleich

Im Vergleich der umliegenden Mittelzentren fällt auf, dass die betrachteten Städte in Teilsortimenten teilweise beachtliche Zentralitäten erreichen und die des unter raumordnerischen Gesichtspunkten eigentlich dominierenden Oberzentrums Göttingen z. T. sehr nennenswert übertreffen. In denjenigen Städten, in denen kein großflächiges Möbelhaus mit ausgedehnten Randsortimenten ansässig ist, (Einbeck, Duderstadt, Hann. Münden, Uslar) liegt die Zentralität bei dem zentrenrelevanten Sortiment Haushaltswaren, GPK zwischen 79 und 99, was auf vorhandene Innenstadtstrukturen zurückzuführen ist. Bei Heimtextilien und Vorhängen machen sich neben Möbelhäusern (auch Discount-Möbelmärkten) vor allem Fachmärkte bemerkbar (u. a. Hammer, Dänisches Bettenlager), welche die Zentralität erhöhen können.

Bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (Lampen / Leuchten, Teppiche) ist eine hohe Zentralität davon abhängig, ob ein jeweils vorhandenes Möbelhaus diese Sortimente führt. So erreicht Einbeck bei Teppichen eine Zentralität, die weit über der von Göttingen liegt, während

Northeim bei Lampen / Leuchten eine höhere Zentralität aufweist. Im Möbelsegment erreicht Northeim mit ca. 124 nahezu die gleiche Zentralität wie Göttingen⁶¹.

Oft sind die Zentralitätswerte der Mittelzentren in Teilsortimenten den Zentralitäten des Oberzentrums Göttingen ähnlich, in einzelnen Bereichen werden diese sogar übertroffen. Dies wird hauptsächlich durch die Fachmärkte sowie mittelgroße Möbelhäuser (< 10.000 m²) geleistet.

Der oberzentrale Vergleich hat indes ergeben, dass andere Oberzentren vergleichbarer Größe ihre oberzentralen Versorgungsfunktionen gerade im Bereich der untersuchten Sortimente des langfristigen⁶² oder des spezialisierten, höheren Bedarfs, stärker wahrnehmen. Auch verfügen die untersuchten Oberzentren mit ca. 120.000 Einwohnern größtenteils über moderne Angebotsformen des Möbeleinzelhandels, die eine Darstellung eines breiten und tiefen Möbelkernsortiments mit ergänzenden Randsortimenten, ansprechender Präsentation und umfassenden Spezialangeboten leisten können, die von den Kunden heutzutage gefordert werden⁶³.

Rein quantitativ betrachtet ist Göttingen mit Ausnahme des Sortiments „Teppiche“ schon heute recht gut im Markt aufgestellt, verfügt aber im oberzentralen Vergleich noch über deutliche Verbesserungspotenziale. Qualitativ entfällt ein großer Teil der Verkaufsflächen, insbesondere im Möbelbereich, aber auch bei Haushaltswaren, GPK auf den Niedrigpreisbereich (auch SB-Warenhäuser, Sonderpostenmärkte, Nonfood-Discounter wie z. B. T€Di). Hiervon entfällt wiederum ein Großteil auf die Sonderstandorte Lutteranger und West. Sowohl an den Sonderstandorten, als auch in der Innenstadt, ist daher eine Entwicklung hin zu höherwertigen Angebotsformen sinnvoll.

Somit besteht im Hinblick auf ein attraktives, funktionsfähiges Oberzentrum der Bedarf zur Ansiedlung eines modernen Wohnkaufhauses, das die Anforderungen der Kunden an Sortimentsbreite und -tiefe erfüllt. Die Gutachter der GMA heben allerdings die Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes hervor, welche für Ansiedlungsvorhaben die Kompatibilität mit den städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Göttingen, insbesondere der Verträglichkeit mit den Angebotsstrukturen der zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet als maßgeblich definiert. Bei einer (auch durch das Einzelhandelskonzept vorgeschlagenen) Ansiedlung sind daher erhebliche negative städtebauliche Auswirkungen auf die Göttinger Innenstadt in jedem Fall zu vermeiden.

⁶¹ Dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Northeim zufolge betrug die Zentralität im Jahr 2009 für die gemeinsam betrachteten Warengruppen Möbel, Teppiche und Heimtextilien „knapp 200 %“, Quelle: Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Northeim, Dr. Lademann & Partner, 2009, S. 45

⁶² Zum langfristigen Bedarf gehören Elektrowaren, Hausrat / Einrichtung / Möbel, Baumarktsortimente / Optik / Uhren / Schmuck / Sonstiges (Autozubehör, Fitnessgroßgeräte etc.)

⁶³ Vgl. Wirkungsanalyse XXXL Einrichtungshaus und POCO Einrichtungsmarkt in Göttingen, GMA 2015, S. 13

3. Vertiefende Betrachtung der raumordnerischen Bewertung

In der Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung von XXXL / POCO vom Januar 2015 wurden die potenziellen wettbewerblichen Auswirkungen des Vorhabens XXXL / POCO in zwei Untersuchungsschritten ermittelt:

- Ein erster Ansatz, das Marktanteilkonzept, stellte die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens (= Marktanteile) innerhalb des Einzugsgebietes dar und ermittelte so die Umsatzerwartung.
- Mit einem zweiten Ansatz, der Kaufkraftbewegungsanalyse, wurden die voraussichtlichen Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Angebote der Region eingeschätzt (Umsatzumverteilung).

