



Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentren- konzeptes der Stadt Meppen

Auftraggeber: Stadt Meppen

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Katharina Staiger
Kirsten Marwede, M. Sc. Geogr.

Köln, den 23.03.2018

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

Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

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

Vorbemerkung

Im November 2017 beauftragte die Stadt Meppen die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH das Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2010 zu aktualisieren. Eine Fortschreibung wurde notwendig, da nicht nur zahlreiche Veränderungen im Einzelhandel eintreten, sondern sich auch die standortbezogenen- und rechtlichen Rahmenbedingungen verändert haben. Dies bezieht sich insbesondere auf das Landesraumordnungsprogramm (LROP-Verordnung 2017) mit zahlreichen Vorgaben zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels. Darüber hinaus signalisieren verschiedene Betreiber von Lebensmittelmärkten in Meppen ihr Interesse, die Verkaufsfläche zu erweitern. Hinzu kommt die geplante Umsiedlung des hagebau-Marktes.

Der GMA standen für die Erstellung der Untersuchung Daten und Informationen des Statistischen Bundesamtes, des Landesamt für Statistik Niedersachsen, der Stadt Meppen sowie GMA-interne Unterlagen zur Verfügung.

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

Köln, 23.03.2018

KST/MEK-aw

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	6
1. Aufgabenstellung und Methodik	6
2. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung	8
2.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung	8
2.2 Konsumentenverhalten im Wandel	10
2.3 Standortwahl des Einzelhandels und der Kommunen	11
2.4 Mittelfristige Entwicklungstrends	12
3. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel	13
3.1 Bauplanungsrecht	13
3.1.1 Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)	13
3.1.2 Unbeplanter Innenbereich (§ 34 BauGB)	14
3.2 Besonderes Städtebaurecht	14
3.3 Zentrale Versorgungsbereiche	15
3.4 Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen	18
II. Situationsanalyse des Einzelhandelsstandortes Meppen	20
1. Makrostandort Meppen	20
2. Aktueller Einzelhandelsbestand	23
3. Nahversorgungssituation	25
III. Nachfragesituation	27
1. Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Meppen	27
2. Kaufkraftpotenzial für den Einzelhandel in Meppen	29
3. Einzelhandelszentralität	30
4. Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose	30
IV. Einzelhandelskonzept für Meppen	32
1. Ziele des Einzelhandelskonzeptes	32
2. Sortimentskonzeptes	33

3.	Standortkonzept	37
3.1	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	40
3.2	Nahversorgungszentren	44
3.2.1	Nahversorgungszentrum Marienstraße / Schullendamm	44
3.2.2	Nahversorgungszentrum Haselünner Straße	46
3.2.1	Nahversorgungszentrum Fürstenbergstraße	48
3.3	Sonstige Lebensmittelanbieter	50
3.3.1	Esterfeld: Aldi, Grabbestraße	50
3.3.2	Esterfeld: Lidl, Versener Straße	51
3.3.3	Esterfeld: Edeka, Esterfelder Stiege	52
3.3.4	Neustadt: Rewe, Lathener Straße	53
3.3.5	Nödike: Marktkauf, Schwefinger Straße	54
3.4	Gewerbegebiete	55
4.	Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung	56
5.	Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes	57
V.	Fazit der Untersuchung	58

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung und Methodik

Der Einzelhandel der Stadt Meppen wurde im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes 2010 von der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung untersucht. Zwischenzeitlich haben sich nicht nur die nachfrageseitigen Rahmenbedingungen verändert, sondern auch das Einzelhandelsangebot und die rechtlichen Rahmenbedingungen. Außerdem wurden Anfragen zur Erweiterung und Umsiedlung von Bestandsobjekten gestellt. Das Einzelhandelskonzept dient als sachlich fundierte Grundlage zur Bewertung der branchen- und standortbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten für den lokalen Einzelhandel. Es bildet als umsetzungsorientiertes Steuerungsinstrument die Basis für weitere Planungen, wobei der großflächige Einzelhandel (ab 800 m² Verkaufsfläche) planungsrechtlich und raumordnerisch zu begleiten ist. Das Einzelhandelskonzept basiert auf der Einteilung der Sortimente (sog. Sortimentskonzept) und einzelnen Standortbereiche (sog. Standortkonzept). Es zeigt also auf, an welchen Standorten / Lagen großflächiger Einzelhandel und mit welchen Sortimenten zulässig bzw. entwicklungsfähig ist.

Das Konzept stützt sich auf eine umfassende Datenbasis, wobei der überwiegende Teil durch die GMA erhoben und ausgewertet wurde. Die **Angebotsituation** wurde durch eine flächendeckende Vor-Ort-Aufnahme der Verkaufsflächen aller Einzelhandelsbetriebe im gesamten Stadtgebiet im Dezember 2017 erfasst. Wichtig ist in diesem Zusammenhang die Definition der Verkaufsfläche:

„Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Käse-, Fleisch- und Wursttheken), Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche auch Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum sowie Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc.¹ Die Erhebung erfolgte auf Grundlage der GMA-Branchensystematik.“

In der Innenstadt sowie in den Nahversorgungszentren wurden zentrenprägende Nutzungen, z. B. Gastronomie, Dienstleistungen, leerstehende Ladenlokale, erfasst. Die Nutzungskartierung wird kartografisch dargestellt und bildet eine wichtige Grundlage zur sachgerechten Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche.

Die Vor-Ort-Aufnahme der Verkaufsflächen aller Einzelhandelsbetriebe erfolgte im Dezember 2017. Für die Darstellung und Auswertung der Einzelhandelsdaten wurden die einzelnen Sortimente den in nachfolgender Tabelle geführten Warengruppen zugeordnet.

¹ Vgl. hierzu auch BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005.

Tabelle 1: GMA-Branchensystematik

Branche	Sortimente
Nahrungs- und Genussmittel	Lebensmittel (inkl. Back- und Fleischwaren), Reformwaren, Getränke, Spirituosen, Tabakwaren
Drogerie- / Apothekerwaren	Drogerie, Kosmetik, Parfümerie- / Apothekerwaren
Blumen, Tiernahrung	Schnittblumen, Tiernahrung
Schreibwaren	Zeitungen, Zeitschriften, Schreibwaren, Büroartikel, Bastelbedarf
Spielwaren	Spielwaren (ohne PC-Spiele), Modellbau
Bekleidung, Schuhe, Sport	Oberbekleidung, Damen-, Herren-, Kinderbekleidung, Schuhe, Lederwaren, Taschen, Koffer, Schirme, Hüte, Sportbekleidung, Schuhe, Wäsche
Unterhaltungselektronik / Multimedia	Telekommunikation (Telefon, Mobil-, Smartphones), Unterhaltungselektronik (Audio, Video, Spiele, Speichermedien, Foto), Informationstechnologie (Computer, Drucker etc.)
Elektrohaushaltsgeräte	Elektrogroßgeräte (z. B. Spül- / Waschmaschine, Kühlschrank, Herd), Elektrokleingeräte (z. B. Föhn, Bügeleisen, Toaster)
Hausrat	Glas / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren, Wohnaccessoires
Heimtextilien	Haus-, Tisch-, Bettwäsche, Bettwaren (Decken, Kopfkissen), Zierkissen, Gardinen / Zubehör, Wolle, Kurzwaren, Stoffe / Zubehör
Möbel, Einrichtung	Möbel, Gartenmöbel, Badmöbel, Spiegel, Küchen, Antiquitäten, Kunstgegenstände, Rahmen / Bilder, Lampen / Leuchten / Zubehör, Matratzen / Zubehör
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf (u.a. Eisenwaren, Werkzeuge, Sanitär, Holz, Tapeten, Farben, Lacke, Pflanzen, Erde, Gartengeräte), Teppiche, Bodenbeläge (Laminat, Parkett)
Optik / Akustik, Uhren / Schmuck	Optik, Hörgeräte, Uhren, Schmuck
Sonstige Sortimente	Autozubehör (ohne Multimedia), Motorradzubehör, -bekleidung, Fahrräder / Zubehör, Campingwaren, Musikalien, Waffen, Jagd- / Angelbedarf, Gebrauchtwaren, Reitsportartikel, Erotikartikel, Sanitätswaren

GMA-Darstellung 2018

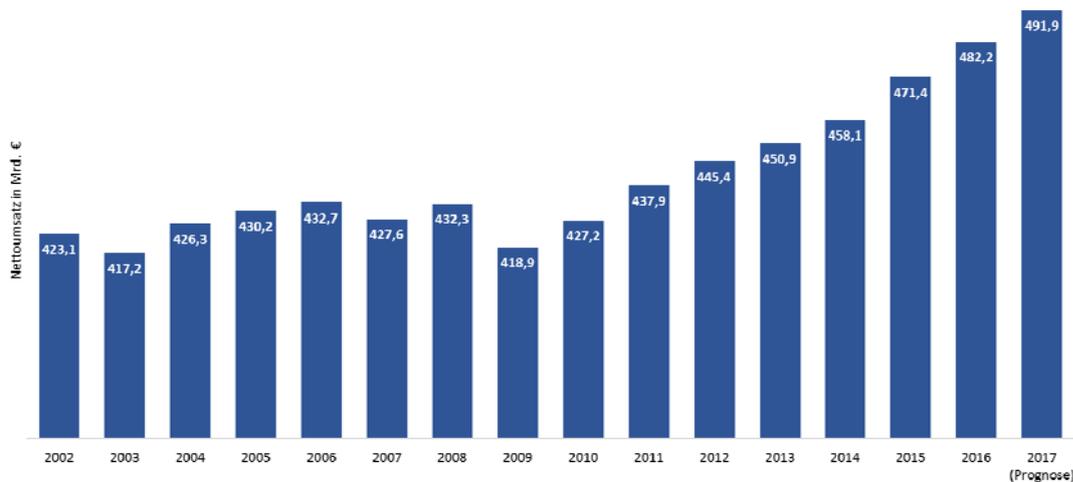
2. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

2.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung

Im Wesentlichen sind folgende Entwicklungen auf der Angebotsseite zu verzeichnen:

- /// Mit einem Jahresumsatz von über 480 Mrd. € ist der Handel Deutschlands drittstärkste Wirtschaftsgruppe; etwa jeder sechste Arbeitsplatz entfällt auf den Handel.
- /// In den letzten Jahren konnten Umsatzzuwächse verzeichnet werden.

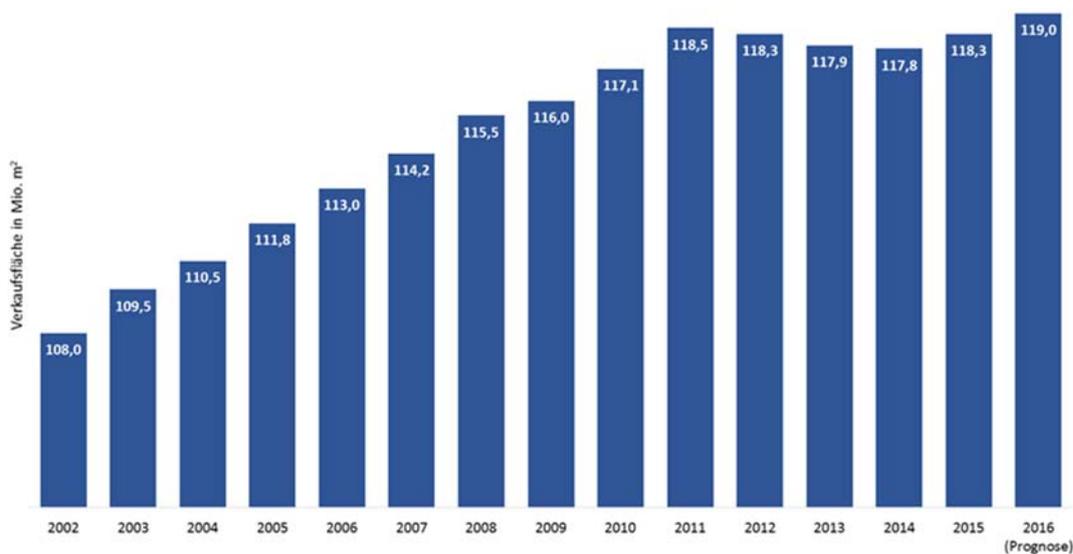
Abbildung 1: Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes in Deutschland



Quelle: Handelsdaten aktuell 2017, GMA-Darstellung, (ohne KFZ, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken)

Der Einzelhandel war bis 2011 durch eine beachtliche Verkaufsflächenexpansion gekennzeichnet; in den Folgejahren hat sich der Zuwachs deutlich verringert.

Abbildung 2: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2001 – 2016



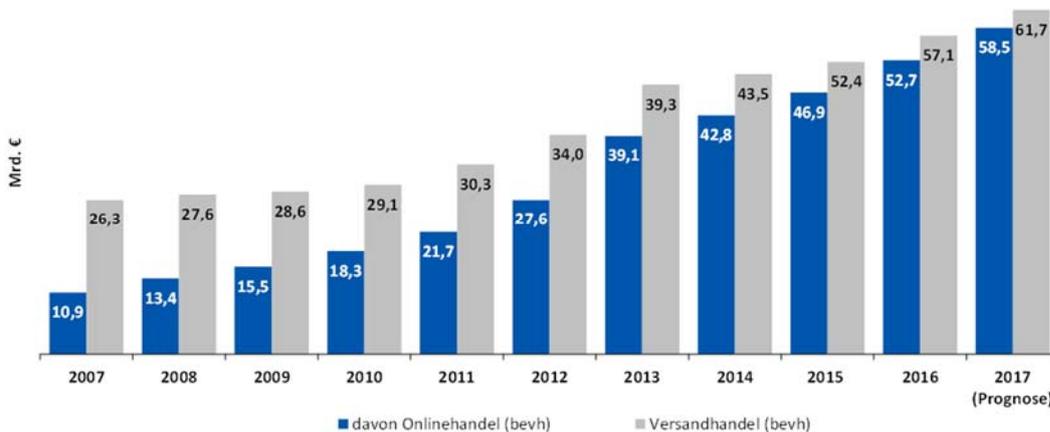
Quelle: Handelsdaten aktuell 2016, GMA-Darstellung

Seit Jahrzehnten vollzieht sich ein **Strukturwandel**, welcher v. a. zu Lasten inhabergeführter Fachgeschäfte geht, deren Anteil nahm von rd. 55 % im Jahr 1980 auf aktuell rd. 20 % ab. Als Gewinner zeigen sich meist filialisierte, discountorientierte Unternehmen sowie Franchisekonzepte, welche ihre größenbedingten, beschaffungsseitigen und logistischen Vorteile nutzen. Der Internethandel hat den Wettbewerb nochmals intensiviert.

Die Warenhäuser und der Fachhandel verloren ihre Funktion als Leitbetriebe der Innenstädte². Diese wurden durch Handelsmarken (sog. „**Retail Brands**“) aus dem Textilbereich, Elektronikmärkte und Anbieter des täglichen Bedarfs (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) abgelöst. Auch Entwicklungen von **Shoppingcentern** fanden – nicht zuletzt auch aufgrund des restriktiveren Planungsrechts an Grüne-Wiese-Standorten – zunehmend in Innenstädten statt. Betrug der Anteil innerstädtischer Shoppingcenter bis 1990 ca. 47 %, wuchs ihr Anteil an Neueröffnungen auf ca. 76 % zwischen den Jahren 2011 und 2013.³ Gerade die Shops in den Centern traten in den Wettbewerb mit ähnlichen Textilangeboten in Warenhäusern, so dass sich für Shoppingcenter nach 40 Jahren erfolgreicher Marktbearbeitung ein nachlassendes Wachstum und ein steigender Revitalisierungsbedarf abzeichnete.⁴

Während der Umsatz des gesamten Einzelhandels in den vergangenen Jahren nur leichte Steigerungen verzeichnete, nahm der Einzelhandel im Internet (auch Onlinehandel oder E-Commerce genannt) eine rasante Entwicklung.

