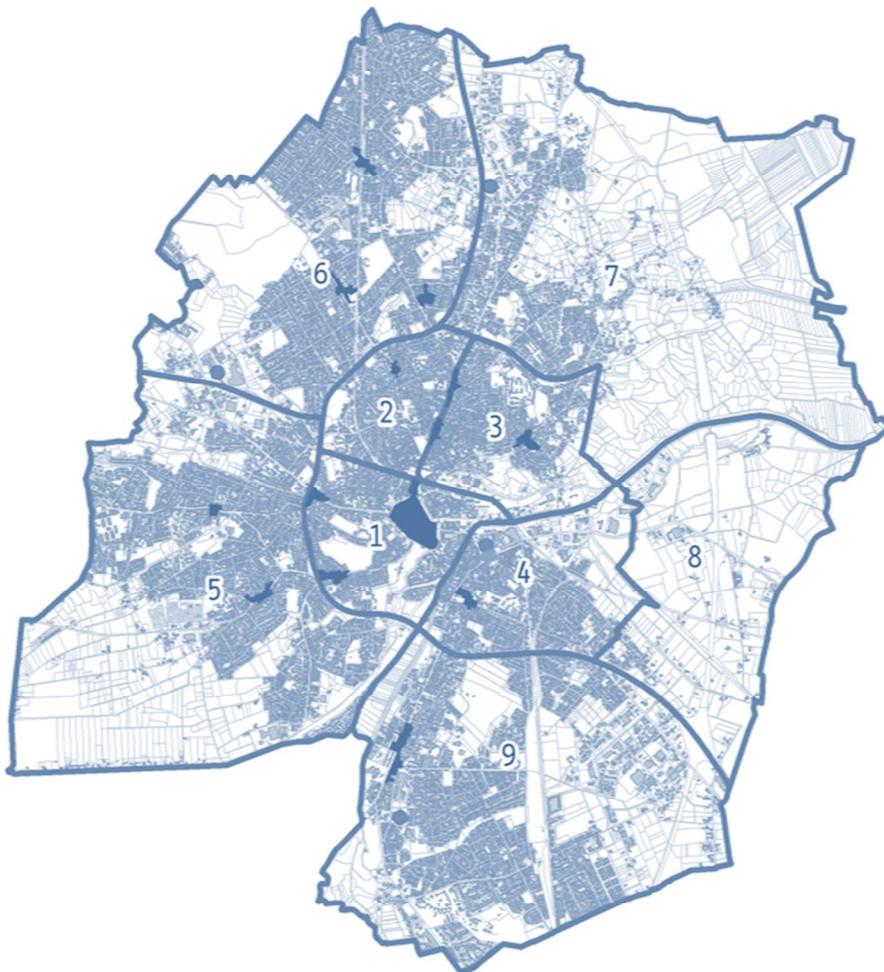




Dr. Donato Acocella
Stadt- und Regionalentwicklung

Gutachten zur Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes der Stadt Oldenburg (i. O.)

Abgewogener Bericht



Teichstraße 14 ▪ 79539 Lörrach ▪ T 07621 91550-0 ▪ F 07621 91550-29
Arndtstraße 10 ▪ 44135 Dortmund ▪ T 0231 534555-0 ▪ F 0231 534555-29
Peter-Vischer-Straße 17 ▪ 90403 Nürnberg ▪ T 0911 817676-42 ▪ F 0911 817676-43
info@dr-acocella.de ▪ www.dr-acocella.de

Bearbeiter:

Dr. rer.pol. D. Acocella

Dipl.-Ing. Yvonne Bleidorn

Dr. rer.pol. Urs Christoph Fürst

Marthe Schwarz, M.Sc. Raumplanung

Lörrach/ Dortmund, 22.06.2015

INHALTSVERZEICHNIS:

1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG	1
2. RAHMENBEDINGUNGEN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG - PLANUNGSRECHTLICHE VORGABEN	3
2.1 HANDESENDogene UND -EXogene FAKTOREN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG	4
2.2 STÄDTEBAULICHE WIRKUNGEN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG.....	7
2.3 EINZELHANDESENTWICKLUNGSKONZEPT ALS RÄUMLICHES STEUERUNGsinSTRUMENT.....	9
2.4 LANDESPLANERISCHE UND REGIONALE ZIELE.....	9
2.5 PLANUNGSRECHTLICHER RAHMEN FÜR DAS EINZELHANDESENTWICKLUNGSKONZEPT	11
2.5.1 Zentraler Versorgungsbereich (ZVB)	11
2.5.2 Sortimentsliste.....	12
2.5.3 Steuerungsmöglichkeiten.....	13
3. PROZESSBEGLEITUNG DURCH ARBEITSGRUPPE	18
4. GESAMTSTÄDTISCHE EINZELHANDELSsituation UND ENTWICKLUNG EINER GESAMTSTÄDTISCHEN EINZELHANDELSKONZEPTION	19
4.1 METHODISCHES VORGEHEN	19
4.2 EINZELHANDELSANGEBOT	20
4.2.1 Gesamtstädtisches Einzelhandelsangebot	22
4.2.2 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes vor dem Hintergrund der Nachfrage: Bindungsquoten	26
4.2.3 Angebot nach Standorttypen	31
4.2.4 Nahversorgungssituation.....	35
4.2.4.1 Bindungsquoten im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel auf Ebene der Stadtbezirke	36
4.2.4.2 Struktur der Lebensmittelbetriebe.....	36
4.2.4.3 Einzelhandelsangebot in den zentralen Versorgungsbereichen und Einzelhandelskonzentrationen	42
5. VORSCHLAG FÜR EINEN ZIELKATALOG DES EINZELHANDESENTWICKLUNGSKONZEPTES DER STADT OLDENBURG	44
6. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENSPIELRAUMS IN OLDENBURG	49
6.1 METHODISCHES VORGEHEN	49
6.1.1 Annahmen zur Entwicklung der Nachfrage	50
6.1.2 Annahmen zur Entwicklung der Angebotsseite	53
6.2 PROGNOSEERGNisse	57
6.2.1 Entwicklungsspielräume insgesamt.....	57
6.2.2 Entwicklungsspielräume nach Zentrenrelevanz: Räumliche Verteilung des nachfrageseitigen Entwicklungsspielraums	62
6.3 FAZIT VERKAUFSFLÄCHENPROGNOSE	64
7. MAßNAHMENKONZEPT ZUR STÄRKUNG DER ZENTREN UND DES EINZELHANDELS IN DER STADT OLDENBURG	65
7.1 VORSCHLAG FÜR EINE SORTIMENTSListE	66
7.1.1 Kriterien.....	66
7.1.2 Räumliche Verteilung der Sortimente in Oldenburg	67