Daran anschließend erfolgte die Bewertung der potenziellen städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens in den zentralen Versorgungsbereichen in Göttingen und den nächstgelegenen Mittelzentren in Niedersachsen⁶⁴. Dabei wurde untersucht, inwiefern die potenziellen wettbewerblichen Auswirkungen aufgrund der Umsatzumverteilungseffekte in negative städtebauliche Auswirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen umschlagen können⁶⁵.

Bei dem von der GMA verwendeten Berechnungsmodell handelt es sich um ein modifiziertes Gravitationsmodell, das auf die Gravitations- und Potenzialmodelle aus der geografischen Handelsforschung zurückgreift. Als Prämissen dieses Modells wurden berücksichtigt:

- Die Attraktivität des Angebotsstandortes und der Angebote im Umfeld (regionale Wettbewerbssituation). Die Attraktivität eines Angebotsstandortes wird dabei ausgedrückt durch den Verkaufsflächenumfang bzw. den Umsatz (vgl. Teil A, Kapitel III).
- Der Distanzwiderstand i. S. d. räumlichen Entfernungen zwischen den Wettbewerbsstandorten und dem Untersuchungsstandort. Die Entfernungsdaten werden mit Hilfe eines sog. Routenplaners ermittelt (jeweils schnellste Route zum Planstandort).
- Die Intensität der Einkaufsbeziehungen, u. a. basierend auf Kaufkraftströmen in der Region.
- Weitere Faktoren zur Gewichtung wie z. B. die Betriebstypenstrukturen der Wettbewerbsstandorte.

Bei der Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen (= Umsatzumverteilungen) von Einzelhandelsvorhaben ist grundsätzlich zu unterscheiden zwischen Wettbewerbswirkungen und

⁶⁴ Bedarfsprüfung durch ArL BS Raumordnung / Landesplanung gefordert, daher nur für Mittelzentren in Niedersachsen durchgeführt.

⁶⁵ An dieser Stelle soll auch auf die in der Studie vom Januar 2015 nicht dargestellten Städte Uslar (Mittelzentrum), Hardeggen und Gieboldehausen (Grundzentren) eingegangen werden.

möglichen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Beeinträchtigungen. Wettbewerbliche Wirkungen können zwar zu – ggf. befristeten – Beeinträchtigungen von Betrieben in der Leistungsfähigkeit führen; das interkommunale Abstimmungsgebot gemäß § 2 Abs. 2 BauGB schützt jedoch nicht den bestehenden Einzelhandel in den Nachbarkommunen vor Konkurrenz. Es geht hierbei vielmehr darum, zu bewerten, ob sich die Ansiedlung eines Einzelhandelsvorhabens negativ auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung in der Standort- und Nachbarkommune auswirkt (vgl. hierzu die Urteile des OVG Münster vom 06.06.2005, 10 D 145/04.NE und 10 D 148/04.NE).

Zur Ableitung möglicher städtebaulicher und versorgungsstruktureller Auswirkungen wird von der Rechtsprechung bzw. in der Verwaltungspraxis häufig ein Schwellenwert von 10 % Umsatzumverteilung angesetzt. In den vergangenen Jahren hat diesbezüglich eine etwas andere Akzentuierung stattgefunden; so reicht das alleinige Abstellen auf die voraussichtlichen Umsatzumverteilungsquoten zur Bewertung möglicher Auswirkungen eines Einzelhandelsvorhabens auf einen zentralen Versorgungsbereich nicht aus. Vielmehr sind hier im Einzelfall auch andere Kriterien wie beispielsweise die konkrete städtebauliche Situation der möglicherweise betroffenen zentralen Versorgungsbereiche zu berücksichtigen (vgl. Urteile OVG Münster vom 11.12.2006, 7 A 964/05 und Bundesverwaltungsgericht vom 11.10.2007, 4 C 7.07). Aus gutachterlicher Sicht ist zu ergänzen, dass schon bei Umverteilungsquoten von unter 10 % städtebauliche Beeinträchtigungen eintreten können, wenn z. B. die Schwächung wesentlicher Magnetbetriebe eines zentralen Versorgungsbereiches zu prognostizieren ist. Gleichzeitig müssen aber bei Umverteilungen von über 10 % nicht zwangsläufig negative städtebauliche Auswirkungen auftreten. Das Umschlagen wettbewerblicher in städtebauliche Effekte ist abhängig von der Leistungsfähigkeit der betroffenen Betriebe, deren Funktion innerhalb eines Zentrums (z. B. Magnetbetrieb) sowie der Stabilität der betroffenen Lage. In die Bewertung ist darüber hinaus die Bedeutung der jeweiligen Branche für das Zentrum (z. B. Leitbranche, ergänzendes Sortiment) einzustellen.