Abbildung 3: Entwicklung der Onlineumsätze in Deutschland



Quelle: bev 2016, GMA-Darstellung

² Diese Leitfunktion wurde weniger durch den Flächenanteil am Gesamteinzelhandel der jeweiligen Stadt begründet, sondern durch die besondere Anziehungskraft als Betriebstyp im 20. Jahrhundert. G. Hessert zeigt mit der in den 70er Jahren gestarteten Expansion der Warenhäuser in die Kleinstädte und mit den nicht erfüllten wirtschaftlichen Erwartungen an Standorten in Ostdeutschland nach der Wiedervereinigung zwei zentrale Ursachen für den verhaltenen wirtschaftlichen Erfolg des Betriebstyps auf. Vgl. G. Hessert: Standortanforderungen des Warenhauses in Ostdeutschland, Leipzig 2012, S. I ff.

³ Quelle: EHI Köln (Euro Handels Institut), Einzelhandelsdaten aktuell, 2014.

⁴ Vgl. hierzu: GMA und Sonae Sierra: Shoppingcenter-Revitalisierung in Deutschland, Hamburg 2010.

Nach Angaben des bevh haben sich von 2007 bis 2017 die Umsätze im Internethandel mehr als verfünffacht. Vergleicht man den Umsatz des Onlinehandels lt. bevh von 52,7 Mrd. € in 2016 mit dem Umsatz des gesamten Einzelhandels, so liegt der Anteil bei ca. 12 %. Allerdings schwanken die Anteile des Onlinehandels je nach Branche stark.

Zunehmend sind die Übergänge zwischen Onlinehandel und stationärem Einzelhandel nicht mehr klar abgrenzbar. Viele (stationäre) Einzelhändler bieten Onlineshops an, in denen entweder das Gesamtangebot oder zumindest ausgewählte Artikel verfügbar sind. Ziel der sog. Multi- oder Omni-Channel-Strategien des Einzelhandels ist die Verknüpfung unterschiedlicher Vertriebskanäle. Weiter ist in Großstädten zu beobachten, dass auch reine Online-Händler (sog. Pure-Player) in den vergangenen Jahren ein stationäres Netz aufgebaut haben bzw. aufbauen.

Besondere Bedeutung für die Entwicklung des **Lebensmitteleinzelhandels** in Deutschland kommt discountierenden Angebotsformen zu, deren Vertriebskonzepte auf eine konsequente Niedrigpreispolitik setzen. Lebensmitteldiscounter verfügen über einen Marktanteil im Lebensmittelsektor von ca. 45 %⁵, d. h. sie binden fast die Hälfte der Ausgaben für Lebensmittel. Die anderen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels entwickelten sich in den vergangenen Jahren hingegen unterschiedlich. Supermärkte und SB-Warenhäuser expandierten, kleinere Lebensmittelgeschäfte hingegen verzeichneten einen Bedeutungsverlust. Als **Standorte** werden in ländlichen Regionen Lagen mit guter Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr präferiert. Zunehmend werden Standorte in zentralen Lagen entwickelt bzw. Betriebe aus nicht integrierten Lagen dorthin verlagert, was u.a. aus den planerischen Vorgaben resultiert.

2.2 Konsumentenverhalten im Wandel

Auf der Nachfrageseite kommen insbesondere folgende Entwicklungen zum Tragen:

- /// Gesellschaftliche und **demografische Veränderungen** vollziehen sich mit großer Regelmäßigkeit, wie etwa der prognostizierte Rückgang der Bevölkerung, der wachsende Anteil älterer Menschen oder der Trend zu kleineren Familieneinheiten. Nachdem sich der Einzelhandel an der lokalen Nachfrage orientiert, ist der kleinräumlichen Analyse und Prognose der Kaufkraftentwicklung hohe Aufmerksamkeit zu schenken.
- /// Die **Konsumzurückhaltung** breiter Bevölkerungsschichten und der Wunsch der Verbraucher v. a. preiswert einzukaufen, führte zu einer Absenkung des Qualitätsniveaus. Dadurch gerieten v. a. Anbieter des mittleren Preissegmentes (z. B. Fachgeschäfte) unter Druck.

⁵ Quelle: EHI Köln (Euro Handels Institut), Einzelhandelsdaten aktuell, 2017.

- /// Zudem hat sich der Typus des „**hybriden Verbrauchers**“ herausgebildet. Er erwirbt beim selben Einkaufsgang teure Markenware und unmittelbar im Anschluss Billigprodukte beim Discounter.
- /// Die **Benutzung des Pkw zum Warentransport** erhöht sukzessive die Bedeutung des sog. „One-Stop-Shopping“. Von der Entwicklung des „Kofferraumeinkaufs“ profitieren v. a. Großflächenbetriebe mit einem breiten und tiefen Warenangebot, wie z. B. große Supermärkte (z. B. E-Center) und Fachmärkte.

Abbildung 4: Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers



GMA-Grundlagenforschung 2018

2.3 Standortwahl des Einzelhandels und der Kommunen

Neben Unternehmensprozessen, gesellschaftlichen sowie demografischen Veränderungen löste die **Neubewertung von Standortfaktoren und -qualitäten** durch Einzelhandelsunternehmen Veränderungen der Handelslandschaft aus. In Bezug auf die **Entwicklung des Einzelhandels in Innenstädten und Ortszentren** zeigten sich in den vergangenen Jahren folgende Trends:

- /// Die **Konzentration** im Einzelhandel führte in Innenstädten und Ortszentren nicht selten zur Uniformität des Betriebs- und Warenangebotes.
- /// Der hohe Anteil des Onlinehandels hat in Innenstädten bereits zu Frequenzrückgängen und einem teilweisen Rückgang einzelner Branchen geführt.⁶

⁶ So wurden in den vergangenen Jahren größere Flächen des Bucheinzelhandels vom Markt genommen, auch wenn dort aktuell Sättigungstendenzen des Onlinehandels zu erkennen sind. Auch am Schuheinzelhandel geht die Entwicklung nicht spurlos vorüber. So meldete z. B. die Schuhkette Görtz die Schließung mehrerer Filialen. Als Grund wurde explizit der ins Internet abwandernde Umsatz genannt.

- /// Unprofilierter Grund- und Mittelzentren sowie 1b- und 1c-Lagen kämpfen mit einem Bedeutungsverlust. Hier treten verstärkt **Fluktuation, Mindernutzungen und Leerstände** auf.
- /// Die mittelständischen Anbieter hatten aus unterschiedlichen Gründen deutlich rückläufige Gesamtmarktanteile.

Viele Kommunen in Deutschland steuern ihre Handelsentwicklung mit einem „Kommunalen Einzelhandelskonzept“ durch Festlegung von für den Einzelhandel zulässigen Gebieten und sortimentsgenaue Steuerung zur Ansiedlung⁷ und Erweiterungen in Bestandsobjekten.

2.4 Mittelfristige Entwicklungstrends

Eine Relativierung seines Stellenwertes wird der Einzelhandel auch durch die weitergehende **Entwicklung zur Freizeitgesellschaft** erfahren, denn in Zukunft wird der Einkauf von den Verbrauchern noch stärker unter dem Aspekt seines Freizeit- und Erlebniswertes beurteilt. Aktuelle Entwicklungen zeigen, dass der Einzelhandel diesem Trend durch neue Betriebstypen und Präsentationsformen zunehmend Rechnung trägt. Die GMA schätzt die **Entwicklung des Einzelhandels** wie folgt ein:

- /// **Verkaufsflächen wachsen noch moderat**
Der Verkaufsflächenzuwachs wird sich stärker als bislang in integrierten Lagen vollziehen.
- /// **Konzentrationstendenz im Einzelhandel setzt sich fort**
Der Marktanteil von Unternehmen mit einem Jahresumsatz von über 2,5 Mrd. € wird mittelfristig auf fast 85 % anwachsen. Andererseits werden v. a. kleinflächige und unrentable Betriebe in ungünstigen Standortlagen aus dem Markt ausscheiden. Dies gilt in besonderem Maße für die neuen Bundesländer, wo viele Betriebe über eine unzureichende Eigenkapitaldecke verfügen.
- /// **Fachmärkte und Discounter boomen**
Die Umgestaltung der Einzelhandelslandschaft wird durch Fachmärkte und Discounter bestimmt. Beide Betriebstypen werden ihre Marktanteile weiter ausbauen.
- /// **Filialisierungswelle hält an**
Die Filialisierungstendenz setzt sich in nahezu allen Branchen fort. Dabei wird die Marktbedeutung von Franchiseunternehmen noch wachsen.

⁷ Die GMA hat in Zusammenarbeit mit einem Stuttgarter Fachanwalt das Instrument der kommunalen Einzelhandelskonzept maßgeblich weiterentwickelt; vgl. hierzu: W. Spannowsky, S. Holl: Die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland im Lichte der europäischen Niederlassungsfreiheit; Kaiserslautern 2012.

Internet-Shopping gewinnt weiter an Bedeutung

Das „E-Commerce“ (Internet-Handel) zeigt selektiv hohe Zuwachsraten, insbesondere in den Sortimentsbereichen Computer, Bücher und Tonträger. Voraussetzung für den Erfolg des E-Commerce ist allerdings der weitere Ausbau von Logistik- und Distributionsstrukturen, welcher als sehr kostenintensiv einzustufen ist.

3. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel

3.1 Bauplanungsrecht

Anhand dieses Baugesetzbuches (BauGB) und der Baunutzungsverordnung (BauNVO) wird die Standortentwicklung im Einzelhandel gesteuert.

3.1.1 Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)

In Gebieten mit Bebauungsplänen kommt es auf deren Festsetzungen an. Werden in Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete festgelegt, sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der §§ 2 bis 8 BauNVO wie folgt vorgesehen:

- Allgemein zulässig sind Läden in **Kleinsiedlungsgebieten**, sofern sie der Versorgung des Gebietes dienen (§ 2 BauNVO).
- In **reinen Wohngebieten** sind **ausnahmsweise** Läden zulässig, die zur Deckung des täglichen Bedarfs für die Bewohner des Gebietes dienen (§ 3 BauNVO).
- In **allgemeinen Wohngebieten** sind Läden allgemein zulässig, die der Versorgung des Gebiets dienen (§ 4 BauNVO).
- In **besonderen Wohngebieten** (§ 4a BauNVO) sind Läden zulässig, soweit sie nach der besonderen Eigenart des Gebietes mit der Wohnnutzung vereinbar sind.
- Sie sind in **Dorfgebieten** (§ 5 BauNVO), **Mischgebieten** (§ 6 BauNVO), **urbanen Gebieten** (§ 6a BauNVO), **Gewerbegebieten** (§ 8 BauNVO) und **Industriegebieten** (§ 9 BauNVO) zulässig, sofern sie nicht durch § 11 Abs. 3 Satz 1 BauNVO dem Kern- oder Sondergebiet zugewiesen sind.
- In **Kerngebieten** (§ 7 BauNVO) sind Einzelhandelsbetriebe zulässig.

Für großflächige Einzelhandelsbetriebe enthält der § 11 Abs. 3 BauNVO eine Sonderregelung über die bauplanungsrechtliche Zulässigkeit für alle Baugebiete. **Einkaufszentren** und **großflächige Einzelhandelsbetriebe** mit bestimmten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen sind **außer in Kerngebieten nur in ausgewiesenen Sondergebieten** zulässig

Darüber hinaus besteht die Möglichkeit, in Bebauungsplänen Nutzungsarten ausnahmsweise nach § 1 Abs. 5, 6 und 9 der BauNVO auszuschließen:

- „(5) Im Bebauungsplan kann festgesetzt werden, dass bestimmte Arten von Nutzungen, die nach den §§ 2 bis 9 und 13 allgemein zulässig sind, nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können, sofern die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebiets gewahrt bleibt.
- (6) Im Bebauungsplan kann festgesetzt werden, dass alle oder einzelne Ausnahmen, die in den Baugebieten nach den §§ 2 bis 8 vorgesehen sind,
1. nicht Bestandteil des Bebauungsplans werden oder
 2. in dem Baugebiet allgemein zulässig sind, sofern die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebiets gewahrt bleibt.“
- (9) Wenn besondere städtebauliche Gründe dies rechtfertigen, kann im Bebauungsplan bei Anwendung der Absätze 5 bis 8 festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der in den Baugebieten allgemein oder ausnahmsweise zulässigen baulichen oder sonstigen Anlagen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können.“

3.1.2 Unbeplanter Innenbereich (§ 34 BauGB)

Nach § 34 Abs. 1 BauGB ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise, der Grundstücksfläche, welche überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt. Gleichzeitig muss die Erschließung gesichert sein. Die Anforderungen an gesunde Wohn- und Arbeitsverhältnisse müssen gewahrt bleiben; das Ortsbild darf nicht beeinträchtigt werden. Nach § 34 Abs. 2 BauGB ist hinsichtlich der Art der baulichen Nutzung die BauNVO anzuwenden, wenn die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete der BauNVO entspricht. Nach § 34 Abs. 3 BauGB dürfen vom Vorhaben **keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden** zu erwarten sein. Im Einzelfall (z. B. Erweiterung) kann vom Erfordernis des Einfügens abgewichen werden.

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

3.2 Besonderes Städtebaurecht

Das Besondere Städtebaurecht mit den §§ 136 ff. BauGB bietet Kommunen die Möglichkeit, im Rahmen von Stadterneuerungs- oder -entwicklungsmaßnahmen die besonderen Vorschriften zur Steuerung anzuwenden. So kann durch die Festlegung von Sanierungsgebieten über die jeweilige

Sanierungszielsetzung sehr dezidiert die künftige Entwicklung gerade auch im Einzelhandelsbereich geplant und gesteuert werden. Die Regelungen nach §§ 144 ff. BauGB stellen verschiedene Sachverhalte wie beispielsweise den Verkauf von Liegenschaften oder auch deren Anmietung grundsätzlich unter Genehmigungsvorbehalt.

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

3.3 Zentrale Versorgungsbereiche

Mit dem § 11 Abs. 3 BauNVO ist der Begriff des „zentralen Versorgungsbereiches“ bereits lange Bestandteil der planungsrechtlichen Grundlagen. Mit der Novellierung des Baugesetzbuches im Jahr 2004 und der Einführung des zusätzlichen Absatzes 3 in § 34 BauGB erfuhr der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches im Baugesetz einen wesentlichen Bedeutungszuwachs.

Dies verdeutlichen die vier Schutznormen, die (auch) zentrale Versorgungsbereiche erfassen⁸:

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

⁸ Quelle: Ulrich Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn, 2007, S. 77 f.

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

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

Entscheidend ist, dass der zentrale Versorgungsbereich eine städtebaulich integrierte Einzelhandelslage darstellt und nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine zentrale Funktion für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich übernimmt⁹. In diesem Bereich, ist Einzelhandel vorhanden, welcher aufgrund der Qualität und des Gewichts einen über die eigenen Grenzen und damit über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehenden Einzugsbereich hat¹⁰.

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

Bei der Festlegung eines zentralen Versorgungsbereiches handelt es sich um eine Abwägung unterschiedlicher Kriterien, wenngleich die städtebauliche Integration und die Versorgungsfunktion als „**Muss-Kriterien**“ gelten. Die Abgrenzung¹¹ erfolgt anhand der faktischen Prägung, wobei folgende Anforderungen mindestens erfüllt sein müssen:

/// Städtebaulich integrierte Lage: Diese ist durch die Einbettung in eine bzw. Zuordnung zu einer zusammenhängenden Wohnbebauung charakterisiert, d. h. es muss ein baulicher Zusammenhang mit einem Wohnumfeld in mindestens zwei Himmelsrichtungen vorliegen. Fußläufige Austauschbeziehungen zwischen Wohnumfeld und Einzelhandel sind Voraussetzung. Städtebauliche, natürliche oder topografische Barrieren zwischen Geschäftslage und Wohnbereichen (z. B. Autobahn, Flüsse, Geländesprünge) mindern die Integrationsfähigkeit einer Lage, schließen sie jedoch per se nicht aus. Entschei-

⁹ Vgl. u. a. BVerwG Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007 bzw. Urteil 4 C 2.08 vom 17.12.2009.