7.1.3	Vorschlag für eine Sortimentsliste	71
7.2	PERSPEKTIVISCHE ZENTRENHIERARCHIE	73
7.3	GRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDELSENTWICKLUNG	78
7.3.1	Umgang mit zentrenrelevantem Einzelhandel	81
7.3.2	Umgang mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel	82
7.3.3	Entwicklungsoptionen für Industrie- und Gewerbegebiete	85
7.3.4	Maßnahmenvorschläge zur Nahversorgung	86
7.4	STÄRKEN-SCHWÄCHEN, ABGRENZUNG UND PERSPEKTIVEN DER ZENTRALEN VERSORGBEREICHE	89
7.4.1	Innenstadt	89
7.4.2	Alexanderstraße Süd	95
7.4.3	Alexanderstraße Nord	98
7.4.4	Bloherfelde Ost	101
7.4.5	Cloppenburger Straße	103
7.4.6	Donnerschweer Straße	108
7.4.7	Edewechter Landstraße	111
7.4.8	Hauptstraße Eversten	114
7.4.9	Nadorster Straße Süd	117
7.4.10	Nadorster Straße Nord	120
7.4.11	Osternburger Markt	123
7.4.12	Scheideweg/ Eßkamp	126
7.4.13	Westkreuz	128
7.5	SONDERFALL ENTWICKLUNGSPERSPEKTIVEN OFENERDIEK	130
7.6	STÄRKEN-SCHWÄCHEN, ABGRENZUNG UND PERSPEKTIVEN DER INTEGRIERTEN NAHVERSORGBESTANDORTE	133
7.6.1	Nahversorgungsstandort Bloherfelde West	133
7.6.2	Nahversorgungsstandort Hundsmühler Straße Nord	136
7.6.3	Nahversorgungsstandort Hundsmühler Straße Süd	138
7.6.4	Nahversorgungsstandort Kreyen-Centrum	140
7.6.5	Nahversorgungsstandort Stedinger Straße	143
7.7	FACHMARKTZENTREN (FMZ)	143
7.7.1	Fachmarktzentrum Wechloy - Typ F	146
7.7.2	Fachmarktzentrum Stubbenweg- Typ F	147
7.7.3	Fachmarktzentrum Emsstraße (Maco) - Typ F	148
7.7.4	Fachmarktzentrum KaufParkKreyenbrück - Typ F	151
8.	VORGEHENSWEISE ZUR UMSETZUNG	152
8.1	BETEILIGUNG DER ÖFFENTLICHKEIT	152
8.2	FESTLEGEN EINER SORTIMENTSLISTE	153
8.3	FESTLEGEN VON GEBIETEN, IN DENEN ALLE SORTIMENTE BZW. NUR NICHT ZENTRENRELEVANTE SORTIMENTE ZULÄSSIG SEIN SOLLTEN - AUCH GROßFLÄCHIG	153
8.4	HANDLUNGSLEITFADEN ZUR BAULEITPLANERISCHEN UMSETZUNG DER ZIELVORSTELLUNGEN	157
ANHANG	159
GLOSSAR	165



ABBILDUNGSVERZEICHNIS:

Abb. 1:	Marktanteil des Online-Anteils am Einzelhandel nach Warengruppe 2012.....	6
Abb. 2:	Betriebsgrößenklassen	24
Abb. 3:	Betriebsgrößenklassen Gesamtstadt und zentraler Versorgungsbereich Innenstadt.....	25
Abb. 4:	Bindungsquoten nach Stadtbezirken	27
Abb. 5:	Bindungsquoten in der Stadt Oldenburg nach Sortimenten	28
Abb. 6:	Unechte Bindungsquoten zentraler Versorgungsbereich Innenstadt.....	29
Abb. 7:	Einzelhandelsangebot nach Lage.....	31
Abb. 8:	Einzelhandelsstruktur nach Lage	34
Abb. 9:	Verkaufsflächen nach Sortimenten und Lagen	35
Abb. 10:	Bindungsquoten im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel in den Stadtbezirken.....	36
Abb. 11:	Einwohnerentwicklung in Oldenburg 2005 bis 2011 bzw. 2012 (tatsächliche Entwicklung) und 2008 bis 2030 (Prognosewerte).....	51
Abb. 12:	Bindungsquoten in Oldenburg nach Sortimenten 2012 und für 2025 angesetzte Mindestwerte für die Entwicklungsprognose.....	55
Abb. 13:	Verkaufsflächenverteilung zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen.....	69
Abb. 14:	Verkaufsflächenverteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen.....	70

TABELLENVERZEICHNIS:

Tab. 1:	Entwicklung des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Oldenburg gegenüber 1993.....	20
Tab. 2:	Entwicklung des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Oldenburg gegenüber 2007.....	21
Tab. 3:	Einzelhandelsangebot - Verkaufsfläche (auf 25 qm gerundet) und Umsatz	23
Tab. 4:	Zuordnung Stadtteile zu Stadtbezirken in Oldenburg.....	26
Tab. 5:	Annahmen zu Nachfrageentwicklung und Kaufkraftpotenzial im Überblick	53
Tab. 6:	Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Entwicklungsprognose - Angaben in qm, auf 100 qm gerundet.....	58
Tab. 7:	Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Wettbewerbsprognose - Angaben in qm, auf 100 qm gerundet.....	60
Tab. 8:	Vorschlag für eine aktualisierte Oldenburger Sortimentsliste.....	72
Tab. 9:	Klassifikation der Zentrenhierarchie in der Stadt Oldenburg.....	75
Tab. 10:	Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung	80
Tab. 11:	Standortanforderungen Lebensmittelbetriebe nach Betriebstypen	87
Tab. 12:	Einzelhandelsangebot Innenstadt	91
Tab. 13:	Einzelhandelsangebot Alexanderstraße Süd.....	96
Tab. 14:	Einzelhandelsangebot Alexanderstraße Nord	99
Tab. 15:	Einzelhandelsangebot Bloherfelde Ost	102
Tab. 16:	Einzelhandelsangebot Cloppenburger Straße.....	105
Tab. 17:	Einzelhandelsangebot Donnerschweer Straße	109



Tab. 18:	Einzelhandelsangebot Edewechter Landstraße	112
Tab. 19:	Einzelhandelsangebot Hauptstraße Eversten	115
Tab. 20:	Einzelhandelsangebot Nadorster Straße Süd	118
Tab. 21:	Einzelhandelsangebot Nadorster Straße Nord	121
Tab. 22:	Einzelhandelsangebot Osternburger Markt	124
Tab. 23:	Einzelhandelsangebot Scheideweg/ Eßkamp.....	127
Tab. 24:	Einzelhandelsangebot Westkreuz	129
Tab. 25:	Einzelhandelsangebot Bloherfelde West.....	134
Tab. 26:	Einzelhandelsangebot Hundsmühler Straße Nord	137
Tab. 27:	Einzelhandelsangebot Hundsmühler Straße Süd	139
Tab. 28:	Einzelhandelsangebot Kreyen-Centrum.....	141
Tab. A - 1:	Einzelhandelsangebot in Oldenburg nach Standortlagen: Verkaufsflächen (auf 25 qm gerundet)	159
Tab. A - 2:	Einzelhandelsangebot in Oldenburg nach Standortlagen: Umsätze in Mio. €	160
Tab. A - 3:	Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2015 und 2025 in Mio. €	161
Tab. A - 4:	Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Status-quo- Prognose - Angaben in qm, auf 100 qm gerundet.....	162
Tab. A - 5:	Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Entwicklungsprognose mit Abgängen - Angaben in qm, auf 100 qm gerundet	163
Tab. A - 6:	Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Wettbewerbsprognose mit Abgängen - Angaben in qm, auf 100 qm gerundet	164

KARTENVERZEICHNIS:

Karte 1:	Einzelhandelsangebot nach Lage	32
Karte 2:	Einzelhandelsangebot nach Lage - zentrenrelevante Sortimente	33
Karte 3:	Verteilung der Nahversorgungsbetriebe	37
Karte 4:	Verteilung der Nahversorgungsbetriebe und unterversorgte Bereiche ...	38
Karte 5:	Verteilung der Nahversorgungsbetriebe und rechnerische Versorgungsbereiche.....	39
Karte 6:	Nahversorgter Einwohneranteil in den Unterbezirken.....	40
Karte 7:	Nahversorgter Einwohneranteil in den Unterbezirken in Relation zur Einwohnerzahl	41
Karte 8:	Vergleich der Zentrenhierarchie	74
Karte 9:	Perspektivische Zentrenhierarchie 2015	76
Karte 10:	Innenstadt Oldenburg - Typ A	90
Karte 11:	Alexanderstraße Süd - Typ C.....	95
Karte 12:	Alexanderstraße Nord - Typ C	98
Karte 13:	Bloherfelde Ost - Typ C	101
Karte 14:	Cloppenburger Straße - Typ C.....	104
Karte 15:	Donnerschweer Straße - Typ C	108
Karte 16:	Edewechter Landstraße - Typ C	111
Karte 17:	Hauptstraße Eversten - Typ B	114



Karte 18:	Nadorster Straße Süd - Typ B	117
Karte 19:	Nadorster Straße Nord - Typ C.....	120
Karte 20:	Osternburger Markt - Typ C	123
Karte 21:	Scheideweg/ Eßkamp - Typ C.....	126
Karte 22:	Westkreuz - Typ C	128
Karte 23:	Ofenerdiek - Typ B (bestehende Abgrenzung)	131
Karte 24:	Schwächen im zentralen Versorgungsbereich Ofenerdiek.....	132
Karte 25:	Bloherfelde West - Typ D.....	133
Karte 26:	Hundsmühler Straße Nord - Typ D	136
Karte 27:	Hundsmühler Straße Süd - Typ D	139
Karte 28:	Kreyen-Centrum - Typ D.....	141
Karte 29:	Nicht integrierte Fachmarktzentren in Oldenburg	144
Karte 30:	Fachmarktzentrum Wechloy - Typ F.....	146
Karte 31:	Fachmarktzentrum Stubbenweg - Typ F	147
Karte 32:	Stedinger Straße - Typ D.....	149
Karte 33:	Fachmarktzentrum Emsstraße (Maco) - Typ F.....	150
Karte 34:	Fachmarktzentrum KaufParkKreyenbrück - Typ F	151

FOTOVERZEICHNIS:

Foto 1:	funktionale Dichte Achternstraße.....	91
Foto 2:	integriertes Einkaufszentrum Schlosshöfe	91
Foto 3:	inhabergeführte Geschäfte	91
Foto 4:	Filialisten	91
Foto 5:	Geschäftsschließung.....	91
Foto 6:	mangelnde Frequenz.....	91
Foto 7:	Nahversorgungsangebot.....	96
Foto 8:	Straße als Barriere.....	96
Foto 9:	Nahversorgung.....	99
Foto 10:	ergänzende Funktionen.....	99
Foto 11:	sanierungsbedürftige Bausubstanz	99
Foto 12:	stark abfallende Dichte	99
Foto 13:	kompakte Gebäudetypologie	102
Foto 14:	langfristiger, überörtlicher Bedarf.....	102
Foto 15:	Kreuzung als Barriere	102
Foto 16:	städtebaulich nicht eingebunden.....	102
Foto 17:	eingebundener Supermarkt - Nord.....	105
Foto 18:	ergänzende Funktionen - Nord	105
Foto 19:	Nahversorgung - Süd	106
Foto 20:	Potenzialfläche - Süd	106
Foto 21:	Straße als Barriere - Nord	106
Foto 22:	funktionaler Bruch - Süd	106
Foto 23:	funktionales Stadtteilzentrum.....	109
Foto 24:	Supermärkte in Einfach-Bauweise	109
Foto 25:	viele Leerstände	110



Foto 26:	funktionaler Bruch	110
Foto 27:	Lebensmitteleinzelhandel	112
Foto 28:	mittelfristiger, überörtlicher Bedarf	112
Foto 29:	hohe funktionale Dichte	115
Foto 30:	attraktiver öffentlicher Raum	115
Foto 31:	Vergnügungsstätten.....	116
Foto 32:	verkehrliche Zäsur	116
Foto 33:	wichtiger Frequenzbringer.....	118
Foto 34:	hohe funktionale Dichte	118
Foto 35:	Leerstand	119
Foto 36:	Sanierungsbedarf	119
Foto 37:	hohe funktionale Dichte	121
Foto 38:	positive Entwicklung	121
Foto 39:	Außengastronomie am Platz	124
Foto 40:	beginnender Trading-Down-Prozess	124
Foto 41:	kleinteilige Versorgung.....	129
Foto 42:	Einkaufszentrum	129
Foto 43:	Verkehrliche Zäsur.....	129
Foto 44:	fehlende Verbindung	129
Foto 45:	Nahversorgung.....	134
Foto 46:	zentraler Platz- Wochenmarkt	134
Foto 47:	Kreuzung als Barriere	134
Foto 48:	geringe Frequenz.....	134
Foto 49:	Nahversorgung in 2. Reihe.....	137
Foto 50:	ergänzende Dienstleistung	137
Foto 51:	Nahversorgungsangebot.....	140
Foto 52:	funktionale Einfach-Bauweise	140
Foto 53:	städtebaulich Eingebunden	142
Foto 54:	Nahversorgungsangebot.....	142
Foto 55:	Leerstand	142
Foto 56:	fehlende Verbindung	142
Foto 57:	Fachmarktzentrum Wechloy	147
Foto 58:	umliegende Ansiedlungen	147
Foto 59:	funktionale Einfach-Bauweise	148
Foto 60:	ausschließlich autokundenorientiert	148
Foto 61:	funktionale Einfach-Bauweise	150
Foto 62:	städtebaulich nicht eingebunden.....	150
Foto 63:	funktionale Einfach-Bauweise	151
Foto 64:	kleinteilige Ladenzeile.....	151



Abkürzungsverzeichnis:

a.a.O.	am angeführten Ort
Abb.	Abbildung
Az.	Aktenzeichen
BauGB	Baugesetzbuch
BauNVO	Baunutzungsverordnung
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
bzw.	beziehungsweise
d.h.	das heißt
div.	diverse
EAGBAU	Europarechtsanpassungsgesetz Bau
et.al.	et alii (und andere)
EHI	EHI Retail Institut e.V.
EZB	Europäische Zentralbank
FMZ	Fachmarktzentrum
FNP	Flächennutzungsplan
FOC	Factory Outlet Center
GPK	Glas Porzellan Keramik
ggf.	gegebenenfalls
i.d.F.	in der Fassung
i.d.R.	in der Regel
i.e.S.	im engeren Sinne
IfH.	Institut für Handelsforschung
i.S.	im Sinne
Kap.	Kapitel
Kfz.	Kraftfahrzeug
LROP	Landesraumordnungsprogramm
LKW	Lastkraftwagen
Mio.	Millionen
MI-Gebiet	Mischgebiet
Mrd.	Milliarden
NDS.	Niedersächsisches
Nov.	Novelle



Nr.	Nummer
NRW.	Nordrhein-Westfalen
o.ä.	oder ähnliches
o.g.	oben genannte
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
OVG	Oberverwaltungsgericht
PBS	Papier Büro Schreibwaren
PKW	Personenkraftwagen
qm	Quadratmeter
rd.	rund
RROP	Regionales Raumordnungsprogramm
Tab.	Tabelle
UEC	Urban Entertainment Center
u.E.	unseres Erachtens
u.U.	unter Umständen
usw.	und so weiter
v.a.	vor allem
Var.	Variante
VG	Verwaltungsgericht
VGH	Verwaltungsgerichtshof
vgl.	vergleiche
VKF	Verkaufsfläche
z.B.	zum Beispiel
ZB	zentraler Bereich
z.T.	zum Teil
ZVB	zentraler Versorgungsbereich



1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG

Die Stadt Oldenburg (Oldb.) (rd. 160.000 Einwohner¹) liegt im Nordwesten des Landes Niedersachsen in rd. 50 km Entfernung zu den Oberzentren Bremen und Wilhelmshaven. Die Stadt Oldenburg nimmt als Oberzentrum des überwiegend ländlich geprägten Oldenburger Landes und Teil der europäischen Metropolregion Bremen/Oldenburg eine bedeutende Stellung ein, wobei dem Einzelhandel in Oldenburg auch eine wesentliche funktionale Bedeutung für die gesamte Region zukommt.