3.1 Vertiefende Betrachtung der Umsatzumverteilungswirkungen

Um die Möglichkeit der Beeinträchtigung der zentralörtlichen Funktion der zentralen Orte einschätzen zu können, sind die bestehenden Zentralitäten der untersuchten Mittelzentren und des Grundzentrums einmal vor (ex ante) und einmal nach (ex post) den durch die Ansiedlung von XXXL / POCO zu erwartenden Umsatzumverteilungen aufbereitet worden.

Tabelle 17: Modellrechnung zur Entwicklung der Zentralitäten

Stadt		Göttingen	Northeim	Einbeck	Duderstadt	Hann. Münden	Uslar	Hardeggen	Gieboldehausen
Möbel / Matratzen / Teppiche	Zentralität vorher	127	124	60	7	19	84	95	812
	Zentralität nachher	168	99	54	6	17	80	90	643
	Veränderung	41	-25	-6	-1	-2	-4	-5	-169
Lampen / Leuchten	Zentralität vorher	124	178	100	47	58	56	N. N.	N. N.
	Zentralität nachher	151	149	91	36	46	55	N. N.	N. N.
	Veränderung	27	-29	-9	-11	-12	-1	N. N.	N. N.
GPK, Haus- haltswaren, Bilder	Zentralität vorher	222	260	89	99	79	82	N. N.	N. N.
	Zentralität nachher	230	255	88	96	77	82	N. N.	N. N.
	Veränderung	8	-5	-1	-3	-2	0	N. N.	N. N.
Heimtextilien, Gardinen	Zentralität vorher	93	41	237	83	89	3	N. N.	N. N.
	Zentralität nachher	106	34	231	74	81	3	N. N.	N. N.
	Veränderung	13	-7	-6	-9	-8	0	N. N.	N. N.

Berechnung: GMA 2015; Werte gerundet; N. N. = Nicht Nachweisbar, Aufgrund zu geringen Angebotes keine Zentralität ausweisbar

Danach lassen sich folgende Entwicklungen feststellen:

- Der Hauptteil der Umsatzumverteilung wird durch die Umlenkung der Kaufkraftströme (ca. 45 % der gesamten Umsatzumverteilungen) innerhalb Göttingens stattfinden. Bei der Betrachtung der Zentralität sind die größten Veränderungen im Möbelsegment zu erwarten. Die Bindung von Kaufkraftpotenzialen aus dem Einzugsgebiet an den Standort Göttingen wird im Umland insbesondere die Standorte betreffen, die selbst eine hohe Zentralität aufweisen und große Teile ihres Umsatzes in den projektrelevanten

Warengruppen aus einem Einzugsgebiet beziehen, das sich mit dem der Stadt Göttingen überlagert.

- Die Stadt Göttingen würde ihre Möbelzentralität von ca. 127 auf ein für ein Oberzentrum übliches Niveau (siehe S. 69) von ca. 168 ausbauen können, die Zentralität (Möbel) von Northeim würde von ca. 124 auf 99 absinken, was weiterhin der Funktionsbedeutung eines Mittelzentrums entspricht. In Einbeck, Duderstadt, Hann. Münden, Uslar und Hardegsen würde sich die Zentralität im Möbelsegment nur sehr geringfügig verringern, da diese bereits vor der Ansiedlung nicht sehr hoch ausgeprägt ist. Bei den zentrenrelevanten Randsortimenten fällt der Rückgang der Zentralitäten noch deutlich geringer aus. Im Grundzentrum Gieboldehausen, dessen Zentralität bei Möbeln, Matratzen und Teppichen derzeit bei ca. 812 liegt, ist ein Rückgang auf ca. 643 zu erwarten, was für ein Grundzentrum eine weit überdurchschnittliche Kaufkraftbindung bedeutet.
- Die ex post Betrachtung macht deutlich, dass sich die Zentralitätswerte der betrachteten Mittelzentren nach der Ansiedlung von XXXL / POCO in den projektrelevanten Sortimenten etwa in den gleichen Dimensionen bewegen, wie vor der Ansiedlung (ex ante Betrachtung). Städte mit hoher Zentralität haben dabei auch nach der Ansiedlung weiterhin eine hohe, wenn auch verringerte Zentralität, bei Städten mit niedriger Zentralität verringert sich die Zentralität nur in einem geringeren Maße.

Ob diese Umsatzumverteilungen und Rückgänge in der Zentralität zu Betriebsschließungen führen, ist v. a. von der individuellen Situation vor Ort abhängig. Hier fließen u. a. Faktoren ein wie die Eigentumsverhältnisse des Grundstücks / der Immobilie, Höhe der Mieten, die Betriebsform oder Personalstruktur und -kosten. Auch die Fähigkeit den Marktauftritt / das Sortiment umzustellen / zu spezialisieren bzw. Kosten zu verringern um auf veränderte Wettbewerbsbedingungen zu reagieren, stellt einen maßgeblichen Faktor dar. Ein Indiz hierfür kann die Veränderung der Raumleistungen (Flächenproduktivitäten) sein. Gemäß BBE Handelsberatung⁶⁶ liegen die Raumleistungen bei Möbelhäusern < 20.000 m² bei ca. 650 – 850 € / m², bei Möbelhäusern > 20.000 m² bei 1.100 - 1.300 € / m². Möbelmitnahmемärkte erreichen typischerweise 1.000 – 1.300 € / m², während Küchenfachmärkte 2.100 – 2.900 € / m² umsetzen.