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

¹¹ BVerwG, Urteil vom 11.11. 2007; BVerwG, Urteil vom 17.12.2009.

dend ist die fußläufige Anbindung, welche über ergänzende Hilfsmittel (z. B. Ampelanlagen, Querungshilfen) sichergestellt werden kann. Grundlage ist die Bewertung der konkreten Situation vor Ort.

- /// **Zusammenhängende Versorgungslage:** Die vorhandenen oder geplanten Einzelhandelsbetriebe müssen in einem räumlichen und funktionalen Kontext stehen und vom Kunden als zusammenhängende Versorgungslage wahrgenommen werden. Dies wird v. a. durch kurze Entfernungen zwischen den Geschäften und wenigen Lücken, d. h. reine Wohnhäuser, wahrgenommen.
- /// **Magnetbetriebe:** Eine hohe Kundenfrequenz wird maßgeblich von „Magnetbetrieben“ gewährleistet, wozu großflächige Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Drogeriemärkte, Kauf- und Warenhäuser zählen. Auch informelle Planungen können eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden¹² und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben.¹³
- /// In Abgrenzung zu Solitärstandorten des Einzelhandels zeichnen sich zentrale Versorgungsbereiche durch **Einzelhandel** und **ergänzende Nutzungen** (z. B. Dienstleister, Gastronomie, Kultur, Freizeit, öffentliche Einrichtungen) aus.
- /// **Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus:** Die Betriebe in einem zentralen Versorgungsbereich können sowohl einen überörtlichen als auch einen auf einen bestimmten örtlich begrenzten Bereich als Versorgungsbereich abdecken. Ein übergemeindliches Einzugsgebiet ist dafür nicht Voraussetzung. Auch Betriebe in einer Lage, welche auf die Nahversorgung eines örtlich begrenzten Einzugsgebietes zugeschnitten sind, können einen zentralen Versorgungsbereich ausmachen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherung der wohnortnahen Versorgung. Ein Zentraler Versorgungsbereich muss jedoch einen über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich haben und damit über den unmittelbaren Nahbereich hinauswirken.

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

¹² vgl. OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005, 1ME172/05.

¹³ d. h. die Umsetzung muss in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen, vgl. VG München, Urteil vom 07.11.2005, M8K05.1763.

3.4 Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen

Für die Beurteilung von Einzelhandelsgroßprojekten sind – neben den einschlägigen Vorschriften des BauGB und der BauNVO – die Ziele der Raumordnung und Landesplanung, festgelegt im Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen (LROP-VO) 2017, heranzuziehen. Im LROP werden Ober- und Mittelzentren abschließend festgelegt. Die Grundzentren werden hingegen in den Regionalen Raumordnungsprogrammen festgelegt. Im Landkreis Emsland sind die Städte Meppen und Papenburg als Mittelzentren ausgewiesen. Die Stadt Lingen ist des Weiteren als Mittelzentrum mit oberzentraler Teilfunktion ausgewiesen. Bei der zentralörtlichen Einstufung handelt es sich um ein Ziel der Raumordnung¹⁴, wobei es um die Konzentration der Siedlungstätigkeit auf ein System leistungsfähiger Orte mit Versorgungsfunktion für Verflechtungsbereiche geht. Unterschieden werden Grund-, Mittel- und Oberzentren, welche unterschiedliche Einrichtungen und Angebote zu sichern und zu entwickeln haben:

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

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

Konzentrationsgebot

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig.“ (LROP-VO 2017, Kap. 2.3 Nr. 4)

Integrationsgebot

Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren **Kernsortimente zentrenrelevant** sind, sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig (Integrationsgebot). Diese Flächen müssen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein.“ (LROP-VO 2017, Kap. 2.3 Nr. 5)

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

- a) wenn die **Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente nicht mehr als 10 vom Hundert** der Gesamtverkaufsfläche und höchstens 800 m² beträgt oder
- b) wenn sich aus einem verbindlichen regionalen Einzelhandelskonzept die Raumverträglichkeit eines größeren Randsortiments ergibt und sichergestellt wird, dass der

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

als raumverträglich zugelassene Umfang der Verkaufsfläche für das zentrenrelevante Randsortiment auf das geprüfte Einzelhandelsgroßprojekt beschränkt bleibt.“ (LROP-VO, Kap. 2.3 Nr. 6)

Kongruenzgebot

„In einem **Grundzentrum** darf das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes in Bezug auf seine periodischen Sortimente den grundzentralen Verflechtungsbereich gemäß Abschnitt 2.2 Ziffer 03 Sätze 8 und 9 als Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (**Kongruenzgebot grundzentral**)“.

„Eine wesentliche Überschreitung nach den Sätzen 1 – 3 ist gegeben, wenn mehr als 30 vom Hundert des Vorhabenumsatzes mit Kaufkraft von außerhalb des maßgeblichen Kongruenzraumes erzielt würde.“

Beeinträchtungsverbot

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

Neben dem großflächigen Einzelhandel sind sog. **Agglomerationen** zu beachten:

„Als Einzelhandelsgroßprojekte gelten auch mehrere selbständige, gegebenenfalls jeweils für sich nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe, die räumlich konzentriert angesiedelt sind oder angesiedelt werden sollen und von denen in ihrer Gesamtbetrachtung raumbedeutsame Auswirkungen wie von einem Einzelhandelsgroßprojekt ausgehen oder ausgehen können (Agglomerationen).“ (LROP-VO, kap. 2.3 Ziffer 02, Satz 3)

II. Situationsanalyse des Einzelhandelsstandortes Meppen

1. Makrostandort Meppen

Die Stadt Meppen liegt im Emsland am westlichen Rand Niedersachsens, nur rd. 20 km entfernt von der niederländischen Grenze. Nach dem Raumordnungsprogramm ist Meppen die Funktion eines Mittelzentrums zugewiesen. Darüber hinaus ist Meppen Kreisstadt des Landkreises Emsland. In ihm befinden sich zudem die Mittelzentren Lingen und Papenburg. Bei der zentralörtlichen Einstufung handelt es sich um ein Ziel der Raumordnung, wobei es um die Konzentration der Siedlungstätigkeit auf ein System leistungsfähiger Orte mit Versorgungsfunktion für Verflechtungsbereiche (sog. Kongruenzräume) geht. Unterschieden werden Grund-, Mittel- und Oberzentren, welchen unterschiedliche Einrichtungen und Angebote zugewiesen werden:

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

In Meppen leben gegenwärtig rd. 35.000 Einwohner auf einer Fläche von rd. 188 km². Die Stadt verbuchte eine positive Einwohnerentwicklung (2012 – 2016), wobei Meppen mit einer Zunahme um über 1.000 Einwohner über der durchschnittlichen Zunahme des Landkreis Emsland und von Niedersachsen lag.

Tabelle 2: Einwohnerentwicklung der Stadt Meppen im Vergleich

Daten	Einwohner (30.09)		Veränderung 12 / 16	
	2012	2016	abs.	in %
Haren	22.949	23.734	785	+ 3,4
Haselünne	12.390	12.747	357	+ 2,9
Lingen	51.832	53.938	2.106	+ 4,1
Meppen	33.963	34.993	1.030	+ 3,0
Papenburg	35.719	36.920	1.201	+ 3,4
LK Emsland	312.855	321.911	9.056	+ 2,9
Niedersachsen	7.778.995	7.949.413	170.418	+ 2,2

Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen 2012 und 2016, GMA-Zusammenstellung 2018

Das Einwohnerwachstum in Meppen resultiert aus Wanderungsgewinnen, während die natürliche Bevölkerungsbilanz in den letzten Jahren negativ ausfiel (vgl. Tabelle 3).

Karte 1: Lage im Raum und zentralörtliche Funktion

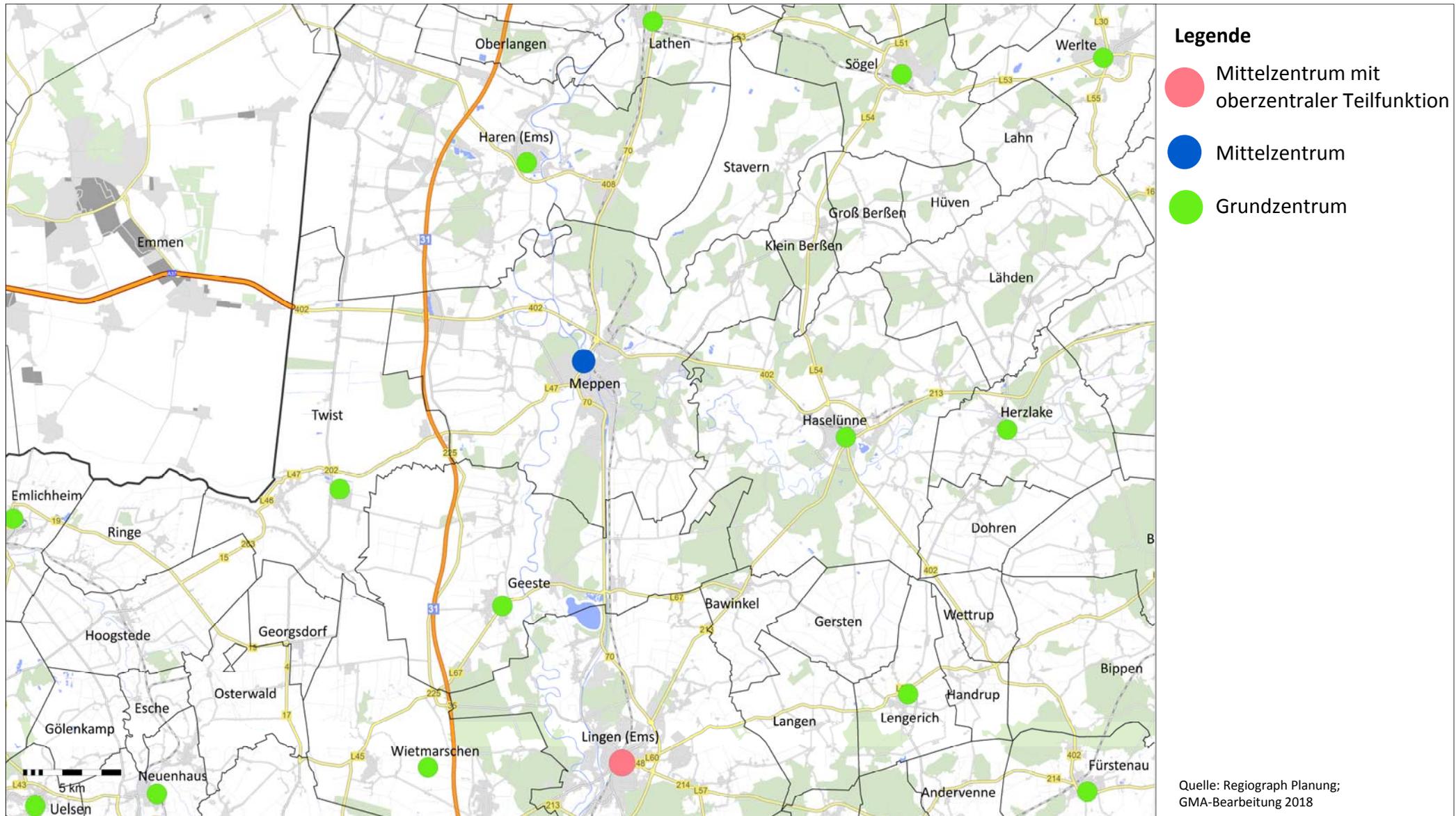


Tabelle 3: Wanderungssaldo und natürliche Bevölkerungsbilanz

Daten	2012	2013	2014	2015
Zuzüge	1.754	1.962	2.117	2.415
Fortzüge	1.685	1.717	1.692	1.992
Wanderungssaldo	+ 96	+ 245	+ 485	+ 423
Geburten	270	291	281	325
Sterbefälle	293	386	333	381
natürliche Bevölkerungsbilanz	- 23	- 95	- 52	- 56

Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen 2012, 2013, 2014, 2015, GMA-Zusammenstellung 2018

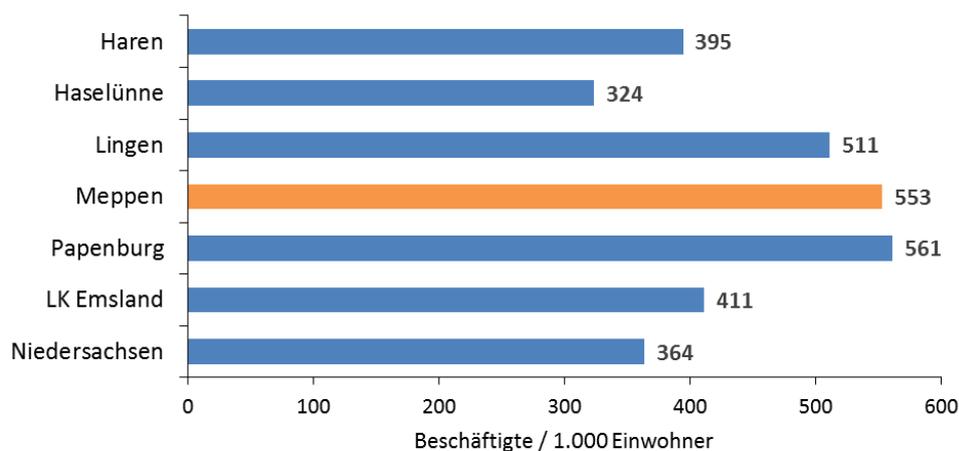
In 2017 waren in Meppen **19.367 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte**¹⁵ am Arbeitsort registriert. In Relation zur Einwohnerzahl lag ein vergleichsweise hoher Besatz von rd. 533 Beschäftigten je 1.000 Einwohner vor (vgl. Abbildung 5). Entsprechend der Beschäftigtenzahlen pendelten 11.699 Personen nach Meppen ein, denen 6.196 Auspendler gegenüber standen. Insofern ist Meppen nicht nur Wohn-, sondern auch Arbeitsplatz- und Behördenstandort.

Tabelle 4: Ein- / Auspendlersaldo von Meppen im Vergleich

Stadt / Gemeinde	Einpendler	Auspendler	Saldo
Haren	4.758	4.934	- 176
Haselünne	2.306	3.172	- 866
Lingen	14.651	8.265	+ 6.386
Meppen	11.699	6.196	+ 5.503
Papenburg	12.164	6.157	+ 6.007

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand 30.06.2017; GMA-Darstellung 2018

Abbildung 5: Beschäftigtenbesatz der Stadt Meppen im Vergleich



GMA-Darstellung 2018

¹⁵ Agentur für Arbeit, Stand: 06/2017.

2. Aktueller Einzelhandelsbestand

Zum Zeitpunkt der Erhebung waren in Meppen 256 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 124.470 m² vorhanden. Der Angebotsschwerpunkt liegt im periodischen Bedarf sowie den aperiodischen Sortimenten Hausrat, Einrichtung, Möbel und Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf. Bedingt wird dies im periodischen Bedarf durch die zahlreichen großflächigen Formate (Supermärkte und Discounter), die sich auf die gesamte Kernstadt von Meppen verteilen. Im Sortiment Einrichtung, Möbel ist v. a. auf den Albers-Einrichtungsdiscouter und im Sortiment Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf auf die Baumärkte toom und Hagebaumarkt hinzuweisen.