Über die Bundesautobahnen (A 28 und A 29) sowie die Bahnstrecken ist die Stadt Oldenburg hervorragend an das überörtliche Verkehrsnetz und somit an Bremen, Wilhelmshaven und Osnabrück angeschlossen. Oldenburg gliedert sich in neun Stadtbezirke, die sich wiederum in 34 Stadtteile aufteilen. Insgesamt ist der Siedlungsbereich der Gesamtstadt als relativ kompakt zu bezeichnen.

Die Stadt Oldenburg muss sich, wie viele andere Städte auch, mit den sich ständig verändernden Rahmenbedingungen im Einzelhandel auseinandersetzen. Dabei soll das Einzelhandelsentwicklungskonzept nicht nur eine Argumentations- und Entscheidungshilfe für isolierte Einzelprojekte darstellen, sondern anhand von klar definierten Zielen und Grundsätzen eine rasche grundsätzliche Bewertung zukünftiger Anfragen im Kontext der Stadtentwicklung ermöglichen.

Die Stadt Oldenburg ist bestrebt, die Entwicklung des Einzelhandels aktiv zu steuern und hat dies bereits in der Vergangenheit durch das Einzelhandelsentwicklungskonzept (EEK) aus dem Jahr 1998, durch die ergänzenden Leitlinien zur Entwicklung des Einzelhandels aus dem Jahr 2003 sowie durch den Beschluss des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes 2007 gezeigt. Die Stadt Oldenburg will nun auch auf die aktuellen und künftigen Strukturveränderungen vorbereitet sein und weiterhin eine aktive Steuerungspolitik verfolgen.

Die Aussagekraft des Datenbestandes aus dem Jahr 2006 ist nicht mehr aktuell und dürfte sowohl als Bewertungsgrundlage im Einzelfall sowie auch als Begründungshintergrund für die planungsrechtliche Steuerung des Einzelhandels kaum noch verwendbar sein. Mit einer Aktualisierung des Datenbestandes geht dabei auch eine Überprüfung der bisherigen Zielsetzungen und Lösungsstrategien einher.

Neben der Berücksichtigung der aktuellen planungsrechtlichen Anforderungen an ein Einzelhandelskonzept werden zunächst die allgemeinen Trends in der Einzelhandelsentwicklung dargestellt (vgl. Kap. 2).

¹ Statistisches Landesamt Niedersachsen, Stand 30.09.2012



Anschließend erfolgt eine Betrachtung der gesamstädtischen Einzelhandelssituation (vgl. Kap. 3). Dabei werden folgende Fragestellungen berücksichtigt:

- Inwieweit wird der Einzelhandel der zentralörtlichen Funktion der Stadt Oldenburg als Oberzentrum gerecht? Wie hat sich die Versorgungsfunktion in den vergangenen fünf Jahren verändert?
- Wie verteilt sich das Einzelhandelsangebot in der Stadt? Sind Angebotsdefizite in den Ortsteilen festzustellen? Wie ist die Versorgungsqualität einzuschätzen?
- Wie stellen sich die bestehenden Zentren im Funktionsgefüge mit anderen (nicht integrierten) Standorten auf?

Abschließend wird ein Ausblick auf die weiteren Arbeitsschritte und ihre Bedeutung für die zweite Phase der Begutachtung zur Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes der Stadt Oldenburg gegeben (vgl. Kap. 4).

Die verwendeten Fachtermini und Rechtsbegriffe werden im Glossar, das dem Bericht angehängt ist, erläutert.

Dieser Bericht beinhaltet auch die Empfehlungen zu den eingegangenen Anregungen, unabhängig davon, ob diese durch den Gutachter geteilt werden oder nicht. Von den gutachterlichen Positionen abweichende Empfehlungen werden entsprechend kenntlich gemacht.



2. RAHMENBEDINGUNGEN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG - PLANUNGSRECHTLICHE VORGABEN

Einleitend werden vergangene und in der Tendenz absehbare Trends der Einzelhandelsentwicklung unter planerischen und betriebswirtschaftlichen Aspekten näher beleuchtet. Diese Analyse der allgemeinen Einzelhandelsentwicklung ist bedeutsam, da an ihr die Folgen einer Genehmigung von Einzelhandel am "falschen Standort" ablesbar sind. Übertragen auf Oldenburg bedeutet dies, dass es einen Teil der Einzelhandelsentwicklung gibt, der nicht durch planerische Konzepte steuerbar ist und sein soll, wie z.B. die Betriebstypenentwicklung. Der steuerbare Bereich der Einzelhandelsentwicklung betrifft die Größenentwicklung und Standortbereitstellung. Eine Minimierung der negativen Folgen für die Einzelhandelsentwicklung ist möglich, wenn diese nur an den städtebaulich richtigen Standorten stattfindet. Für diese - städtebaulich begründete - räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung gibt es rechtlich zentrale Voraussetzungen, die im Anschluss daran erörtert werden.

Die gesellschaftliche Aufgabe des Einzelhandels liegt in der Versorgung der Bevölkerung mit Gütern. In jeder Stadt bzw. Gemeinde (unabhängig von ihrer zentralörtlichen Funktion) betrifft dies zunächst die Deckung der Grundversorgung, insbesondere mit Lebensmitteln. Ein Oberzentrum - als Standort mit großstädtischer Prägung - übernimmt neben der Grundversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfes auch die Versorgung mit Gütern des spezialisierten, höheren Bedarfes.

Neben der o.g. eigentlichen Aufgabe des Einzelhandels erzeugt dieser an integrierten Standorten städtische Bedingungen wie Dichte, Frequenz und Mischung. Der Einzelhandel hat eine "stadtbildende Funktion": Städtisches Leben, urbane Attraktivität und Multifunktionalität sind ohne Einzelhandel nur schwer vorstellbar. Im Zuge des Strukturwandels, und hier insbesondere der Suburbanisierung der Einzelhandelsstandorte, wurde den Zentren jedoch viel von der stadtbildenden Kraft des Einzelhandels entzogen.

Auf Grund der teilweisen Lösung des Einzelhandels von klassischen Standortfaktoren wie "Einwohnerdichte im Naheinzugsbereich" oder "hohe Passantendichte" - auch als Folge der kommunalen Ansiedlungspolitik - kam es vielerorts zu einer (Teil-)Entwertung traditioneller Einkaufsstandorte und der auf diese Standorte gerichteten infrastrukturellen Einrichtungen. Durch die Ansiedlungspolitik der Kommunen in den Außen- bzw. gewerblich geprägten Bereichen der Städte entwickelten sich neue, zum Teil er-



hebliche Nutzungskonflikte (gewerbliche Nutzung, industrielle Nutzung, Sportstätten, Einzelhandelsnutzung) und ökologische Probleme (Verkehrsaufkommen, Landschaftsverbrauch, Flächenversiegelung). Um die stadtbildprägende Kraft des Einzelhandels aufrechtzuerhalten - und darüber hinaus die Nahversorgung der gesamten Bevölkerung (auch der weniger mobilen) zu sichern -, bedarf es deshalb der gezielten Lenkung der Einzelhandelsentwicklung.