Im Nachfolgenden werden die Raumleistungen / Flächenproduktivitäten (= Bruttoumsatz / m² VK) vor und nach Ansiedlung von XXXL / POCO in Göttingen bewertet. Dazu werden die Umsatzleistungen der Wettbewerber vor und nach der Ansiedlung, d. h. unter Abzug der im GMA-Gutachten vom Januar 2015 ermittelten Umsatzumverteilungswirkungen, den Verkaufsflächen gegenübergestellt.

⁶⁶ Vgl. Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel, S. 35, BBE 2013

Tabelle 18: Entwicklung der Raumleistungen

	Stadt	Möbelkernsortiment		
		Verkaufsfläche	Raumleistung „ex ante“	Raumleistung „ex post“
Vorhabenstandort	Göttingen ¹	49.020	1.420 – 1.430	1.060 – 1.070
Mittelzentren	Northeim	11.340	1.320 – 1.330	1.060 – 1.070
	Einbeck	4.310	1.560 – 1.570	1.440 – 1.450
	Duderstadt	250	1.900 – 2.000	1.790 – 1.800
	Hann. Münden	1.230	1.370 – 1.380	1.290 – 1.300
	Uslar	3.600	*	*
Grundzentren	Hardeggen	2.500	*	*
	Gieboldehausen	9.900	*	*

¹ Raumleistung ohne XXXL / POCO. Werte gerundet. * = Weniger als 3 Betriebe, Ausweis nicht möglich.

GMA-Berechnungen 2015

Die Änderung der Raumleistungen in den untersuchten Standorten ist vor diesem Hintergrund für das Möbelkernsortiment wie folgt zu beurteilen:

- / Die Betrachtung der Raumleistungen zeigt an, dass die Raumleistungen zwar zurückgehen, die von den BBE genannten Durchschnittswerte jedoch nicht unterschritten werden. Die Werte der ex post-Betrachtung liegen noch durchweg über den Durchschnittswerten, somit ist kein zwingender Hinweis auf unausweichliche Betriebsschließungen gegeben.
- / Die GMA hat bereits in der Wirkungsanalyse vom Januar 2015 darauf hingewiesen, dass selbst im Falle des Marktaustrittes eines der Wettbewerber die dort freiwerdenden Umsätze von den anderen Marktteilnehmern absorbiert werden können, was die Anbieter in den umliegenden Mittel- / und Grundzentren mit einschließt. Hierdurch würden die Umsatzverluste der jeweiligen Anbieter verringert werden. Ein Marktaustritt aller Anbieter ist daher auszuschließen.
- / Die Reaktion auf eine stärkere, einem leistungsstarken Oberzentrum entsprechende Wettbewerbssituation (vgl. oberzentraler Vergleich) z. B. durch Modernisierung, Umstellung des Sortiments, Spezialisierung, Kostenreduktion oder betriebliche Anpassung bleibt den bestehenden Unternehmen unbenommen.

3.2 Würdigung der Neuansiedlung unter dem Aspekt ausgeglichener Versorgungsstrukturen

Zur Bewertung der Versorgungsstrukturen im Einzugsgebiet ist zu untersuchen, ob die ermittelten Zentralitäten in den projektrelevanten Sortimenten an den untersuchten Ober- Mittel- und Grundzentren nach der Ansiedlung von XXXL / POCO (ex post Betrachtung) ausgeglichene Versorgungsstrukturen widerspiegeln.

Maßgeblich ist hierbei das **Beeinträchtungsverbot** gemäß Landesraumordnungsprogramm (LROP) Niedersachsen:

„Ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Entwicklung, die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung dürfen durch neue Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtungsverbot).“ (LROP Niedersachsen 2008, Kapitel 2.3 Abs. 3 Nr. 19, im Entwurf 2014 übernommen)

„Danach ist zu prüfen, ob von dem geplanten Einzelhandelsgroßprojekt wesentliche Beeinträchtigungen auf die einzelnen Komponenten ausgeglichener Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung ausgehen. Hierbei steht aus raumordnerischer Sicht nicht allein die durch das Einzelvorhaben bzw. durch Einzelhandelsagglomerationen bewirkte Umsatzumverteilung im Vordergrund, sondern auch Kennziffern zur Zentralitätsentwicklung und zur Nachfrageentwicklung im Einzugsbereich des Vorhabens⁶⁷“.