Tabelle 5: Einzelhandelsbestand der Gemeinde Meppen

Sortimente	Anzahl der Einzelhandelsbetriebe	Verkaufsfläche in m ²
Periodischer Bedarf	101	30.755
Spielwaren	2	1.300
Bekleidung, Schuhe, Sport	55	16.315
Optik, Akustik, Uhren, Schmuck	18	1.125
Elektrowaren, Medien, Foto	12	4.890
Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik	7	6.535
Einrichtung, Möbel	26	26.005
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	18	30.085
Fahrräder	3	690
Sonstige Sortimente	16	7.920
Aperiodischer Bedarf insgesamt	155	93.715
Einzelhandel insgesamt	256	124.470

* Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

** bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen wurden der jeweiligen Branchen zugeordnet

GMA-Erhebungen 2017 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

In Bezug auf die einzelnen Branchen sind folgende Aspekte festzuhalten:

- Im **periodischen Bedarf** sind neben den Supermärkten und Discountern verschiedene ethnische Lebensmittelmärkte und Getränkemarkte sowie kleinteilige Betriebe wie bspw. Bäckereien, Fleischereien, Kioske ansässig. Im Sortiment Drogeriewaren weist Meppen in der Innenstadt die Drogeriemärkte Müller und dm auf, die ergänzt werden durch Parfümerien (Jacobs, Pieper) und Fachanbieter (Kosmetikstudio, Frisörshop). Darüber hinaus verteilen sich auf das gesamte Gebiet der Kernstadt verschiedene Apotheken und Floristen. Im Bereich Tiernahrung sind die Fachmärkte Fressnapf in der Fürstenbergstraße und Futterkiste in der Marienstraße lokalisiert.

- /// Im Sortiment **Spielwaren** befindet sich in der Innenstadt das Fachgeschäft Wöbker Spiel & Freizeit und im Gewerbegebiet Nödike der Marktkauf Fachmarkt, welcher neben Elektrowaren auch in größerem Umfang Spielwaren führt.
- /// Im Bereich **Bekleidung, Schuhe, Sport** weist Meppen verschiedene namenhafte Filialisten (u. a. H&M, Ceka, C & A) und inhabergeführte Fachgeschäfte (bspw. Böckmann, ER Herrenmode, Löning Fashion) auf, die sich überwiegend in der Innenstadt befinden. Im Sortiment Sport ist auf die Fachgeschäfte Sport Rexeis und Sportshop Höfer hinzuweisen, wobei das Sortiment z. T. auch als Randsortiment bspw. im Marktkauf Fachmarkt geführt wird.
- /// Im Sortiment **Optik, Akustik, Uhren, Schmuck** befindet sich eine Vielzahl an Anbietern in der Kernstadt, wovon sich ein Großteil in der Innenstadt verortet ist.
- /// Im Sortiment **Elektrowaren, Medien, Foto** sind die Fachmärkte Media Markt, Marktkauf Fachmarkt, Euronics, Großgeräte Hirnstein und Otten Elektro sowie inhabergeführte Geschäfte vertreten. Darüber hinaus befinden sich in der Innenstadt weitere Fachanbieter (Foto, Mobilfunk).
- /// Neben den Randsortimenten verschiedener Möbelmärkte führen v. a. die Anbieter Blumenkunst Klaßen Moß, xenos¹⁶, Depot und die Bastelecke das Sortiment **Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik**.
- /// Als größter Anbieter im Sortiment **Einrichtung, Möbel** ist der Einrichtungsdiskonters Albers in Gewerbegebiet Nödike zu nennen. Darüber weist Meppen jedoch auch eine Vielzahl an weiteren Möbelmärkten (bspw. Möbel Brand, Möbel-Sonderpostenmarkt, Dänisches Bettenlager, Polstermöbel Lübbering) auf.
- /// Im Bereich **Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf** weisen die Baumärkte toom im Gewerbegebiet Nödike und hagebau in der Fürstenbergstraße großflächige Formate auf. In überwiegend dezentraler Lage befinden sich eine Vielzahl weiterer Betriebe (bspw. Raiffeisenmarkt, Mayrose Baustoffe, Robben Holzfachhandel, Blumenkunst Klaßen Moß, Brand Eisenwaren).
- /// **Fahrräder** werden in den kleinflächigen Fachgeschäften Fahrrad Janknecht und Augustin Fahrräder geführt. Darüber hinaus verkaufen auch das Autohaus Melisch und der Marktkauf Fachmarkt Fahrräder.
- /// In den **sonstigen Sortimenten** ist eine Vielzahl an Sonderpostenmärkten (u. a. Thomas Phillips, Posten Börse, Tedi, Action, Euroshop) vertreten.

¹⁶ Im Nachgang an die Erhebung hat der Anbieter Anfang 2018 seinen Standort aufgegeben.

3. Nahversorgungssituation

Zur **Bewertung der räumlichen Versorgungssituation** wurde um die Standorte der **wesentlichen Lebensmittelmärkte** jeweils eine fußläufige Distanz von 10 Gehminuten gesetzt¹⁷ (vgl. Karte 2) und die Einwohnerzahl ermittelt. So wird aufgezeigt, wie viele Wohngebiete in kurzer Distanz zu einem Lebensmittelmarkt stehen und damit theoretisch als „versorgt“ zu klassifizieren sind.

In Meppen sind die vorhandenen Lebensmittelanbieter vergleichsweise gut verteilt und decken den überwiegenden Anteil der Wohngebiete ab. Der Edeka-Markt in der Esterfelder Stiege, der K+K in der Haselünner Straße, der Lebensmitteldiscounter Lidl in der Versener Straße und Aldi in der Grabbestraße weisen den stärksten Wohngebietsbezug auf. Im Vergleich dazu leben deutlich weniger Einwohner im fußläufigen Einzugsgebiet von Marktkauf im Gewerbegebiet Nödike. Bedingt durch seine Lage in der Innenstadt weist auch Kaufland einen vergleichsweise geringen Einwohneranteil auf.

Tabelle 6: Anzahl der Einwohner im fußläufigen Einzugsgebiet

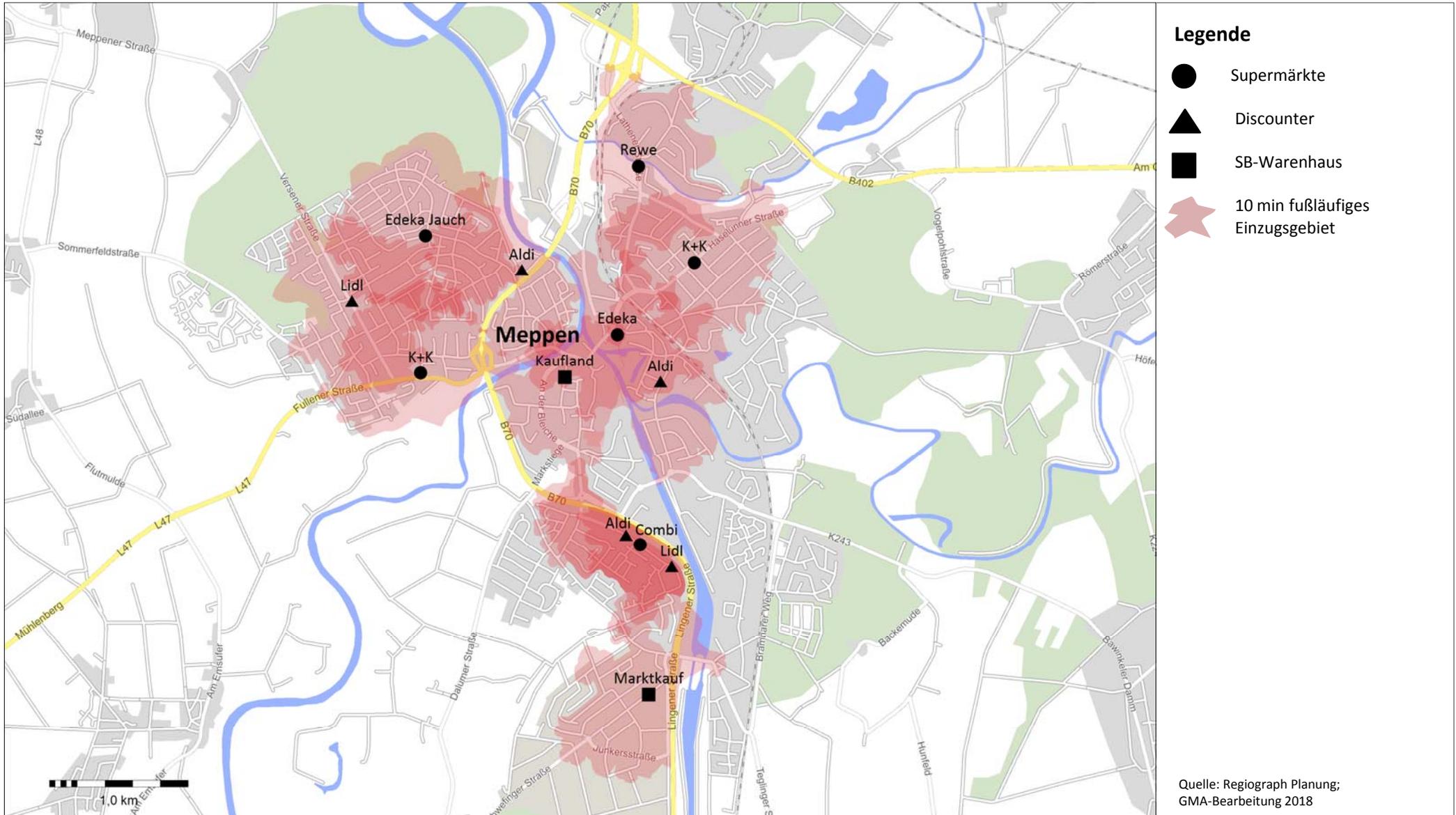
Anbieter	Straße	Einwohner im fußläufigen Einzugsgebiet (ca.-Werte)
Edeka	Esterfelder Stiege	3.700
K+K	Haselünner Straße	3.100
Lidl	Versener Straße	3.000
Aldi	Grabbestraße	2.950
K+K	Marienstraße	2.750
Aldi	Fürstenbergstraße	1.700
Rewe	Lathener Straße	1.650
Combi	Fürstenbergstraße	1.500
Edeka	Bahnhofstraße	1.250
Aldi	Hasebrinkstraße	1.250
Lidl	Fürstenbergstraße	1.100
Marktkauf	Schwefinger Straße	900
Kaufland	Am Neuen Markt	750

GMA-Darstellung 2018

Räumliche Versorgungslücken zeigen sich im südlichen Bereich der Kernstadt im Stadtteil Kuhweide sowie entlang des Helter Damms. Diese Lagen sind hauptsächlich durch stark aufgelockerte Einfamilienhausbebauung gekennzeichnet. Für die Bewohner im Stadtteil Kuhweide sind die nächst gelegenen Nahversorger die Anbieter Combi, Aldi und Lidl in der Fürstenbergstraße (Combi, Aldi, Lidl) sowie Marktkauf im Gewerbegebiet Nödike. Die Bewohner entlang des Helter Damms weisen ebenfalls eine gute verkehrliche Anbindung an den Standort Fürstenbergstraße sowie das Gewerbegebiet Nödike auf.

¹⁷ Die 10 min-fußläufige Entfernungen wird mit Hilfe einer Geomarketing-Software auf Basis der vorhandenen Straßenzüge berechnet. Dabei werden städtebauliche Gegebenheiten mit einbezogen (z. B. Autobahnen, Fluss, Bahntrassen als Zäsur). Größtenteils nicht berücksichtigt werden jedoch Abkürzungen oder „Schleichwege“ (z. B. über Parkflächen, Grünanlagen).

Karte 2: Fußläufige Einzugsgebiete der Lebensmittelmärkte



III. Nachfragesituation

1. Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Meppen

Die Abgrenzung des Marktgebietes des Einzelhandelsstandortes Meppen stellt eine wesentliche Grundlage zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials dar. Als Marktgebiet wird der Raum bezeichnet, in dem sich die Verbraucher zum Einkauf überwiegend auf den Einzelhandelsstandort orientieren. Bei der Abgrenzung wurden folgende Kriterien herangezogen:

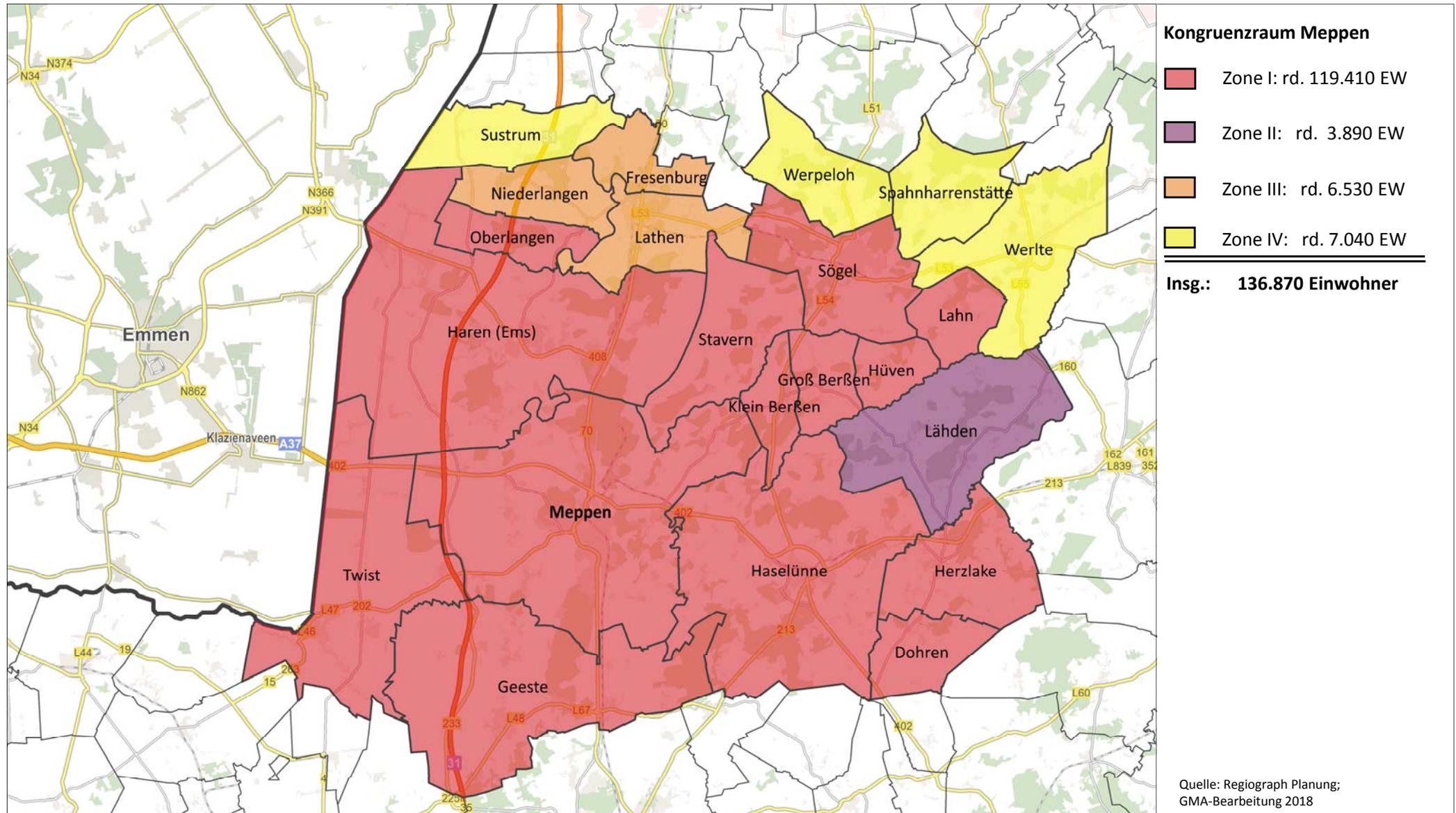
- /// Angebotssituation in Meppen und im Umland
- /// siedlungs- und zentralörtliche Strukturen in Meppen und im Umland
- /// verkehrliche und topografische Gegebenheiten in Meppen bzw. im Umland und die damit zusammenhängenden Zeit-Distanz-Werte.
- /// Vorschlag der Abgrenzung des Kongruenzraums Meppen des Landkreises Emsland.