2.1 HANDELSENDogene UND -EXogene FAKTOREN DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG

Die Entwicklung des Einzelhandels wird sowohl durch die Anbieter (handelsendogene Faktoren) als auch durch die Nachfrager bzw. Konsumenten (handelsexogene Faktoren) bestimmt. Bei der Betrachtung der Wechselbeziehungen von handelsendogenen und handelsexogenen Faktoren ist jedoch festzustellen, dass der Einzelhandel nicht vorrangig auf die Bedürfnisse der Nachfrager reagiert, sondern dass die verschiedenen Entwicklungen im Einzelhandel primär durch diesen selbst verursacht/ bestimmt werden.

Handelsendogene Faktoren

- **Betriebstypenentwicklung:** Die Betriebstypenentwicklung als Folge des stetigen Bestrebens der Handelskonzerne Kostenstrukturen zu optimieren, ist in hohem Maße mit einem Anstieg der durchschnittlichen Verkaufsfläche und einer kontinuierlichen Abnahme kleiner(er) inhabergeführter Fachgeschäfte verbunden. Problematisch ist dies vor allem, weil ein Großteil der neueren Betriebstypen häufig außerhalb gewachsener städtischer Strukturen angesiedelt wird und somit zur Auflösung der vorhandenen städtischen Funktionen und der Nutzungsvielfalt beiträgt. Der aus betriebswirtschaftlichen Effizienzgründen erfolgte Anstieg der Verkaufsfläche je Betrieb erschwert häufig die Integration der neuen Betriebstypen in die gewachsenen Strukturen der Zentren, wodurch die Multifunktionalität des Handels abhanden kommen kann.
- **Standortdynamik:** Die Betriebstypendynamik führt(e) - teilweise gemeinsam mit den Trends auf Seiten der Konsumenten - auch zu geänderten Standortanforderungen hinsichtlich Verkehrsanbindung, Grundstücks-/ Mietpreis etc. Die Funktionsmischung großer Einzelhandelsstandorte an der Peripherie trägt zu ihrer Standortattraktivität und zu einer erhöhten Konkurrenzsituation mit den Innenstädten und größeren Stadtteilzentren bei, wodurch für diese Entwicklungshemmnisse entstehen (können).



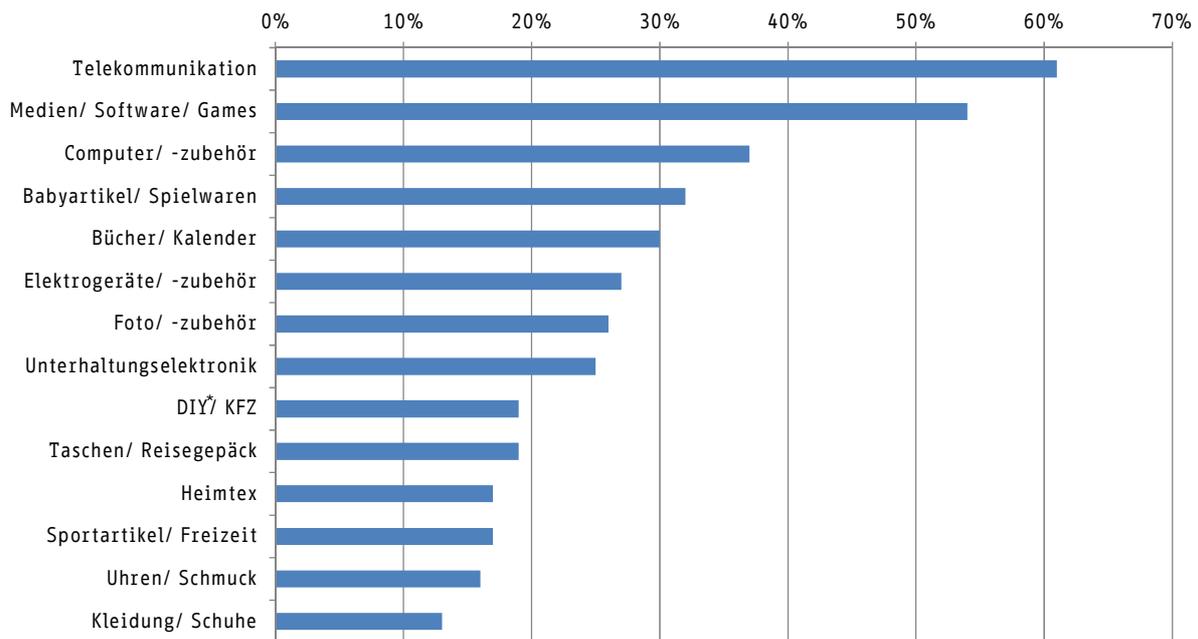
- **Sortimentspolitik:** Daneben verändern sich auch die einzelnen Betriebstypen selbst, z.B. im Hinblick auf ihr Warensortiment. Die klassische Branchenaufteilung bricht dadurch langsam auf, so dass mittlerweile nicht nur Warenhäuser als Mehrbranchenanbieter angesehen werden können. Baumärkte oder Lebensmittelbetriebe führen auf sog. Aktionsflächen Sortimente, die von der für diese (ursprünglichen) Betriebsarten üblichen Sortimentsstrukturierung erheblich abweichen. Diese Sortimente stehen oftmals in Konkurrenz zu den entsprechenden Angeboten der Innenstädte und sonstigen Zentren.
- **Neue Betriebsformen:** Neue, meist groß dimensionierte Betriebstypen wie Factory Outlet Center (FOC) und Urban Entertainment Center (UEC) stellen auf Grund ihrer auf innerstädtische Leitsortimente ausgerichteten Angebotsstruktur eine weitere Konkurrenz für höherstufige Zentren dar. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass diese Betriebstypen angesichts der jeweils erforderlichen Einzugsbereiche nur begrenzte Entwicklungspotenziale aufweisen.

Weiterhin steigt der Umsatzanteil des Online-Handels insbesondere in einigen zentrenrelevanten/ -prägenden Sortimenten (z.B. Bücher, Medien) kontinuierlich an, während der klassische Versandhandel stetig an Bedeutung verliert. Insgesamt belief sich der einzelhandelsrelevante Umsatz von E-Commerce und Versandhandel im Jahr 2013 auf rd. 48,3 Mrd. €². Dies entspricht einem Anteil am Gesamteinzelhandel von rd. 11%; im Jahr 2012 lag dieser Anteilswert noch bei rd. 9% und im Jahr 2011 bei rd. 8%. Differenziert betrachtet entfielen 2013 rd. 39,1 Mrd. € (rd. 81%) auf den Online-Handel und rd. 9,2 Mrd. € (rd. 19%) auf den klassischen Versandhandel. Sortimentsbereichsbezogen entfiel im Jahr 2013 der größte einzelhandelsrelevante Umsatz von Online-Handel und Versandhandel insgesamt mit rd. 11,6 Mrd. € auf Bekleidung, wobei der Umsatz gegenüber dem Vorjahr um rd. 10% zunahm. Auf den Rängen zwei und drei folgten Bücher und Unterhaltungselektronik/ Elektronikartikel mit rd. 5,3 Mrd. € und mit knapp 4,0 Mrd. €, was gegenüber dem Jahr 2012 Umsatzzuwächsen von rd. 29% bzw. rd. 10% entsprach. Der Marktanteil des Online-/ Versandhandels erreicht damit sortimentsbezogen spürbare Größenordnungen.