Oberzentren haben i. S. d. Raumordnung Einrichtungen und Angebote für den spezialisierten höheren Bedarf zu sichern und zu entwickeln. Das LROP 2008 führt zu Oberzentren aus:

„Oberzentren sind multifunktionale, großstädtische Standorte und Verkehrsknoten mit überregionaler Ausstrahlung. Sie haben eine Standortpräferenz für landesweit bedeutsame Einrichtungen und Angebote. Für die Oberzentren des Landes gilt, dass sie durch inner- und überregionale Zentrenverflechtung in ihrer internationalen Standort- und Verkehrsgunst gestärkt werden sollen.

Wichtige Struktur- und Zentralitätskennzahlen für Oberzentren sind:

- für das Eigenpotenzial: die Einwohner und Arbeitsplätze im Stadtgebiet
- für die Arbeitsmarktzentralität: die Arbeitseinpender und der Pendlersaldo
- für die Versorgungszentralität: Einzelhandelsgrößen, Einrichtungen und Arbeitsplätze im öffentlichen Sektor, dem Bildungs- und Forschungsbereich sowie dem Gesundheitswesen
- für die infrastrukturellen Standortpotenziale und ihre überregionale Bedeutung: die überregionale Verkehrsinfrastruktur, die Einbindung in internationale Verflechtungen und Netzwerke.

⁶⁷ Quelle: Erläuterungen zum LROP Niedersachsen 2008, 2.3: zu Ziffer 03 Satz 19 (Beeinträchtungsverbot)

Die Festlegung der niedersächsischen Oberzentren berücksichtigt die landesspezifischen Unterschiede und teils räumlichen Besonderheiten der physischen und historischen Ausgangssituationen sowie der verkehrlichen, wirtschaftlichen und sozialen Bedingungen für die Entwicklung der Städte- und Zentrenstruktur im Land.

Dem Rechnung tragend sind in allen Landesteilen Oberzentren festgelegt, die über das entsprechende Bevölkerungspotenzial hinaus ausgeprägte regionale Versorgungs- und Arbeitsmarktzentralität und besondere Standort- und Entwicklungsvoraussetzungen für die Umsetzung der Ziele der Raumordnung- und Landesentwicklung sowie zur Unterstützung einer ausgeglichenen oberzentralen Siedlungs- und Versorgungsstruktur im ganzen Land haben⁶⁸.

Mittelzentren sollen Einrichtungen und Angebote für den gehobenen Bedarf bereitstellen. Zur Aufgabe von Mittelzentren besagt das LROP 2008:

„Raumordnerische Priorität hat der Erhalt eines engen, tragfähigen Netzes regionaler Versorgungs- und Arbeitsmarktzentren zur Sicherung einer landesweit ausgeglichenen Ausstattung und Versorgung mit Einkaufsmöglichkeiten, höherwertigen und spezialisierteren Dienstleistungen, industriell-gewerblichen und Dienstleistungsarbeitsplätzen sowie mit öffentlichen Verwaltungs-, Bildungs-, Gesundheits-, Sozial-, Kultur- und Sporteinrichtungen. Das Netz der Mittelzentren soll dafür die Basis bilden und eine gut erreichbare und bedarfsdeckende Versorgung der Bevölkerung im ganzen Land sichern. Dazu muss es einerseits eng und andererseits tragfähig genug sein, um als langfristiges räumliches Siedlungs- und Versorgungskonzept Gültigkeit zu haben, sich den strukturelevanten Veränderungen anzupassen und Orientierung geben zu können für weitere private und öffentliche Investitionen⁶⁹“.

Grundzentren sollen Einrichtungen und Angebote für den allgemeinen täglichen Grundbedarf vorhalten. Die Aufgabe von Grundzentren wird wie folgt definiert:

Grundzentren haben einen auf das Gemeinde- bzw. Samtgemeindegebiet ausgerichteten Versorgungsauftrag für die allgemeine, tägliche Grundversorgung. Hierfür sollen sie über ein standortgebundenes Eigenpotenzial an Bevölkerung und Arbeitsplätzen, öffentlichen Einrichtungen und Diensten, Geschäften und Betrieben, Angeboten der schulischen, medizinischen und sozialen Grundversorgung und ÖPNV-Anbindungen zu den nächst gelegenen größeren Zentren verfügen⁷⁰.

Oberzentren haben i. S. d. LROP, auch aus einzelhändlerischer Sicht, die Aufgabe überregionale bis landesweite Angebote bereitzustellen. Im Sinne ausgeglichener Versorgungsstrukturen gehören bei der Versorgungszentralität u. a. Einzelhandelsgrößen zu den „Struktur- und Zentralitätskennzahlen“ der Oberzentren. In Kapitel 2.2 Abs. 3 Nr. 3 des LROP 2008 (2.2 Abs. 5 Nr. 4 im LROP 2012) wird festgelegt, dass Oberzentren zentralörtliche Einrichtungen und Angebote für den spezialisierten höheren Bedarf vorhalten sollen, sowie zugleich die mittel- und grundzentralen Versorgungsaufgaben zu leisten haben.