Mit Blick auf die Vorgaben des LROP wurde der vom Landkreis Emsland vorläufig abgegrenzte Kongruenzraum übernommen. Für die Beurteilung großflächiger Einzelhandelsbetriebe ist der raumordnerisch festgelegte Kongruenzraum zu berücksichtigen. Der grundzentrale Kongruenzraum (=Versorgung im periodischen Segment) bleibt auf Meppen begrenzt.

Der vorläufig abgegrenzte mittelzentrale Kongruenzraum (=Versorgung mit aperiodischen Sortimenten) umfasst in Zone I neben Meppen die Städte und Gemeinden Oberlangen, Haren (Ems), Twist, Geeste, Haselünne, Dohren, Herzlake, Groß Berßen, Klein Berßen, Hüven, Lahn, Sögel und Stavern mit insgesamt rd. 119.410 Einwohnern. Die weiter entfernt liegende Gemeinde Lähden wird der Zone II zugeordnet und die Gemeinden Fresenburg, Niederlangen und Lathen der Zone III. Sustrum, Werpeloh, Spahnharrenstätte und Werlte werden der Zone IV des Kongruenzraums zugeordnet.

Gemäß des Vorschlages des Landkreises Emsland ist jedoch zu berücksichtigen, dass die Einwohner der Gemeinden in Zone II, III und IV z. T. eine Mehrfachorientierung aufweisen. Entsprechend diesem Vorschlag wird sich in Zone II maximal 80 %, in Zone III rd. 75 % und in Zone IV rd. 50 % der vorhandenen Kaufkraft auf den Einzelhandel in Meppen beziehen und der restliche Anteil der Kaufkraft an andere Einzelhandelsstandorte (z. B. Cloppenburg, Papenburg) abfließen. Aufgrund dessen wird auch die hier vorhandene Einwohnerzahl dementsprechend gewichtet. Dem mittelzentralen Kongruenzraum sind in der Zone II demnach rd. 3.890 Einwohner, in der Zone III rd. 6.530 Einwohner und in der Zone IV rd. 7.040 Einwohner zugeordnet. Insgesamt umfasst der mittelzentrale Kongruenzraum rd. 136.870 Einwohner.

Karte 3: Vorläufiger Kongruenzraum des Mittelzentrums Meppen



2. Kaufkraftpotenzial für den Einzelhandel in Meppen

Das Kaufkraftpotenzial wird für den stationären Einzelhandel im engeren Sinne (ohne Autohandel) berechnet. Die jährliche Pro-Kopf-Ausgabe lag in Deutschland bei ca. 5.570 €, davon entfielen ca. 2.798 € auf den periodischen Bedarf¹⁸.

Neben den Pro-Kopf-Ausgaben ist zur Berechnung der Kaufkraft das lokale Kaufkraftniveau zu berücksichtigen. In Meppen lag im Jahr 2016 mit 99,7 ein durchschnittliches Kaufkraftniveau¹⁹ vor. Entsprechend des Kaufkraftniveaus wurde der durchschnittliche Ausgabesatz für den Einzelhandel gewichtet, d. h. in Meppen lag der Ausgabesatz bei 5.553 € p. a. pro Einwohner²⁰ und damit etwa 17 € unter dem Bundesdurchschnitt. Das Kaufkraftvolumen für den Einzelhandel ist in Meppen mit ca. 194 Mio. € p. a. zu beziffern.

Für den gesamten Kongruenzraum des Mittelzentrums Meppen beläuft sich die Kaufkraft auf rd. 720,7 Mio. €, wovon rd. 633,0 Mio. € auf Meppen und die weitere die Zone I, rd. 19,6 Mio. € auf die Zone II, rd. 33,3 Mio. € auf die Zone III und rd. 34,9 Mio. € auf die Zone IV entfallen.

Auf die Warengruppen verteilt sich das Kaufkraftpotenzial wie in Tabelle 7 dargestellt:

Tabelle 7: Kaufkraft in Mio. € im mittelzentralen Kongruenzraum

Warengruppe	Meppen	weitere Zone I	Zone II	Zone III	Zone IV	Gesamt
periodischer Bedarf	97,6	220,4	9,8	16,7	17,5	362,0
<i>davon Nahrungs- und Genussmittel</i>	71,0	160,3	7,1	12,2	12,7	263,3
Bekleidung, Schuhe, Sport	24,3	54,9	2,4	4,2	4,4	90,2
Optik / Uhren, Schmuck	4,1	9,2	0,4	0,7	0,7	15,1
Elektrowaren	18,7	42,3	1,9	3,4	3,4	69,5
Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik	3,2	7,3	0,3	0,6	0,6	12,0
Einrichtung, Möbel	17,9	40,4	1,8	3,1	3,2	66,4
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	17,2	38,8	1,7	2,9	3,1	63,8
sonstige Sortimente	11,2	25,4	1,1	1,9	2,0	41,7
Gesamt	194,3	438,7	19,6	33,3	34,9	720,7

GMA-Berechnungen 2018

¹⁸ Bei Apotheken wird nur der Anteil der nicht verschreibungspflichtigen Medikamente berücksichtigt.

¹⁹ Verwendung regionaler Kaufkraftkennziffern von Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg 2016: Werte über 100 deuten auf einen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt höheres Kaufkraftniveau, Werte unter 100 auf ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Niveau hin.

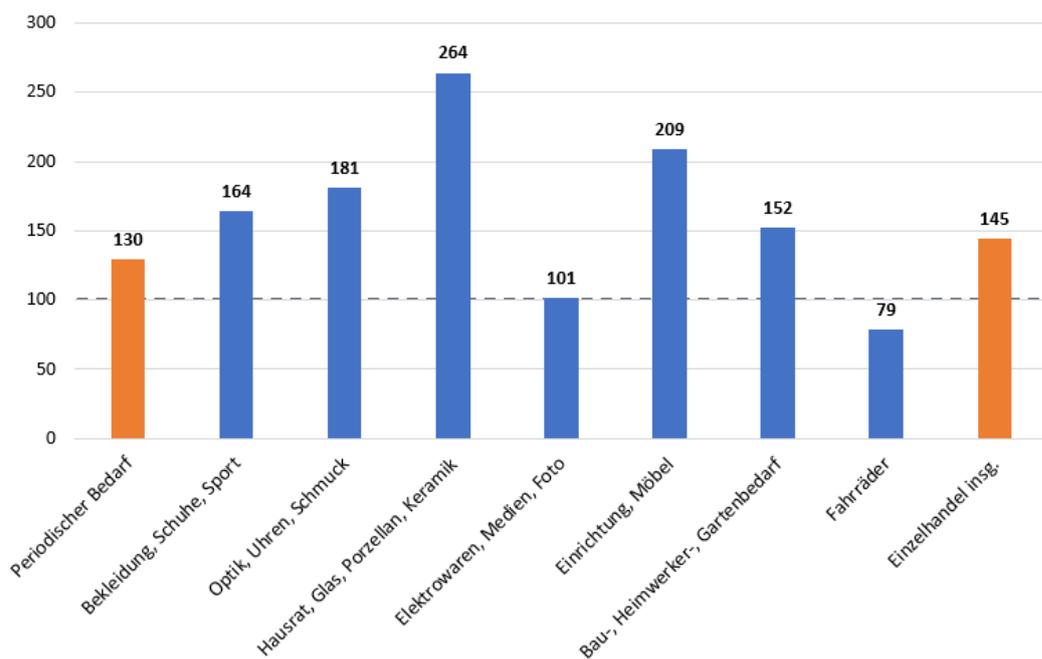
²⁰ Nur Hauptwohnsitze, wegen der gutachterlichen Sorgfaltspflicht werden die Nebenwohnsitze nicht berücksichtigt, um Kaufkraft in Deutschland nicht doppelt zu verteilen.

3. Einzelhandelszentralität

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

Die Einzelhandelsbetriebe erwirtschafteten im vergangenen Jahr einen Umsatz von rd. 281 Mio. €, sodass die Zentralität über alle Branchen bei etwa 145 % liegt. Dieser Wert fällt für ein Mittelzentrum eher hoch aus und resultiert v. a. aus den hohen Zentralitäten bei fast allen aperiodischen Branchen, insbesondere bei Hausrat, Glas / Porzellan / Keramik (rd. 264 %), Einrichtung, Möbel (rd. 209 %) oder Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf (rd. 152 %). Im periodischen Bedarf liegt die Zentralität bei ca. 130 % und damit ebenfalls auf einem hohen Niveau.

Abbildung 6: Einzelhandelszentralität ausgewählter Warengruppen



GMA-Berechnungen 2018

4. Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose

Die Entwicklung des Kaufkraftvolumens bis zum Prognosehorizont 2025 ist neben konjunkturellen Einflüssen auch von künftigen Entwicklungen des Verbraucherverhaltens, z. B. Online-Einkäufe sowie den soziodemografischen Faktoren abhängig. In den vergangenen Jahren verzeich-

nete Meppen eine leichte Einwohnerzunahme resultierend aus Wanderungsgewinnen. Allerdings fällt die natürliche Bevölkerungsbilanz negativ aus. Das Landesamt für Statistik Niedersachsen geht in der Kleinräumigen Bevölkerungsvorausberechnung für das Jahr 2025 von einer leicht ansteigenden Einwohnerzahl aus (2025: rd. 36.780 Einwohner)²¹.

Unter Berücksichtigung einer leichten Steigerung der bundesweiten Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel von derzeit ca. € 5.570 p. a. auf € 5.680 p. a. im Jahr 2025 ergibt sich für Meppen ein leichter Kaufkraftzuwachs

	2017	2025	Saldo
/ insgesamt	194,3	208,3	+ 13,9
/ davon periodischer Bedarf	97,6	105,1	+ 7,5
/ davon aperiodischer Bedarf	96,7	103,2	+ 6,5.

²¹ Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen (LSN) 2017

IV. Einzelhandelskonzept für Meppen

1. Ziele des Einzelhandelskonzeptes

Zur Sicherung und gezielten Weiterentwicklung des lokalen Einzelhandels ist die Verabschiedung eines Einzelhandelskonzeptes zu empfehlen, welches künftig als Grundlage zur Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung herangezogen werden sollte²². Dieses berücksichtigt auch die übergeordneten Ziele der Landesplanung (LROP-VO 2017).

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

/// Sicherung und Ausbau der mittelzentralen Versorgungsfunktion von Meppen

- Erhalt und zielgerichteter Ausbau des Einzelhandelsangebotes
- Schaffung von Investitionssicherheit durch verbindliche Bauleitplanung, ggf. Anpassung bestehender Bebauungspläne an die Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes

/// Schutz und Stärkung der Innenstadt als zentrale Einkaufslage

- Stärkung der Innenstadt gegenüber dezentralen Standorten, d.h. keine Ansiedlungen bzw. Erweiterungen großflächiger Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb der Innenstadt
- Erhalt der Multifunktionalität der Innenstadt durch Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie und Hotellerie

/// Sicherung der Nahversorgung

- Schutz und Stärkung der Nahversorgungszentren
- Sicherung der vorhandenen integrierten Lebensmittelmärkte als ergänzendes Netz der Nahversorgung

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

- /// Sortimentskonzept:** Die Sortimentsliste definiert ortsspezifisch die nahversorgungs- und zentrenrelevanten bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimente und dient damit als

²² Durch den Beschluss des Rates wird diese informelle Planungsgrundlage zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und ist damit im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen.

Grundlage für die bauplanungsrechtliche Beurteilung großflächiger Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels.

- / **Standortkonzept:** Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt die Festlegung und Begründung zentraler Versorgungsbereiche i. S. von § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2 a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO. Auf dieser Basis werden im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes standort- und branchenspezifische Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung formuliert.

Mit dem Sortiments- und Standortkonzept sollen die Rahmenbedingungen für eine zukunftsorientierte und geordnete Einzelhandelsentwicklung geschaffen werden. An dieser Stelle ist darauf hinzuweisen, dass ein Einzelhandelskonzept nur die Rahmenbedingungen für eine adäquate Entwicklung bereitstellt. Es entbindet jedoch nicht von Modernisierungs- und Aufwertungsmaßnahmen in den zentralen Versorgungsbereichen.

2. Sortimentskonzeptes

Im **Sortimentskonzept** werden Sortimente nach deren Zentrenrelevanz eingeteilt. Es wird festgelegt, welche Sortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität sowie der Betriebsstrukturen heute im Wesentlichen den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet werden können. Diese Sortimente werden als **zentrenrelevant** bezeichnet. Zudem wird bei zentrenrelevanten Sortimente die Gruppe der **nahversorgungsrelevanten Sortimente** dargestellt, um so die Bedeutung der quartiersnahen Versorgung hervorzuheben. Das Angebot an **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** stellt an städtebaulich nicht integrierten Standorten keine wesentliche Gefährdung für zentrale Lagen dar. Sie sind an solchen Standorten ggf. aus planerischer Sicht auf Grund ihres großen Platzbedarfs und der Verkehrsfrequenz sogar erwünscht. Zur Bewertung der Sortimente werden folgende Kriterien zugrunde gelegt:

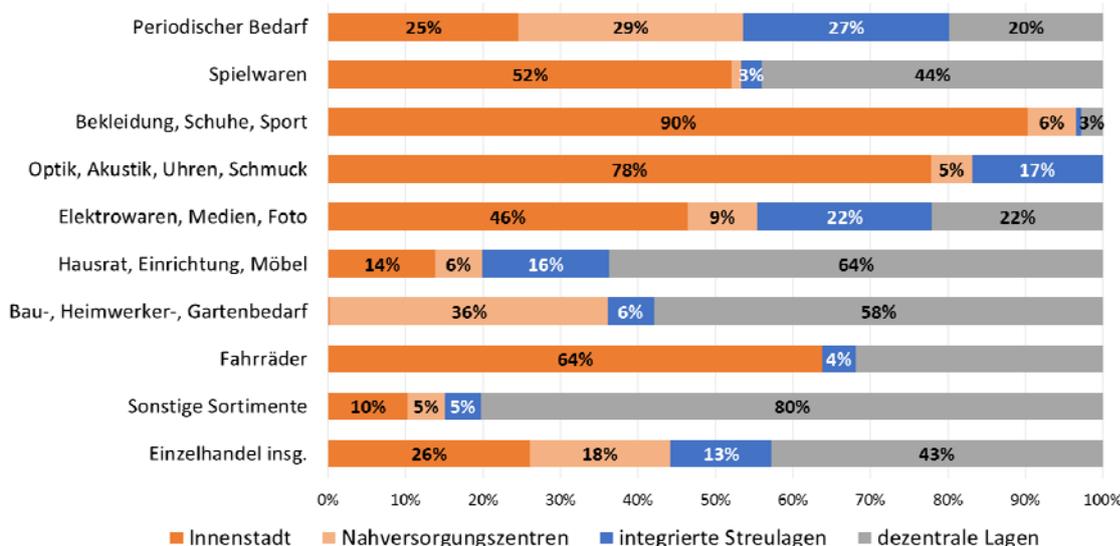
Tabelle 8: Kriterien zur Bewertung der Zentrenrelevanz von Sortimenten

Kriterium	Prüfmaßstäbe
Warenbeschaffenheit / Transport	Sperrigkeit, Abtransport
Flächenbedarf	Warenbeschaffenheit, Verkaufsflächenbedarf
Bedeutung für Attraktivität und Branchenmix in der Ortsmitte	Alltagstauglichkeit, Zielgruppenansprache
Magnetfunktion	Bekanntheit, Anziehungseffekte auf Kunden
Synergien mit anderen Innenstadtsortimenten	Kopplungseffekte zwischen Sortimenten
Städtebauliche Ziele, Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Gemeinde	Anteil der Verkaufsfläche in der Ortsmitte

GMA-Zusammenstellung 2018

Die nicht zentrenrelevanten Sortimente sind im Falle von Ansiedlungsbegehren außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche möglich. Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erfüllt darstellenden Charakter und ist im Gegensatz zu den aufgeführten zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar.