² Quelle: <http://www.bevh.org/zahlen-und-fakten>



Abb. 1: Marktanteil des Online-Anteils am Einzelhandel nach Warengruppe 2012



Quelle: HDE in www.handelsdaten.de 2014; * DIY = Do it yourself = Baumarktartikel

Zukünftig ist auf Grund der ungleichen online-Affinität/ -Kompatibilität der Produkte eine nach Sortimenten/ Sortimentsbereichen unterschiedliche Entwicklung zu erwarten, wobei - zumindest relativ betrachtet - deutlich steigende Umsatzanteile in innenstadtprägenden Sortimenten (s.o.), in nahversorgungsrelevanten Sortimenten (z.B. Drogeriewaren, Kosmetik und Parfüm sowie Lebensmittel/ Delikatessen/ Wein) sowie auch in überwiegend nicht innenstadt-/ zentrenrelevanten Sortimenten (z.B. Möbel und Dekorationsartikel sowie Heimwerkerbedarf/ Garten/ Blumen) zu verzeichnen sein werden.

Handelsexogene Faktoren

- **Einkommen:** Die veränderten Kostenbelastungen bei privaten Haushalten (z.B. Energie- und Mobilitätskosten) führen zu einem Rückgang des Anteils der einzelhandelsbezogenen Konsumausgaben am Einkommen. Zudem findet zunehmend eine Kopplung von Freizeitaktivitäten, Gastronomiebesuchen und Einkauf (Trend zum Erlebniseinkauf) statt. Dies stellt für Innenstädte und höherstufige Zentren, die sich meist durch eine hohe Multifunktionalität auszeichnen, eine Chance dar. Gleichzeitig wird hiermit die hohe Bedeutung einer Aufrechterhaltung dieser Funktionsmischung unterstrichen.
- **Mobilität:** Hohe Mobilität und Mobilitätsbereitschaft führen dazu, dass zumindest von einem Teil der Bevölkerung auch zur Grundversorgung häufig nicht wohnungs-/



wohnnah Einzelhandelsstandorte aufgesucht werden. Dies führt gleichzeitig zu einer Schwächung der Einzelhandelsstandorte an zentralen Standorten bis hin zum Wegfall der Nahversorgung im eigentlichen Sinne.

- **Konsumgewohnheiten:** Die Veränderung der Konsumgewohnheiten führt in Verbindung mit einer Veränderung der Lebensstile zu einer Neubewertung der verschiedenen Einzelhandelsstandorte. Bei Lebensmitteleinkäufen dominiert in großen Teilen der Gesellschaft das One-Stop-Shopping³, bei dem in größeren zeitlichen Abständen große Warenmengen eingekauft werden. Dagegen werden höherstufige Zentren, vor allem Innenstädte, häufig gezielt für den Einkauf spezieller Sortimente wie Bekleidung oder Schuhe aufgesucht. Ob dieses Einkaufsverhalten angesichts der deutlich steigenden Mobilitätskosten und des demographischen Wandels (s.u.) langfristig anhalten wird, darf bezweifelt werden.
- **Soziodemografische Entwicklung:** Die Einwohnerzahl in Deutschland wird auf Grund der konstant niedrigen Geburtenrate trotz anhaltender Zuwanderungen aus dem Ausland langfristig abnehmen. Hinzu kommt, dass der Anteil der älteren Menschen und die Anzahl der Single-Haushalte kontinuierlich zunehmen, während die durchschnittliche Haushaltsgröße rückläufig ist. Diese Entwicklungen haben für den Einzelhandel und speziell für die Zentren große Bedeutung, z.B. hinsichtlich der Erreichbarkeit von Grund-/ Nahversorgungseinrichtungen oder auch dem Angebot an gesunderhaltenden/ -fördernden Artikeln.

2.2 STÄDTEBAULICHE WIRKUNGEN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG

- Die Suburbanisierung der Handelsstandorte gefährdet die Rentabilität zentrenbezogener Entwicklungskonzepte sowie von **Investitionen** der öffentlichen Hand und der privaten Wirtschaft. Die fehlende wirtschaftliche Perspektive führt zum Rückzug weiterer Einzelhandelsunternehmen aus den Innenstädten und sonstigen Zentren.
- Die aus betriebswirtschaftlichen Effizienzgründen handelsseitig geforderte Mindestverkaufsfläche steigt in nahezu allen Einzelhandelsbranchen an und erschwert in Kombination mit der vorherrschenden eingeschossigen Bauweise die **Integration** der Betriebe in die gewachsenen Strukturen der Innenstädte und sonstigen Zentren. Die Multifunktionalität der Innenstädte und sonstigen höherstufigen Zentren sowie die kleinteiligen Strukturen in den zentralen Lagen insgesamt drohen abhanden zu kommen.

³ Beim One-Stop-Shopping wird davon ausgegangen, dass nur ein Ziel angesteuert wird, an dem alles erledigt wird. Klassisch ist das Shopping-Center, das mit dem Pkw angefahren wird und in dem sich die Besucher aufhalten und danach, ohne weitere Einkaufsorte anzusteuern, direkt wieder zurückgefahren wird.



- Die **wohnungsnahe Grundversorgung** ist nicht mehr garantiert. Als Folge der (durch die kommunale Ansiedlungspolitik zugelassenen) Suburbanisierung ziehen sich der Handel und auch andere Infrastruktureinrichtungen (z.B. Poststellen, Bankfilialen) aus den Wohngebieten zurück. Die durch den Konzentrationsprozess ausgelöste Erhöhung der durchschnittlichen Betriebsgröße hat letztlich größere Einzugsbereiche zur Folge. Der dadurch ausgelöste Verdrängungswettbewerb reduziert das Angebot zunehmend auf standort- und betriebstypenbezogen optimierte Betriebe: Eine fußläufige bzw. wohnortnahe Nahversorgung durch relativ kleinflächige Lebensmittelbetriebe in Wohnlagen ist wegen der Ausdünnung des Versorgungsnetzes häufig nicht mehr gewährleistet. Diese Entwicklung verläuft dabei entgegen dem für die Nahversorgung wichtigen Ziel einer "Stadt der kurzen Wege". Betroffen ist letztlich vor allem der mobilitätseingeschränkte Teil der Bevölkerung. Mit dem wachsenden Anteil älterer Menschen steigt so die Zahl potenziell unterversorgter Haushalte.
- Die **städtische Verkehrssituation** gerät in ein Spannungsfeld. Das Flächenwachstum im Handel reduziert die Möglichkeiten, die städtischen Funktionen Wohnen und Versorgung zu mischen und damit das Individualverkehrsaufkommen zu reduzieren. Die Größe des Einzugsgebiets suburbaner Einzelhandelsstandorte führt zu einem zusätzlichen Anstieg des Individualverkehrs.
- Der Boom des Online-Handels könnte insbesondere zukünftig dann zu einem zusätzlichen Verkehrsproblem, nämlich dem zunehmenden **Lieferverkehr in Wohngebieten**, führen, wenn die Möglichkeit des kostenlosen Rückversandes bestehen bleibt. In diesem Fall verursacht der Kauf eines Artikels eine Vielzahl von Fahrten.
- Der Flächenverbrauch der modernen Betriebstypen für großflächige, eingeschossige Verkaufsräume und komfortable Pkw-Stellplatzanlagen sowie die Fokussierung dieser Betriebstypen auf motorisierte Konsumenten aus einem möglichst großen Einzugsgebiet einerseits und der o.g. zusätzliche Lieferverkehr andererseits, führen zu zusätzlichen **Umweltbelastungen**.