⁶⁸ Quelle: Erläuterungen zum LROP Niedersachsen 2008, 2.2: zu Ziffer 04 Satz 1

⁶⁹ ebd. zu Ziffer 05

⁷⁰ Quelle: Erläuterungen zum LROP Niedersachsen 2008, 2.2: zu Ziffer 01ätze 5 und 6

Die Bedarfsstufe richtet sich dabei nach der Nachfragehäufigkeit. Erzeugnisse des Grundbedarfs werden periodisch nachgefragt, mitunter täglich. Aperiodische, oder auch episodische Nachfrage tritt wesentlich seltener auf, je seltener und spezialisierter eine Nachfrage auftritt, desto höher ist die Bedarfsstufe. Möbel lassen sich somit sowohl dem gehobenen Bedarf, als auch dem spezialisierten, höheren Bedarf zuordnen, da sie selten nachgefragt werden und das Angebot, gerade im gehobenen Preissegment, durchaus am Massenmarkt vorbeigehen und hochspezialisiert sein kann. Ein Angebot mit überregionaler bis landesweiter Reichweite, für das lange Anfahrten in Kauf genommen werden, ist demnach Aufgabe der Oberzentren.

Mit Bestimmtheit lässt sich daher sagen, dass große Möbelhausentwicklungen nach LROP 2008 und 2012 in Oberzentren vorgesehen und möglich sind, da große Möbelhäuser mit großer Sortimentstiefe und -breite im Allgemeinen dem „spezialisierten höheren Bedarf“⁷¹ zugeordnet werden, der den Oberzentren vorbehalten ist, und Oberzentren diesbezüglich einen Versorgungsauftrag haben.

Mittelzentren haben hingegen die Aufgabe, in einem engen, tragfähigen Netz aus regionalen Versorgungsstandorten eine gut erreichbare und bedarfsdeckende Versorgung der Bevölkerung im ganzen Land sichern und neben dem Grundbedarf auch Einrichtungen und Angebote für den „gehobenen Bedarf“ vorzuhalten.

Die Aufgabe der Grundzentren ist es, den „allgemeinen täglichen Grundbedarf“ zu sichern. Das Vorhandensein von großen Möbelhäusern mit mehreren tausend Quadratmetern Verkaufsfläche in Grundzentren stellt insofern weniger den erklärten Willen der Landesraumordnung dar, als vielmehr historisch gewachsene Strukturen, die sich üblicherweise aus einem ursprünglich kleinen Tischlereibetrieb entwickelt haben.

Für große Möbelhäuser mit überregionalem Einzugsgebiet und entsprechender Versorgungsfunktion bedeutet dies, dass ein derart weitreichendes Angebot i. S. d. Raumordnung in den Oberzentren, die überregionale Verkehrsknoten und Versorgungszentren darstellen, anzusiedeln ist. Dies kommt auch der Tragfähigkeit der Angebote zugute, diese ist in Oberzentren mit überregionaler Anbindung und ausreichend bestücktem Einzugsgebiet am ehesten gegeben. Angebote des „gehobenen Bedarfs“, zu denen u. a. die typischen Innenstadtsortimente (zentrenrelevante Sortimente) zählen, sollen dagegen im regionalen Kontext, in einem „engen Netz“, flächendeckend verfügbar sein. Vor diesem Hintergrund sind die Zentralitätswerte der ex post Betrachtung zu bewerten.

⁷¹ Vgl. LROP Niedersachsen 2008, 2.2

3.3 Bewertung der Auswirkungen im Hinblick auf die Zentralitätswerte

Die Raumverträglichkeit des Vorhabens bemisst sich gemäß Beeinträchtigungsverbot auch an der sortimentsspezifischen Zentralität in den benachbarten zentralen Orten. Diese ist (nach der Ansiedlung) in der folgenden Tabelle dargestellt:

Tabelle 19: ex post Betrachtung

Stadt		Göttingen	Northeim	Einbeck	Duderstadt	Hann. Münden	Uslar	Hardeggen	Gieboldehausen
Möbel / Matratzen / Teppiche	Kaufkraft in Mio. €	55,8	12,1	12,9	8,5	9,9	5,8	3,3	1,6
	Umsatz in Mio. €	94 - 95	12 - 13	7 - 8	0 - 1	1 - 2	*	*	*
	Zentralität	168	99	54	6	17	80	90	643
Lampen / Leuchten	Kaufkraft in Mio. €	5,1	1,1	1,2	0,8	0,9	0,5	0,3	0,1
	Umsatz in Mio. €	7 - 8	1 - 2	1 - 2	0 - 1	0 - 1	*	*	*
	Zentralität	151	149	91	36	46	55	N. N.	N. N.
GPK, Haushaltswaren, Bilder	Kaufkraft in Mio. €	12,5	2,7	2,9	1,9	2,2	1,3	0,7	0,4
	Umsatz in Mio. €	28 - 29	6 - 7	2 - 3	1 - 2	1 - 2	1 - 2	*	*
	Zentralität	230	255	88	96	77	82	N. N.	N. N.
Heimtextilien, Gardinen	Kaufkraft in Mio. €	10,7	2,3	2,5	1,6	1,9	1,1	0,6	0,3
	Umsatz in Mio. €	11 - 12	0 - 1	5 - 6	1 - 2	1 - 2	*	*	*
	Zentralität	106	34	231	74	81	3	N. N.	N. N.