Abbildung 7: Verteilung der Sortimente in Meppen nach Lagekategorien



GMA-Darstellung 2018

Im Vergleich zur Sortimentsliste aus dem Jahr 2010 ergeben sich nur wenige Änderungen:

- Das Sortiment **Heimtextilien, Gardinen und Zubehör** wurde im Jahr 2010 als nicht zentrenrelevant eingestuft. Vor dem Hintergrund der allgemeinen Marktentwicklung in diesem Sortimentsbereich wird nunmehr eine weitere Differenzierung vorgenommen. So sind Gardinen und Zubehör weiterhin als nicht zentrenrelevante Sortimente einzustufen, da diese überwiegend als Randsortimente größerer Möbelmärkte geführt werden und nur noch wenige Fachgeschäfte in integrierten Lagen existieren. Demgegenüber wird Haus-, Tischwäsche, Bettwäsche (Bettbezüge, Laken), Zierkissen und Badtextilien den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet. Diese Sortimente führen auch tedox im Nahversorgungszentrum Fürstenbergstraße, Ceka oder auch Depot in der Innenstadt Heimtextilien als Randsortiment. Auch das Landesraumordnungsprogramm (LROP-VO 2017) weist darauf hin, dass Haus- und Heimtextilien i. d. R. als zentrenrelevant einzustufen sind.
- Das Sortiment **Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper** wird im Gegensatz zum Einzelhandelskonzept 2010 nunmehr den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet. Innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind keine Anbieter in diesem Sortimentsbereich ansässig. Hingegen befinden sich zwei Fachanbieter in integrierter

Streulage, darüber hinaus ist auch auf die Randsortimente der ansässigen Möbelmärkte sowie Bau- und Heimwerkermärkte hinzuweisen, die sich z. T. in dezentraler Standortlage befinden.

Tabelle 9: Sortimentsliste des Einzelhandels von Meppen

Periodische Sortimente (= nahversorgungsrelevant)	Nicht zentrenrelevante Sortimente
<ul style="list-style-type: none"> /// Nahrungs-/ Genussmittel, Getränke, Tabak-, Reformwaren /// Drogerie-, Parfümeriewaren, pharmazeutische Artikel /// Zeitschriften, Zeitungen /// Schnittblumen /// Tiernahrung 	<ul style="list-style-type: none"> /// Pflanzen, Pflege, Düngemittel, Gartenartikel (inkl. Gartenmöbel), Gartengeräte (z. B. Rasenmäher) /// Tierpflegemittel, lebende Tiere, Aquaristik /// Baustoffe, Bauelemente, Beschläge, Eisenwaren und Werkzeuge, Leitern /// Sanitärartikel, Fliesen, Installationsbedarf
<p>Zentrenrelevante Sortimente</p> <ul style="list-style-type: none"> /// Sanitätswaren, medizinische, orthopädische Artikel /// Bücher /// Bastelartikel, Schreibwaren /// Spielwaren /// Bekleidung (Herren, Damen, Kinder / Säuglinge), Wäsche, Sportbekleidung /// Wolle, Kurzwaren, Handarbeiten, Stoffe /// Schuhe (inkl. Sportschuhe), Lederwaren /// Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik, Korbwaren /// Kunstgewerbe, Bilder / Rahmen / Spiegel /// Haus- / Tischwäsche, Bettwäsche (Bettbezüge, Laken), Zierkissen, Badtextilien /// Uhren, Schmuck /// Optik, Akustik /// Musikalien, Musikinstrumente /// Münzen, Briefmarken, Pokale /// Baby-, Kinderartikel (Kleinteile wie Schnuller, Flaschen) /// Elektrokleingeräte (Kleinteile wie Mixer, Bügeln, Medien (= Unterhaltungs-, Kommunikationselektronik, Computer, Foto) /// Sport- / Campingartikel (Kleinteile wie Bälle, Campinggeschirr, Schlafsäcke) 	<ul style="list-style-type: none"> /// Rollläden, Sicht- und Sonnenschutz, Markisen, Gardinen und -zubehör /// Möbel, Antiquitäten, inkl. Kücheneinrichtungen, Büromöbel, Badmöbel) /// Matratzen, Bettwaren (z. B. Steppbettdecken) /// Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten /// Elektrogroßgeräte (z. B. Kühlschränke, Waschmaschinen, Geschirrspüler) /// Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper /// Campinggroßartikel (z. B. Zelte, Campingmöbel) /// Sportgroßgeräte (z. B. Surfbretter, Skier, Trainingsgeräte) /// Fahrräder / Zubehör (ohne Bekleidung) /// Erotikartikel /// Angel-, Jagdbedarf /// Auto- / Motorradzubehör /// Kinderwägen, Autokindersitze

GMA-Empfehlungen auf Grundlage der erhobenen Standortverteilung 2017

Mit Bezug auf das Sortimentskonzept ist die Problematik der sog. Randsortimente in die Betrachtung mit einzubeziehen. **Um einen geordneten Umgang mit zentrenrelevanten Randsortimenten zu gewährleisten, sollte bei Ansiedlungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche die Summe der zentrenrelevanten Randsortimente 10 % der Gesamtverkaufsfläche des jeweiligen Vorhabens bzw. des Betriebes und max. 800 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten.**²³

Bei der Bewertung großflächiger Einzelhandelsvorhaben wird zwischen dem sog. Kernsortiment und den zentren- bzw. nicht zentrenrelevanten Randsortimenten differenziert, um so die jeweiligen Verkaufsflächenanteile der Randsortimente zu bestimmen. Die Basis dazu bildet die Sortimentsliste der Stadt Meppen.

Die Sortimentsdifferenzierung erweist sich im Gegensatz zu in früheren Jahren praktizierten Flächenfestsetzungen ohne entsprechende Sortimentshinweise als rechtssicher. So können mit dem Instrumentarium der Baunutzungsverordnung zentrenrelevante Sortimente in Gewerbegebieten ausgeschlossen werden.

Die kommunale Bauleitplanung kann hier zwei Wege wählen:

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

Mit diesen Festsetzungen bestehen für Kommunen Differenzierungsmöglichkeiten, mit denen zentrenrelevante Randsortimente auch unterhalb der Grenze der Großflächigkeit ausgeschlossen werden können, um damit zentrale Versorgungsbereiche zu stärken oder weiterzuentwickeln. Gleichzeitig ist generell darauf hinzuweisen, dass alle bestehenden Betriebe Bestandsschutz genießen.

Da die Entwicklungspotenziale sehr begrenzt sind, sollte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche eine restriktive Ansiedlung hinsichtlich zentrenrelevanter und nahversorgungsrelevanter Sortimente verfolgt werden, was durch Ausschlüsse in den jeweiligen Bebauungsplänen umsetzbar ist. Ein schlüssiges Gesamtkonzept muss neben konkreten Maßnahmen in zentralen Versorgungsbereichen auch durch eine entsprechende Bebauungsplanung in den übrigen Standortlagen abgesichert werden. Bestehende Bebauungspläne wären nach Abwägung planerisch relevanter Gesichtspunkte im Bedarfsfall anzupassen. Sortimentsausschlüsse bzw. -beschränkungen außerhalb der geschützten Bereiche (Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt und Nahversorgungszentren) sind als flankierende Maßnahmen zur Stabilisierung und Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche zu sehen.

²³ Gemäß LROP-VO 2017 wären Ausnahmen nur dann möglich, wenn sich aus einem verbindlichen regionalen Einzelhandelskonzept die Raumverträglichkeit eines größeren Randsortimentes ergibt und sichergestellt wird, dass der als raumverträglich zugelassene Umfang der Verkaufsfläche für das zentrenrelevante Randsortiment auf das geprüfte Einzelhandelsgroßprojekt beschränkt bleibt.

3. Standortkonzept

Das **Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2010** beschreibt in seinem Zentren- und Standortkonzept folgende Einstufungen²⁴:

- /// Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt
- /// Nahversorgungszentrum Marienstraße / Schullendamm
- /// Nahversorgungszentrum Haselünner Straße
- /// Nahversorgungszentrum Hasebrinkstraße
- /// Nahversorgungszentrum Sophienplatz / Auf der Herrschwiese.

Im Gegensatz zur Einteilung aus dem Jahr 2010 sind aufgrund der faktischen Prägung folgende zentrale Versorgungsbereiche vorhanden:

- /// Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (Hauptzentrum)
- /// Nahversorgungszentrum Marienstraße / Schullendamm
- /// Nahversorgungszentrum Haselünner Straße
- /// Nahversorgungszentrum Fürstenbergstraße.

Das Nahversorgungszentrum Sophienplatz / Auf der Herrschwiese wurde 2010 so eingeordnet, weil man von der Ansiedlung eines Supermarktes auf dem sog. Bolzplatz ausging, was allerdings nicht erfolgt.

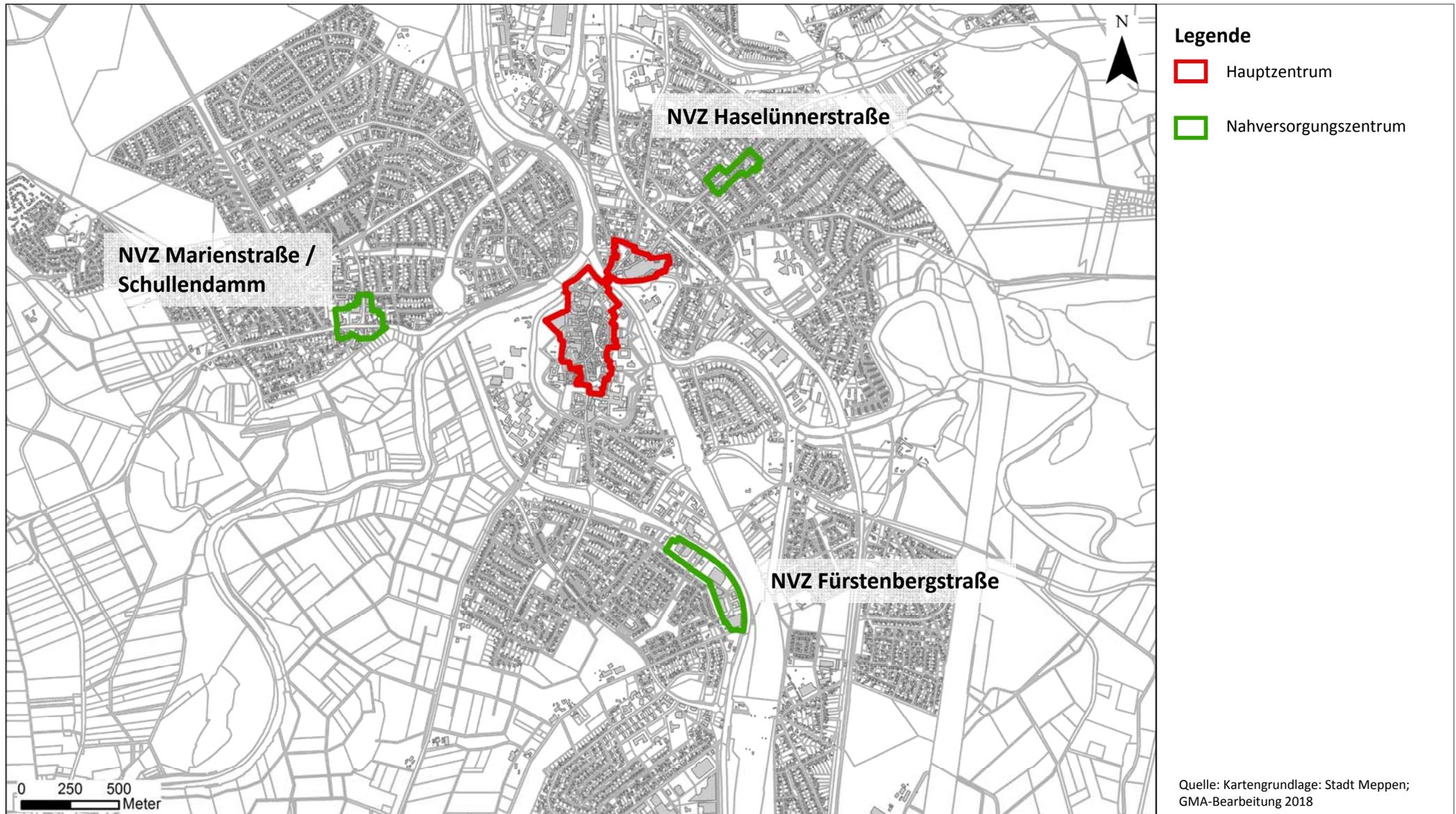
Aufgrund der Vielzahl an unterschiedlichen Nutzungen und der höchsten Nutzungsdichte handelt es sich beim zentralen Versorgungsbereich Innenstadt um das **Hauptzentrum**. Hingegen liegen die Angebotsschwerpunkte in der Marienstraße / Schullendamm, der Haselünner Straße und der Fürstenbergstraße i. d. R. auf nahversorgungsrelevanten Sortimenten, es handelt es sich um sog. **Nahversorgungszentren**.

Die Standorte der weiteren Lebensmitteldiscounter bzw. Supermärkte (Solitärlagen wie bspw. Edeka-Markt in Esterfeld (integriert), Marktkauf in Nödike (nicht integriert), ehem. Nahversorgungszentrum Hasebrinkstraße) erfüllen nicht die Voraussetzungen, um als zentraler Versorgungsbereich eingeordnet werden zu können. Dies hängt mit der z. T. fehlenden Nutzungsmischung sowie der fehlenden städtebaulichen Integration zusammen. Diese Standorte sind für die Nahversorgung von Bedeutung, müssen allerdings in der Standortstruktur nicht explizit hervorgehoben werden.

²⁴ Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Meppen 2010 sowie gemäß der Änderung des Einzelhandelskonzeptes aus den Jahren 2013 und 2016.

Die kleinen Läden bzw. Einzelhandelsbetriebe (< 800 m² VK) bedürfen nicht der planungsrechtlichen Steuerung, deren Zulässigkeit ist nach den entsprechenden Gebietstypen der BauNVO geregelt. Die Abgrenzung basiert auf der aktuellen Situation (faktische Prägung) und ist weitestgehend parzellenscharf, um eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit zu gewährleisten.

Karte 4: Zentren- und Standortstruktur



3.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Foto 1: Historischer Stadtkern



Foto 2: Meppener Einkaufspassage (MEP)



Räumliche Situation

- / Die räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt erfolgt auf Basis der durchgeführten Aufnahme der Erdgeschossnutzungen sowie anhand intensiver Vor-Ort-Besichtigungen. In Einzelfällen wurde von der Parzellengrenze abgewichen, z. B. bei tiefen Grundstücken oder wenn sich die baulichen Strukturen vor Ort nicht mit den Parzellenstrukturen decken.
- / Entsprechend der faktischen Prägung umfasst der zentrale Versorgungsbereich große Teile des **historisch gewachsenen Stadtkerns**, wenngleich dieser mit Blick auf die Ansiedlungsmöglichkeiten gerade für großflächigen Einzelhandel und die geringe Dichte an Einzelhandelsbetrieben komprimiert wurde.
- / Zudem umfasst der zentrale Versorgungsbereich die nordöstlich der Hase gelegene **Meppener Einkaufspassage (MEP)** sowie die direkt angrenzenden Nutzungen entlang der Herzog-Arenberg-Straße, Schützenstraße und Bahnhofstraße. Insbesondere der Bereich der Bahnhofstraße weist Verbesserungsmöglichkeiten in Bezug auf die Aufenthaltsqualität auf. Hier sind verhältnismäßig viele Leerstände und sanierungsbedürftige Gebäudebestände vorhanden, sodass sich bereits seit Jahren deutliche trading-down-Effekte zeigen, welche auch durch die Entstehung der MEP nicht gänzlich aufgefangen werden konnten.