Die aufgezeigten Probleme beeinträchtigen den in den Zentren ansässigen Einzelhandel häufiger. Erforderlich sind daher, insbesondere in höherstufigen Zentren, eine (bauliche) Aufwertung des Ambientes und eine vielfältige Funktionsmischung, um einen zentralen "Erlebnisraum" zu schaffen bzw. auszubauen.



2.3 EINZELHANDESENTWICKLUNGSKONZEPT ALS RÄUMLICHES STEUERUNGSMITTEL

Das kommunale Einzelhandelskonzept mit seinen Steuerungselementen soll die Stadt Oldenburg in die Lage versetzen, die räumliche Einzelhandelssteuerung in der Stadt entsprechend der stadtentwicklungsplanerischen Zielsetzungen zu betreiben.

Im Rahmen von (kommunalen) Einzelhandelskonzepten wird immer wieder die Frage gestellt, ob eine planerische räumliche Lenkung des Einzelhandels überhaupt rechtlich tragfähig ist⁴. Im Grundsatz ist diese Frage geklärt, denn das unregulierte Marktgeschehen verursacht - wie im vorangegangenen Kapitel anhand der skizzierten Einzelhandelsentwicklung dargelegt - negative Wirkungen auf raumordnerische und städtebauliche Zielsetzungen, die der Markt selbst nicht korrigiert bzw. korrigieren kann. Marktwirtschaftliche Einwände werden zwar immer wieder artikuliert, sind jedoch durch verschiedene Urteile verworfen worden⁵. Die Tatsache, dass Einzelhandelsansiedlungen unangemessen sein können, ergibt sich auf Grund des immer noch aktuellen städtebaulichen Leitbildes der "Europäischen Stadt" und vor allem aus dem Recht - und der Pflicht - jeder Stadt/ Gemeinde, die städtebauliche Ordnung und Entwicklung zu sichern⁶.

2.4 LANDESPLANERISCHE UND REGIONALE ZIELE

Jedes kommunale Einzelhandelskonzept - und somit auch das für die Stadt Oldenburg - unterliegt landesplanerischen sowie regionalen/ regionalplanerischen Festlegungen und Vorgaben. Im Folgenden sind daher die wesentlichen versorgungs- und einzelhandelsspezifischen Regelungen aus dem Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen aufgeführt.

In der geänderten Fassung des Landes-Raumordnungsprogramms Niedersachsen vom 21. Januar 2008⁷ befinden sich im Abschnitt 2.3 (Entwicklung der Versorgungsstrukturen) und in den Erläuterungen zum LROP zahlreiche Aussagen zur Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben:

⁴ Vgl. BVerwG: Beschluss vom 10.11.2004 Az. 4 BN 33/04.

⁵ Vgl. z.B. OVG Niedersachsen, Urteil vom 01.09.2005 Az. 12 C 107/05; OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998 Az. 7a D 108/96.NE.

⁶ Vgl. z.B. BVerwG, Urteil vom 17.09.2003 Az. 4 C 14/01. "§ 1 (3) BauGB kann Rechtsgrundlage einer gemeindlichen Erstplanungspflicht im unbeplanten Innenbereich sein".

⁷ Vgl. Verordnung zur Änderung der Verordnung über das Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen - Teil II - Vom 21. Januar 2008: 2.3 (Entwicklung der Versorgungsstrukturen).



- Großflächige Einzelhandelsvorhaben sind maßstabsgerecht zu dimensionieren, wobei sich ihre Dimension aus der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem entsprechenden Verflechtungsbereich (**Kongruenzgebot**), den vorhandenen Versorgungseinrichtungen und der innergemeindlichen Zentrenstruktur ableitet⁸.
- Nach dem **Konzentrationsgebot** sind großflächige Einzelhandelsvorhaben nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig.
- In Niedersachsen besitzt - wie auch in anderen Bundesländern - das **Integrationsgebot** Gültigkeit: Großflächige Einzelhandelsvorhaben mit zentrenrelevantem Kernsortiment sind nur an städtebaulich integrierten Standorten, d.h. in einem engen räumlichen und funktionalen Zusammenhang mit zentralen Bereichen, zulässig. Zudem sind diese großflächigen Einzelhandelsvorhaben in das ÖPNV-Netz einzubinden.
- Dabei dürfen von großflächigen Einzelhandelsvorhaben ausgehende Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung, die Funktionsfähigkeit Zentraler Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht wesentlich beeinträchtigt werden (**Beeinträchtungsverbot**).
- Einzelhandelsvorhaben mit **nicht innenstadt-/ zentrenrelevantem Kernsortiment** können hingegen auch an nicht städtebaulich integrierten Standorten angesiedelt werden, wobei der jeweilige Standort verkehrlich gut erreichbar und innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes liegen muss.
- Weiterhin ist die Verkaufsfläche für **innenstadt-/ zentrenrelevante Randsortimente** an nicht städtebaulich integrierten Standorten auf maximal 10% der Gesamtfläche bzw. 800 qm begrenzt.
- Großflächige Einzelhandelsvorhaben unterliegen grundsätzlich einem interkommunalen **Abstimmungsgebot**. Als Grundlage für regionalbedeutsame großflächige Einzelhandelsvorhaben sollen regionale Einzelhandelskonzepte erstellt werden.

⁸ Das Kongruenzgebot des Landes-Raumordnungsprogramms Niedersachsen ist nach der Entscheidung des OVG Lüneburg kein Ziel der Raumordnung und Landesplanung mehr. Aktuell befindet sich ein Änderungsentwurf des Landes-Raumordnungsprogramms Niedersachsen im Beteiligungsverfahren. Im Rahmen dieses Änderungsentwurfes wurde das Kongruenzgebot neu geregelt. Ein Beschluss des neuen Landes-Raumordnungsprogramms Niedersachsen wird voraussichtlich im Jahr 2015 erfolgen.

"Das Nds. LROP 2008 und das RROP Hannover enthalten über die genannten Merkmale hinaus keine näheren Definitionen und keine Auflistung von spezifischen Gütern der unterschiedlichen Versorgungsstufen. Sie klären nicht, ob die notwendige Differenzierung nach Sortimenten, nach Häufigkeit der Nachfrage, nach Preis oder auf welche Art sonst geschehen soll. (...) Das Kongruenzgebot der Nr. 2.3 03 Sätze 1 und 2 LROP 2008 ist damit nicht eindeutig zu handhaben und verbleibt auf der "abstrakten" Ebene der "Idee", d. h. eines der maßgeblichen Prinzipien, welche das System der Zentralen Orte mitbestimmen. In dieser Weise festgesetzt kann es jedoch nicht gehandhabt werden." vgl. OVG Lüneburg, Urteil vom 15.03.2012, 1 KN 152/10.



2.5 PLANUNGSRECHTLICHER RAHMEN FÜR DAS EINZELHANDESENTWICKLUNGSKONZEPT

Die rechtlichen Vorgaben für den Einsatz eines Einzelhandelskonzeptes betreffen u.a.