Berechnung: GMA 2015; Werte gerundet; N. N. = Nicht Nachweisbar, Aufgrund zu geringen Angebotes keine Zentralität ausweisbar; * = Ausweis nicht möglich, da weniger als 3 Betriebe

Göttingen:

Insbesondere im Hinblick auf den unter 2.1 vorgenommenen oberzentralen Vergleich entsprechen die Zentralitäten (ex post) der Stadt Göttingen dem oberzentralen Versorgungsauftrag. Vergleichbare Oberzentren erreichen zwar noch deutlich höhere Zentralitätswerte, diese können jedoch auch auf ein größeres Einzugsgebiet reflektieren. Die errechneten Zentralitäten sind unter Berücksichtigung der Siedlungsstruktur im länderübergreifenden Einzugsgebiet (Süd-niedersachsen, Nordhessen, Nordwestthüringen) für ein Oberzentrum als angemessen zu bewerten. **Der Bedarf für den möbelhändlerischen Versorgungsauftrag wird durch diese vergleichende regionale Betrachtung hiermit unterstrichen.**

Northeim:

Die aktuellen Zentralitäten in den für den mittelzentralen Versorgungsauftrag relevanten Sortimentsbereichen sind teils sehr hoch, andere sind bereits in der ex ante Betrachtung eher niedrig. Mit ca. 254 bei Haushaltswaren, GPK wird ein sehr hoher Zentralitätswert erreicht, bei Heimtextilien liegt der Wert nur bei ca. 34. Dieser lag bei der ex ante Betrachtung bei ca. 41. Bei Lampen / Leuchten ist die Zentralität mit ca. 149 ebenfalls hoch, bei Möbeln wird mit 99 ein Wert erreicht, der über dem der anderen betrachteten Mittelzentren liegt. Northeim kann auch nach Ansiedlung von XXXL / POCO in Göttingen seinen mittelzentralen Versorgungsauftrag wahrnehmen.

Einbeck:

In Einbeck zeigt sich im Vergleich zu Northeim bei den betrachteten Sortimenten das umgekehrte Bild, die Zentralität bei Heimtextilien / Gardinen ist mit ca. 230 sehr hoch, bei Haushaltswaren, GPK ist sie mit ca. 88 eher durchschnittlich. Die Zentralität im Möbelbereich liegt bei ca. 54. Angesichts der Nachbarschaft der Städte Northeim und Einbeck und der jeweils ausgeprägten Fachmarktstrukturen ist es möglich, dass sich die Angebote hier ergänzen. Der mittelzentrale Versorgungsauftrag wird durch die Ansiedlung von XXXL / POCO in Göttingen nicht wesentlich beeinträchtigt.

Duderstadt:

Da in Duderstadt kein größerer Möbelanbieter ansässig ist, ergeben sich durch die Ansiedlungen in Göttingen nur geringe Änderungen in der Zentralität. Bei Haushaltswaren, GPK erreicht Duderstadt eine Zentralität von ca. 96; bei Heimtextilien von ca. 74. Bei Lampen / Leuchten wird eine Zentralität von ca. 36 erreicht, Möbel und Teppiche liegen (wie schon in der ex ante Betrachtung) unterhalb von 10. Der mittelzentrale Versorgungsauftrag wird durch die Ansiedlung von XXXL / POCO in Göttingen nicht wesentlich beeinträchtigt.

Hann. Münden:

Hann. Münden erreicht mit ca. 81 eine gute Zentralität bei Heimtextilien und Gardinen, auch bei Haushaltswaren, GPK ist mit ca. 77 eine angemessene Zentralität zu verzeichnen. Bei Lampen /

Leuchten beträgt die Zentralität ca. 45, somit ist eine ähnliche Versorgungsbedeutung wie in Duderstadt zu attestieren. Der mittelzentrale Versorgungsauftrag wird durch die Ansiedlung von XXXL / POCO in Göttingen nicht wesentlich beeinträchtigt.

Uslar:

In Uslar wird bedingt durch den Möbelanbieter Wehe im Möbelbereich eine Zentralität von ca. 80 erreicht, bei Lampen / Leuchten liegt Uslar mit einer Zentralität von ca. 55 etwa im Bereich von Duderstadt und Hann. Münden. Bei Haushaltswaren, GPK ist das Angebot sehr gering, aufgrund der niedrigen Einwohnerzahl und Kaufkraft wird dennoch eine Zentralität von ca. 82 erreicht. Bei Heimtextilien und Gardinen führt das sehr geringe Angebot lediglich zu einer Zentralität von unter 5. Der mittelzentrale Versorgungsauftrag wird durch die Ansiedlung von XXXL / POCO in Göttingen nicht wesentlich beeinträchtigt.