Karte 5: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



- Legende**
- Zentraler Versorgungsbereich
 - Nutzungen**
 - Einzelhandel
 - Dienstleistung
 - Gastronomie
 - Öffentliche Einrichtungen
 - Gewerbe
 - Mehrfachnutzung

Quelle: Kartengrundlage: Stadt Meppen; GMA-Bearbeitung 2018

Versorgungsfunktion

- / Die Betriebe der Innenstadt übernehmen nicht nur für Meppen selbst eine Versorgungsfunktion, sondern auch für das überörtliche Marktgebiet.
- / Eine besondere Bedeutung für die Marktreichweite kommt insbesondere der MEP mit den Ankermietern Edeka, Mediamarkt, C&A und New Yorker sowie den großflächigen Formaten Kaufland, Ceka, Müller, H & M und Modehaus Böckmann.
- / Ihr Angebot wird durch eine Vielzahl inhabergeführter wie auch filialisierter Fachgeschäfte und Fachmärkte ergänzt (z. B. dm, Deichmann, xenos²⁵, Riccio 1, Wöbker Spiel & Freizeit). Die Stärke der Innenstadt bestimmt sich jedoch nicht nur durch großflächige, überörtlich ausstrahlende Magnetbetriebe, sondern gerade durch die hohe Dichte an Einzelhandels- und Komplementärangeboten.

Ausstattung

Sortimente	Anzahl	Verkaufsfläche in m ²
periodischer Bedarf insgesamt	30	7.820
Bekleidung, Schuhe, Sport	50	14.660
Optik, Akustik, Uhren, Schmuck	14	870
Elektrowaren, Medien, Foto	8	2.270
Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik	7	2.120
sonstige Sortimente	19	4.590
aperiodischer Bedarf insgesamt	96	24.515
Einzelhandel insgesamt	128	32.335

GMA-Erhebung 2017 (ca.-Werte gerundet; Rundungsdifferenzen möglich)

- / **strukturprägende Betriebe:** Kaufland, Ceka, H&M, Drogeriemarkt Müller, Modehaus Böckmann und Edeka, Media Markt in der MEP
- / **Komplementärnutzungen:** Verwaltung, Kreditinstitute, Imbisse / Restaurants, Hotels, Versicherungen, Ärzte
- / Einen besonders **dichten Einzelhandelsbesatz** weisen das MEP sowie der Bereich um den Markt (historischer Stadtkern) auf. Am neuen Markt befinden sich Kaufland, Takko und Ernsting's family. Die Randbereiche werden v. a. durch kleinteilige Nutzungen geprägt, hier nimmt auch der Anteil der ergänzenden Komplementärnutzungen zu.
- / Der **Schwerpunkt im Einzelhandel** liegt in der innerstädtischen Leitbranche **Bekleidung, Schuhe, Sport**. Im Bereich Bekleidung ist neben den großflächigen Anbietern Ceka, H & M, Modehaus Böckmann, Woolworth und C&A auch auf verschiedene weitere kleinflächige Anbieter (bspw. Olymp & Hades, Riccio 1, S'Oliver, Theo Dreier, ER Herrenmode) hinzuweisen. Im Bereich Schuhe befinden sich in der Innenstadt neben den filialisierten Anbietern Deichmann, Schuhpark und Schuh Mann auch die Fachanbieter Hilders und Slomka Schuhe. Im Sortiment Sport ist auf die Anbieter Sport Rexeis am Markt und Sportshop Höfer Am Neuen Markt hinzuweisen.

²⁵ Im Nachgang der Erhebung hat der Anbieter Anfang 2018 seinen Standort aufgegeben.

Auch im **periodischen Bedarf** ist mit Kaufland, Edeka, dm, Müller, mehreren Apotheken, Parfümerien, einem Reformhaus sowie Betrieben des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Fleischerei) ein umfassendes Angebot vorhanden.

Entwicklungspotenziale

- // Neuansiedlungen und Erweiterungen sind grundsätzlich sowohl in nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten in der Innenstadt möglich.
- // Eine Ergänzung des Angebotes ist in den **periodischen Bedarf** v.a. bei Spezialgeschäften (Feinkost, Käse) oder bei Drogeriewaren denkbar. Grundsätzlich besteht mit den Drogeriemärkten Müller und dm eine gute Ausstattung, vor dem Hintergrund der Größe von Meppen wäre jedoch die Ansiedlung eines Rossmann-Marktes denkbar.
- // Im Sortiment **Bekleidung, Schuhe, Sport** ist die Sicherung, Stärkung und Erweiterung des Angebotes zu empfehlen. Ansiedlungen sind insbesondere im Bereich Sport und Schuhe denkbar.
- // Im Sortiment **Optik, Akustik, Uhren, Schmuck** besteht eine gute Ausstattung in der Innenstadt, sodass hier kein wesentlicher Handlungsbedarf besteht.
- // Im Bereich **Elektrowaren, Medien, Foto** besteht in der Innenstadt mit den Anbietern Media Markt und Euronics und verschiedenen kleinteiligen Anbietern eine vergleichsweise gute Ausstattung. Hierbei ist jedoch auch zu berücksichtigen, dass diese Warengruppe durch die wachsenden Marktanteile des Onlinehandels stark unter Druck steht. Etwaige Angebotsergänzungen bzw. Neuansiedlungen bei Elektrowaren wären jedoch auf die Innenstadt zu lenken.
- // Auch bei **Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik** sind Ergänzungen möglich, wobei auch durch den Onlinehandel und v. a. größere Möbelhäuser, die Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik i. d. R. als Randsortiment führen, die Branche unter Druck steht.

Ziele

- ➔ Sicherung und Stärkung des Hauptzentrums als mittelzentralen Versorgungsstandort im periodischen und aperiodischen Bedarf.
- ➔ Aufwertung der Bahnhofstraße durch städtebauliche Maßnahmen sowie Verbesserung der funktionalen Anbindung zwischen dem historischen Stadtkern und der MEP.

3.2 Nahversorgungszentren

3.2.1 Nahversorgungszentrum Marienstraße / Schullendamm

Foto 3: Marienstraße



Foto 4: Vollmer / K+K-Markt



Räumliche Situation

- /// Das Nahversorgungszentrum erstreckt sich auf Teile des Schullendamms und der Marienstraße.
- /// Die höchste Nutzungsdichte befindet sich in der Marienstraße.

Versorgungsgebiet

- /// Der Standort übernimmt eine Versorgungsfunktion für Elsterfeld, der jedoch über weitere Lebensmittelmärkte in der Versener Straße, Grabbestraße sowie an der Esterfelder Stiege verfügt.

Ausstattung

- /// Das Nahversorgungszentrum umfasst 13 Betriebe mit rd. 2.060 m² VK. Im **periodischen Bedarf** sind K+K, ein Tiefkühl-Discountmarkt, zwei Bäcker und zwei Tankstellen, eine Apotheke und einen Tiernahrungsanbieter ansässig
- /// Im **aperiodischen Bedarf** sind der Textildiscounter kik, ein Schuhfachgeschäft, ein Nähatelier, ein Raumausstatter sowie ein Optiker vorhanden
- /// **strukturprägende Betriebe:** K+K
- /// **Komplementärnutzungen:** u. a. Ärzte, Bank, Imbisse / Restaurant, Versicherung

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ➔ Sicherung der Versorgungsfunktion im periodischen Bedarf (v. a. Nahrungs- und Genussmittel) durch den Erhalt des dortigen Lebensmittelmarktes.

Karte 6: Nahversorgungszentrum Marienstraße / Schullendamm



3.2.2 Nahversorgungszentrum Haselünner Straße

Foto 5: Haselünner Straße



Foto 6: Einfahrt zum K+K-Markt



Räumliche Situation

- /// Das Nahversorgungszentrum erstreckt sich auf die Haselünner Straße zwischen der Karlstraße sowie der Friedrichstraße.
- /// Während der nordöstliche Teil des zentralen Versorgungsbereiches v. a. durch den K+K-Markt geprägt wird, befinden sich im südwestlichen Teil v. a. kleinteilige Nutzungen und ergänzende Dienstleistungsbetriebe.

Versorgungsgebiet

- /// Das Nahversorgungszentrum übernimmt v. a. einen Versorgungsauftrag für die umliegenden Wohngebiete im nordöstlichen Teilbereich der Kernstadt.

Ausstattung

- /// Das Nahversorgungszentrum umfasst 8 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.300 m².
- /// Das gesamte Angebot im Nahversorgungszentrum ist dem **periodischen Bedarf** zuzuordnen. Hier ist insbesondere auf den Magnetbetrieb K+K, einen ethnischen Lebensmittelmarkt, zwei Bäckereien, eine Fleischerei und eine Apotheke hinzuweisen.
- /// **strukturprägende Betriebe:** K+K
- /// **Komplementärnutzungen:** u. a. Ärzte, Fahrschulen, Friseur, Imbisse, Kirche

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ➔ Sicherung und Ausbau der Versorgungsfunktion des Zentrums im periodischen Bedarf. Eine Modernisierung bzw. geringe Erweiterung des Anbieters K+K ist anzustreben, um diesen langfristig im Bestand zu sichern.

Karte 7: Nahversorgungszentrum Haselünner Straße



3.2.1 Nahversorgungszentrum Fürstenbergstraße

Foto 7: Aldi-Markt



Foto 8: Hagebaumarkt



Räumliche Situation

- Das Nahversorgungszentrum erstreckt sich auf die Fürstenbergstraße zwischen der Hermann-Brandi-Straße und der Hermann-Proske-Straße.

Versorgungsgebiet

- Die Betriebe übernehmen einen Versorgungsauftrag für den Stadtteil Kuhweide sowie z. T. für die nördlich gelegenen Siedlungsgebiete der Kernstadt und aufgrund der guten verkehrlichen Anbindung auch für das Siedlungsgebiet Helter Damm.

Ausstattung

- Das Zentrum umfasst 12 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 17.680 m².
- Im **periodischen Bedarf** sind Aldi, Lidl, Combi, Getränke Hoffmann sowie der Tiernahrungsfachmarkt Fressnapf anzutreffen.
- Im **aperiodischen Bedarf** befinden sich hier u. a. der Bau- und Gartenmarkt Hagebau sowie der Anbieter tedox und eine Postenbörse.
- strukturprägende Betriebe:** Combi, Aldi, Lidl, Fressnapf, Hagebau, tedox, Postenbörse
- Komplementärnutzungen:** u. a. Kfz-Werkstätten, TÜV, Dienstleistung

Entwicklungspotenziale und Ziele

- ➔ Sicherung v. a. der Anbieter im periodischen Bedarf, ggf. durch Anpassung an moderne Einheiten.
- ➔ Im Rahmen der derzeit diskutierten Verlagerung des Baumarktes Hagebaumarkt an den westlichen Siedlungsrand der Kernstadt ist die künftige Nachnutzung des Angebotes zu prüfen. Grundsätzlich wünschenswert wäre die weitere Nutzungskonzentration von Einzelhandel, die sich in solitären Lagen in der Kernstadt befindet. Eine Neuansiedlung wäre bspw. vor dem Hintergrund des veränderten Mobilitätsverhaltens auch im Sortiment Fahrräder denkbar.

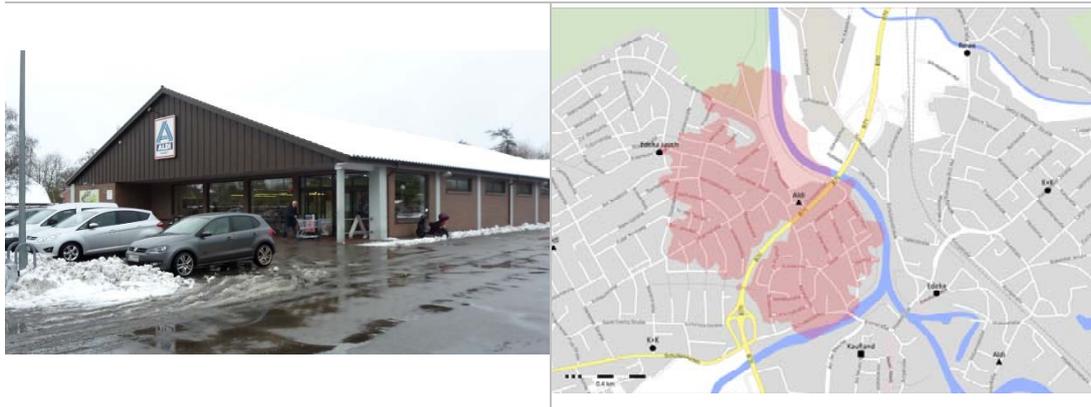
Karte 8: Nahversorgungszentrum Fürstenbergstraße



3.3 Sonstige Lebensmittelanbieter

Darüber hinaus ist auf weitere Standorte der Nahversorgung hinzuweisen, die zwar einen größeren Lebensmittelanbieter aufweisen, jedoch aufgrund ihrer dezentralen Lage oder fehlender Nutzungsmischung nicht als zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen werden können. Diese werden nachfolgend aufgeführt.