Hardeggen:

Hardeggen verfügt über ein Möbelhaus ohne Randsortimente, die weiteren betrachteten Sortimente werden in Hardeggen nicht angeboten. Im Möbelbereich erreicht Hardeggen dennoch eine Zentralität von ca. 90, was auf den historisch aus einer Tischlerei (Bestattungsinstitut) hervorgegangenen Möbelbetrieb zurückzuführen ist, der für ein Grundzentrum nicht selbstverständlich ist. Der grundzentrale Versorgungsauftrag wird durch die Ansiedlung von XXXL / POCO in Göttingen nicht wesentlich beeinträchtigt.

Gieboldehausen:

Gieboldehausen verfügt über ein großes Möbelhaus ohne Randsortimente, sowie einen kleineren, auf Küchen spezialisierten Anbieter. Die weiteren betrachteten Sortimente werden nicht angeboten. Im Möbelbereich erreicht Gieboldehausen nach der Ansiedlung eine Zentralität von ca. 643, was wie in Hardeggen auf den historisch aus einer Tischlerei hervorgegangenen Möbelbetrieb zurückzuführen ist, was für ein Grundzentrum eine Besonderheit darstellt. Der grundzentrale Versorgungsauftrag wird auch hier durch die Ansiedlung von XXXL / POCO in Göttingen nicht wesentlich beeinträchtigt.

3.4 Fazit der vertiefenden raumordnerischen Betrachtung

Die Untersuchung der Zentralitäten (ex ante, ex post) im Rahmen der Bedarfsprüfung hat ergeben, dass die Verwirklichung des Ansiedlungsvorhabens von XXXL und POCO in Göttingen in der untersuchten Dimensionierung nicht zur Beeinträchtigung ausgewogener Versorgungsstrukturen im Einzugsgebiet des Vorhabens führen wird. Die Attraktivität des Oberzentrums Göttingen wird entsprechend seines raumordnerisch definierten Versorgungsauftrages durch die Schaffung

eines differenzierten (große Sortimentsbreite und -tiefe) und zeitgemäß präsentierten Angebotes im Möbele Einzelhandel erhöht.

Die untersuchten Mittelzentren werden ihrer Aufgabe, im Sinne einer ausgeglichenen Versorgungsstruktur in einem engen, tragfähigen Netz aus regionalen Versorgungsstandorten eine gut erreichbare und bedarfsdeckende Versorgung der Bevölkerung im ganzen Land sichern und neben dem Grundbedarf auch Einrichtungen und Angebote für den „gehobenen Bedarf“ vorzuhalten, auch nach einer möglichen XXXL- / POCO-Ansiedlung in Göttingen weiterhin gerecht. Die Analyse der Zentralitäten lässt nicht auf eine wesentliche Beeinträchtigung der zentralörtlichen Versorgungsfunktion schließen.

Verzeichnisse	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum	12
Karte 2: Zentraler Versorgungsbereich und Sonderstandorte in Göttingen	13
Karte 3: Mikrostandort Dransfelder Straße	15
Karte 4: Projektkonzeption XXXL und POCO in Göttingen	24
Karte 5: Einzugsgebiet Göttingen mit begrenzenden Wettbewerbsstrukturen	29
Karte 6: Die wesentlichen Wettbewerbsstandorte im Untersuchungsgebiet	39
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Flächenentwicklung der 30 größten Möbelhäuser in Deutschland 2001 – 2011	19
Tabelle 2: XXXL-Einrichtungshaus (Σ zentrenrelevante Randsortimente: 2.700 m ² VK)	22
Tabelle 3: POCO-Einrichtungsmarkt (Σ zentrenrelevante Randsortimente: 600 m ² VK)	23
Tabelle 4: Die projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet	28
Tabelle 5: Verkaufsflächen nach Sortimente und Lage in Zone I	33
Tabelle 6: Verkaufsflächen nach Sortimente und Lage in Zone II und III	36
Tabelle 7: Verkaufsflächen und Umsätze nach Sortimenten und Zonen im Einzugsgebiet	41
Tabelle 8: Marktanteile und Umsatzerwartung im Einzugsgebiet	47
Tabelle 9: Umverteilungswerte nach Sortimenten und Zonen in Mio. €	48
Tabelle 10: Ermittelte Umverteilungsvolumina	49
Tabelle 11: Verkaufsflächen in der Göttinger Innenstadt	52
Tabelle 12: Verkaufsflächen nach Lage und Sortiment in Göttingen:	72
Tabelle 13: Einwohner, Einzugsgebiet und Nachfrage	76
Tabelle 14: Verkaufsflächen und Möbelanbieter	77
Tabelle 15: Umsätze und Zentralitäten	78
Tabelle 16: Kaufkraft, Umsatz und Zentralität	81
Tabelle 17: Modellrechnung zur Entwicklung der Zentralitäten	86
Tabelle 18: Entwicklung der Raumleistungen	88
Tabelle 19: ex post Betrachtung	92

Übersichtsverzeichnis

Übersicht 1:	Typische Sortimente eines Einrichtungshauses	20
Übersicht 2:	Einwohnerzahlen im Einzugsgebiet des Planobjektes XXXL / POCO	27
Übersicht 3:	Die wesentlichen Wettbewerber in Zone I	33
Übersicht 4:	Die wesentlichen Wettbewerber in Zone II und III	37