3.3.1 Esterfeld: Aldi, Grabbestraße



Einzelhandel	Aldi Lebensmitteldiscounter, Thomas Phillips Sonderpostenmarkt
Verkaufsfläche	rd. 2.050 m ² , davon Aldi rd. 700 m ²
ergänzende Nutzungen	Fitnessstudio
siedlungsräumliche Einbindung	siedlungsräumlich integrierte Lage, angrenzend an die Bundesstraße B 70
verkehrliche Anbindung	sehr gute Anbindung mit dem Pkw, rd. 200 m entfernt entlang der Straße Esterfelder Stiege besteht auf die Bushaltestelle Schönstatt Kapelle
Marktauftritt	zeitgemäß
Handlungsbedarf	kein akuter Handlungsbedarf

3.3.2 Esterfeld: Lidl, Versener Straße



Einzelhandel	Lidl Lebensmitteldiscounter
Verkaufsfläche	rd. 1.200 m ²
ergänzende Nutzungen	-
siedlungsräumliche Einbindung	städtebaulich integrierte Lage innerhalb eines Wohngebietes
verkehrliche Anbindung	grundsätzlich gute Anbindung mit dem Pkw, direkt angrenzend an die Lidl-Filiale befindet sich die Bushaltestelle Feuerdornweg
Marktauftritt	zeitgemäß
Handlungsbedarf	kein akuter Handlungsbedarf

3.3.3 Esterfeld: Edeka, Esterfelder Stiege



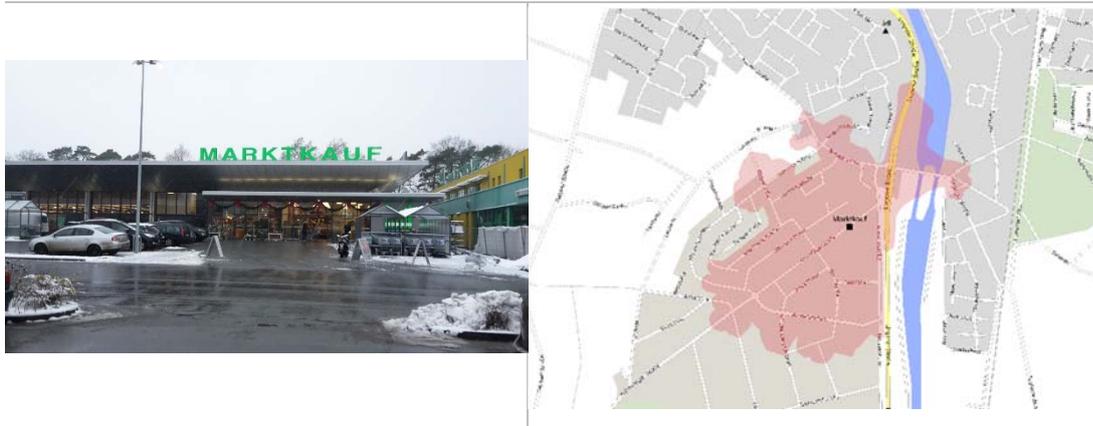
Einzelhandel	Edeka, Hülsmann Weine, Florist, Bäckerei
Verkaufsfläche	rd. 1.160 m ² , davon Edeka rd. 820 m ²
ergänzende Nutzungen	Friseur, Fahrschule, Post
siedlungsräumliche Einbindung	städtebaulich integrierte Lage innerhalb eines Wohngebietes
verkehrliche Anbindung	kein autokundenorientierter Standort, sowohl aufgrund der verkehrlichen Anbindung als auch der begrenzten Stellplatzsituation; im direkten Umfeld des Marktes befinden sich mehrere Bushaltestellen
Marktauftritt	Beengt, modernisierungsbedürftig
Handlungsbedarf	<p>Aufgrund seiner zentralen Lage innerhalb des Wohngebietes Esterfeld ist die Bestandssicherung von Edeka anzustreben. Edeka weist derzeit eine vergleichsweise kleine Verkaufsfläche auf. Zu berücksichtigen ist, dass sich Edeka außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches befindet. Ausnahmsweise wäre jedoch die Erweiterung des Marktes möglich, wenn der Nachweis gemäß LROP-VO 2017 gebracht wird, dass es sich nicht um ein Einzelhandelsgroßprojekt handelt. Neben kleinflächigen Betrieben sind dies Betriebe, die der wohnortnahen Versorgung dienen und zu mind. 90 % der Verkaufsfläche Lebensmittel und Drogeriewaren (=periodischer Bedarf) aufweisen und ihren Umsatz zu mind. 50 % aus einem fußläufigen Einzugsgebiet erwirtschaften.</p> <p>Im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes wurde die Versorgungsbedeutung des Marktes überprüft. Es handelt sich um einen reinen Nahversorger, d.h. um einen nicht raumbedeutsamen Einzelhandelsbetrieb. Eine Erweiterung und Modernisierung des Marktes ist zu empfehlen.</p>

3.3.4 Neustadt: Rewe, Lathener Straße



Einzelhandel	Rewe, Bäckerei, Esso Tankstelle
Verkaufsfläche	rd. 1.910 m ² , davon Rewe rd. 1.800 m ²
ergänzende Nutzungen	-
siedlungsräumliche Einbindung	städtebaulich nicht integriert
verkehrliche Anbindung	gute verkehrliche Anbindung durch die Lathener Straße bzw. die Bundesstraße B 70, es befinden sich mehrere Bushaltestellen in räumlicher Nähe
Marktauftritt	Rewe-Markt zeitgemäß
Handlungsbedarf	kein akuter Handlungsbedarf

3.3.5 Nödike: Marktkauf, Schwefinger Straße



Einzelhandel	Marktkauf, Marktkauf Fachmarkt, Albers – Der Einrichtungsdiscounter, toom Baumarkt, Florist, Bäckerei
Verkaufsfläche	rd. 31.700 m ² , davon Marktkauf rd. 4.800 m ² (ohne Getränkemarkt)
ergänzende Nutzungen	Friseur, Gastronomie, Volksbank
siedlungsräumliche Einbindung	städtebaulich nicht integrierte Lage
verkehrliche Anbindung	sehr gute Anbindung durch den Pkw (Bundesstraße B 70), in direkter Nähe befindet sich die Bushaltestelle Marktkauf
Marktauftritt	Marktkauf modern
Handlungsbedarf	kein akuter Handlungsbedarf

3.4 Gewerbegebiete

In der Stadt Meppen ist im Wesentlichen auf folgende Gewerbegebiete bzw. bzw. gewerblich genutzte Bereiche hinzuweisen:

- /// Der gewerblich genutzte Bereich **Schützenhof / Schützenstraße** befindet sich im nord-östlichen Bereich der Kernstadt. In diesem Bereich beläuft sich die Verkaufsfläche auf rd. 4.300 m², wobei überwiegend Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortiment ansässig sind (u. a. Groß- und Einzelhandel robben, Mayrose Baustoffe). Für diesen Bereich ist die Entwicklung eines Wohngebietes „am Wasser“ vorgesehen, in diesem Zuge ist auch die Verlagerung von Mayrose Baustoffe geplant ist. Der Standort der Firma Mayrose am Schützenhof und der hagebau-Markt in der Fürstenbergstraße sollen aufgegeben werden und am Standort Fullener Straße zusammengeführt werden. Für den Bereich Schützenhof / Schützenstraße wird empfohlen, in diesem künftig mit Ausnahme von kleinteiligen Anbieters zur quartiersnahen Versorgung (bspw. Bäckerei) keine weitere Ansiedlung von Einzelhandel zuzulassen.
- /// Der östlich der Hase gelegene gewerblich geprägte Bereich **Riedemannstraße** weist keinen Einzelhandel auf und ist auch künftig davon freizuhalten.
- /// In Bezug auf die einzelhandelsseitig geprägten dezentralen Standortlagen ist insbesondere auf das **Gewerbegebiet Nödike** im südlichen Kernstadtbereich hinzuweisen. Hier befinden sich neben rein industriellen und gewerblichen Anlagen auch rd. 20 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 49.000 m². Als wesentliche Magnetbetriebe sind hier Albers – Der Einrichtungsdiscounter, toom Bau- und Gartenmarkt, die Anbieter Marktkauf, Hammer und Baby One zu nennen. Die Einzelhandelsbetriebe profitieren zum einen von der guten verkehrlichen Erreichbarkeit durch die direkte Lage an der Bundesstraße B 70 sowie durch die Synergieeffekte, die durch die räumliche Nähe der verschiedenen Einzelhandelsbetriebe ausgelöst werden. Auf den periodischen Bedarf entfallen insgesamt rd. 5.700 m² Verkaufsfläche, auf den aperiodischen Bedarf entfällt demnach mit rd. 43.000 m² der Großteil der Verkaufsfläche. Grundsätzlich ist zu berücksichtigen, dass am Standort verschiedene Anbieter vorhanden sind, die nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente anbieten. Ein weiterer Ausbau des Standortbereiches in den nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten ist demnach nicht zu empfehlen.

**Foto 9: Albers – Der Einrichtungdis-
counter**

Foto 10: toom Bau- und Gartenmarkt


4. Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung

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

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

Um die beiden zentralen Versorgungsbereiche in ihrer jeweiligen Struktur nicht zu beeinträchtigen sowie in der Entwicklung nicht zu behindern, sollte in den Gewerbegebieten die Ansiedlung von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten (groß- und nicht großflächig) ausgeschlossen werden. Die hier vorhandenen Betriebe genießen Bestandsschutz. In **sonstigen integrierten Lagen** sollten großflächige Betriebe unabhängig von den geführten Sortimenten **nicht angesiedelt werden**. Auch kleinflächige Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollten nicht in sonstigen integrierten Standorten neu angesiedelt werden, da diese zu einer Belebung der Innenstadt beitragen und deshalb funktional betrachtet hierhin gehören.

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten ist eine ergänzende Regelung hinsichtlich der zentrenrelevanten Randsortimente bei großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zu empfehlen. Dies bezieht sich z. B. auf Kernsortimente Möbel-, Bau- und Gartenmärkte, deren zentrenrelevante Randsortimente auf maximal 10 % der realisierten Gesamtverkaufsfläche eines Vorhabens bzw. eines Betriebes und höchstens 800 m² Verkaufsfläche begrenzt werden sollte.

Bestehende Betriebe genießen grundsätzlich Bestandsschutz. Falls Erweiterungen angestrebt werden, müssen diese den rechtlichen Vorgaben entsprechen. Die Vorhaben müssen überprüft werden.

5. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept wurde in Abstimmung mit der Stadt Meppen erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit dieser informellen Planung herzustellen, sollte das Konzept durch den Stadtrat als Teil einer städtebaulichen Planung nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB beschlossen werden. Damit ist das Einzelhandelskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen.

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

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

V. Fazit der Untersuchung

Die wesentlichen Ergebnisse der Untersuchung lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- /// Der **Einzelhandel** umfasst insgesamt 255 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 125.100 m². Der Angebotsschwerpunkt liegt im periodischen Bedarf sowie in den aperiodischen Sortimenten Hausrat, Einrichtung, Möbel und Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf.
- /// Der überwiegende Anteil der Wohngebiete in der Meppener Kernstadt weist eine fußläufige Erreichbarkeit an einen **Lebensmittelmarkt** auf. Vereinzelt treten im südlichen Bereich der Kernstadt im Stadtteil Kuhweide sowie entlang des Helder Damms räumliche Versorgungslücken auf. Diese Bereiche sind überwiegend durch aufgelockerte Einfamilienhausbebauung gekennzeichnet, die Bewohner weisen eine Einkaufsorientierung v. a. auf die Lebensmittelstandorte in der Fürstenberg sowie im Gewerbegebiet Nödike auf. Der Edeka-Markt in der Esterfelder Stiege, der K+K in der Haselünner Straße, der Lebensmitteldiscounter Lidl in der Versener Straße und Aldi in der Grabbeustraße weisen den stärksten Wohngebietsbezug auf. Vereinzelt weisen die Lebensmittelmärkte in Meppen jedoch Modernisierungsbedarf auf. Insbesondere ist hier der Edeka-Markt in der Esterfelder Stiege zu nennen, der eine vergleichsweise kleine Verkaufsfläche aufweist. Aufgrund seiner zentralen Lage innerhalb des Wohngebietes Esterfeld ist die Bestandssicherung von Edeka anzustreben. Im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes wurde die Versorgungsbedeutung des Marktes überprüft. Es handelt sich um einen reinen Nahversorger, d.h. um einen nicht raumbedeutsamen Einzelhandelsbetrieb. Eine Erweiterung und Modernisierung des Marktes ist zu empfehlen.
- /// Mit Blick auf die Vorgaben des LROP wurde der vom Landkreis Emsland abgegrenzte Kongruenzraum übernommen. Für die Beurteilung großflächiger Einzelhandelsbetriebe ist der raumordnerisch festgelegte Kongruenzraum zu berücksichtigen. Der grundzentrale Kongruenzraum (=Versorgung im periodischen Segment) bleibt auf Meppen begrenzt. Der mittelzentrale Kongruenzraum umfasst in der Zone I neben Meppen die Städte und Gemeinden Oberlangen, Haren (Ems), Twist, Geeste, Haselünne, Dohren, Herzlake, Groß Berßen, Klein Berßen, Hüven, Lahn, Sögel und Stavern. Die weiter entfernt liegende Gemeinde Lähden wird der Zone II zugeordnet und die Gemeinden Fresenburg, Niederlangen und Lathen der Zone III. Sustrum, Werpeloh, Spahnharrenstätte und Werlte werden der Zone IV des Kongruenzraums zugeordnet. Gemäß des Vorschlages des Landkreises Emsland ist jedoch zu berücksichtigen, dass die Einwohner in den Gemeinden in Zone II, III und IV z. T. eine Mehrfachorientierung aufweisen. Demnach ist anzunehmen, dass sich in Zone II maximal 80 %, in Zone III rd. 75 % und in Zone IV rd. 50 % der vorhandenen Kaufkraft auf den Einzelhandel in Meppen bezieht und der restliche Anteil der Kaufkraft an andere Einzelhandelsstandorte

(z. B. Cloppenburg) fließt. Aufgrund dessen wird auch die hier vorhandene Einwohnerzahl dementsprechend gewichtet und beläuft sich für das gesamte Marktgebiet auf rd. 136.870 Einwohner.

- Als **zentrale Versorgungsbereiche** in der Stadt Meppen werden neben dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt (Hauptzentrum) die Nahversorgungszentren Marienstraße / Schullendamm, Haselünner Straße und Fürstenbergstraße abgegrenzt.
 - Die **Innenstadt** stellt hierbei den Bereich mit der höchsten Nutzungsmischung, Angebotsvielfalt und Zahl der Einzelhandelsbetriebe dar. Der Angebotsschwerpunkt liegt in der innerstädtischen Leitbranche Bekleidung, Schuhe, Sport, wobei auch im periodischen Bedarf verschiedene größere Anbieter im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren in der Innenstadt ansässig sind.
 - Die **Nahversorgungszentren** übernehmen aufgrund des Vorhandenseins von größeren Lebensmittelmärkten eine wesentliche Versorgungsfunktion für die umliegenden Wohngebiete. Für die Nahversorgungszentren sollte die Bestandssicherung und -ergänzung im periodischen Bedarf im Vordergrund stehen.
- Die Ansiedlung von nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel sollte in den dezentralen Standortlagen ausgeschlossen werden. Vorrang der Entwicklung haben hier v. a. der zentrale Versorgungsbereich der Innenstadt sowie in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten die Nahversorgungszentren.

Verzeichnisse	Seite
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes in Deutschland	8
Abbildung 2: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2001 – 2016	8
Abbildung 3: Entwicklung der Onlineumsätze in Deutschland	9
Abbildung 4: Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers	11
Abbildung 5: Beschäftigtenbesatz der Stadt Meppen im Vergleich	22
Abbildung 6: Einzelhandelszentralität ausgewählter Warengruppen	30
Abbildung 7: Verteilung der Sortimente in Meppen nach Lagekategorien	34
Fotoverzeichnis	
Foto 1: Historischer Stadtkern	40
Foto 2: Meppener Einkaufspassage (MEP)	40
Foto 3: Marienstraße	44
Foto 4: Vollmer / K+K-Markt	44
Foto 5: Haselünner Straße	46
Foto 6: Einfahrt zum K+K-Markt	46
Foto 7: Aldi-Markt	48
Foto 8: Hagebaumarkt	48
Foto 9: Albers – Der Einrichtungsdiscouter	56
Foto 10: toom Bau- und Gartenmarkt	56
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage im Raum und zentralörtliche Funktion	21
Karte 2: Fußläufiges Einzugsgebiet der Lebensmittelmärkte	26
Karte 3: Vorläufiger Mittelzentraler Kongruenzraum der Stadt Meppen	28
Karte 4: Zentren- und Standortstruktur in Meppen	39
Karte 5: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	41
Karte 6: Nahversorgungszentrum Marienstraße / Schullendamm	45
Karte 7: Nahversorgungszentrum Haselünner Straße	47
Karte 8: Nahversorgungszentrum Fürstenbergstraße	49

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	GMA-Branchensystematik	7
Tabelle 2:	Einwohnerentwicklung der Stadt Meppen im Vergleich	20
Tabelle 3:	Wanderungssaldo und natürliche Bevölkerungsbilanz	22
Tabelle 4:	Ein- / Auspendlersaldo von Meppen im Vergleich	22
Tabelle 5:	Einzelhandelsbestand der Gemeinde Meppen	23
Tabelle 6:	Anzahl der Einwohner im fußläufigen Einzugsgebiet	25
Tabelle 7:	Kaufkraft in Mio. € im mittelzentralen Kongruenzraum	29
Tabelle 8:	Kriterien zur Bewertung der Zentrenrelevanz von Sortimenten	33
Tabelle 9:	Sortimentsliste des Einzelhandels von Meppen	35