- die erforderliche Definition der zentralen Versorgungsbereiche, abgeleitet auf Basis einer Ist-Analyse und
- die Anforderungen an die Ableitung einer Sortimentsliste.

2.5.1 Zentraler Versorgungsbereich (ZVB)

Die städtebaulich begründete räumliche Steuerung des Einzelhandels ist seit langem möglich, wobei die (Einzelhandels-)Innenstadt eine besondere Rolle spielt. Durch das EAGBau 2004 und durch die Baurechtsnovelle 2007 sind die sogenannten "zentralen Versorgungsbereiche" in den Fokus der Begründung für eine städtebaulich motivierte räumliche Lenkung gerückt worden. Sie stellen bei der Bauleitplanung zu berücksichtigende Belange dar. So wurde in § 1 (6) Nr. 4 BauGB die "Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche" festgeschrieben. Hiernach können sich Gemeinden im Rahmen des gemeindenachbarlichen Abstimmungsgebotes gemäß § 2 (2) BauGB nun ausdrücklich auf Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche berufen. Des Weiteren sind nach § 34 (3) BauGB bei Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche auch außerhalb der näheren Umgebung zu beachten.

Rechtlich zentrale Voraussetzung für eine räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung, die der Sicherung und Weiterentwicklung des Einzelhandels an zentralen Standorten dienen soll, ist damit die Abgrenzung sog. zentraler Versorgungsbereiche. Nur wenn klar ist, welcher Bereich einer Stadt als zentraler Versorgungsbereich anzusehen ist, kann geprüft werden, ob dieser geschützt werden soll. Erst wenn diese räumliche Abgrenzung vorgenommen ist, ist der Nachweis zu erbringen, dass eine Sicherung und Weiterentwicklung des Stadt- bzw. Ortszentrums erreichbar ist⁹. Und nur auf diese Weise kann auch der planungsrechtliche Bezug zum Ausschluss von Einzelhandel an anderen Standorten hergestellt werden.

Nach dem Grundsatzurteil des Bundesverwaltungsgerichts (BVerwG) in dieser Sache, sind zentrale Versorgungsbereiche *"räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse*

⁹ Vgl. bereits Birk, H.J.: Der Ausschluß von Einzelhandelsbetrieben in Bebauungsplänen, in: Verwaltungsblätter für Baden-Württemberg - Zeitschrift für öffentliches Recht und öffentliche Verwaltung, 9. Jg., Heft 8, 1988, S. 288.



Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt."¹⁰ Dabei kann nach einem weiteren Urteil des BVerwG auch *"solchen Einkaufsbereichen eine Funktion als zentraler Versorgungsbereich zukommen (...), die ein im Wesentlichen fußläufig erreichbares Einzugsgebiet haben und der Nahversorgung dienen."*¹¹ Für den Einsatz eines Einzelhandelskonzeptes ist dabei von Bedeutung, dass auch eine planerische Abgrenzung vorgenommen werden kann, die nicht mit der Abgrenzung der Ist-Situation übereinstimmen muss¹².

2.5.2 Sortimentsliste

Da nicht jeder Einzelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden muss/ soll und umgekehrt bestimmte Einzelhandelsangebote in Gewerbegebieten oder in überwiegend gewerblich genutzten Gebieten ausgeschlossen werden sollen, ist ein stadtentwicklungspolitischer und städtebaurechtlicher Rahmen für eine positive Einzelhandelsentwicklung in der gesamten Stadt, insbesondere in den Zentren von Oldenburg, zu schaffen.

Für die räumliche Lenkung der Einzelhandelsentwicklung ist zu beachten, dass die Übertragung einer allgemeinen Sortimentsliste (z.B. aus dem Einzelhandelserlass) rechtlich nicht ohne weiteres zulässig ist¹³. Dies entspricht der Maßgabe und den Erkenntnissen, nach denen das Büro Dr. Acocella seit seinem Bestehen (1993) arbeitet:

*"Diese Differenzierung zwischen innenstadt- bzw. innerorts bedeutsamen oder nicht bedeutsamen Branchen kann verständlicherweise nur konkret und nur im Einzelfall bestimmt werden ..."*¹⁴.

Als Grundlage ist dafür die Einzelhandelsstruktur zu analysieren.

¹⁰ BVerwG, Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7.07.

¹¹ BVerwG, Urteil vom 17.12.2009, Az. 4 C 1.08.

¹² "Zentrale Versorgungsbereiche [...] können sich sowohl aus planerischen Festlegungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben" (BVerwG, Urteil vom 11.10.07, Az. 4 C 7/07). Aktuell zum Themenkomplex zentraler Versorgungsbereich: OVG Lüneburg, Beschluss vom 20.03.2014, Az. 1 MN 7/14 insbesondere Rn. 63 juris.

¹³ Vgl. dazu VGH Mannheim: Urteil vom 02.05.2005, Az. 8 S 1848/04, Rn 17 sowie unter Verweis hierauf Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05, Rn 42.

¹⁴ Birk (1988), a.a.O., S. 288; bestätigt z.B. durch VGH Baden-Württemberg: Urteil vom 30.01.2006, Az. 3 S 1259/05.



2.5.3 Steuerungsmöglichkeiten

Die Steuerungsmöglichkeiten der kommunalen Planungsebene sind insbesondere durch das BauGB und die BauNVO - also bundeseinheitlich - geregelt.

Durch die Aufstellung eines **Flächennutzungsplanes** (FNP)¹⁵ werden erste räumliche Darstellungen für die Zulässigkeit von Einzelhandelseinrichtungen auf der kommunalen Ebene getroffen¹⁶, die in Bebauungsplänen (§ 9 BauGB) zu konkretisieren sind.

Für die Flächen der Gebietskategorien W (Wohnbauflächen), M (gemischte Bauflächen) und G (gewerbliche Bauflächen) sind nur solche Bebauungspläne aus dem FNP zu entwickeln, in denen Einzelhandelsbetriebe zulässig sind, die keines SO (Sondergebiet) bedürfen. Die konkrete planerische Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben in Baugebieten ergibt sich jedoch erst durch die Festsetzungen in Bebauungsplänen nach §§ 2 bis 9 BauNVO.

Die Aufstellung eines **vorhabenbezogenen Bebauungsplanes** (§ 12 BauGB) kann in Einzelfällen eine steuernde Wirkung insbesondere im Hinblick auf die Ausgestaltung eines geplanten Einzelhandelsvorhabens entfalten. Eine grundsätzliche, räumliche Steuerung des Einzelhandels ist jedoch auf dieser Basis nicht möglich, da der vorhabenbezogene Bebauungsplan eher reaktiv auf die potenzielle räumliche und inhaltliche Einzelhandelsentwicklung eingesetzt wird.

Mit den Plansicherungsinstrumenten **Veränderungssperren** nach § 14 BauGB und/ oder **Zurückstellung von Baugesuchen** nach § 15 BauGB kann lediglich zeitlich begrenzt verhindert werden, dass planerisch ungewollte Entwicklungen eintreten. Des Weiteren können diese Instrumente genutzt werden, um bauleitplanerische Verfahren entsprechend den städtebaulichen Zielen abzuschließen. Mit Hilfe dieser Instrumente wird eine gegebene Situation im Ist-Zustand vorläufig gesichert, was letztlich jedoch eine Verhinderungswirkung - zumindest in Bezug auf ungewollte Entwicklungen im Plangebiet - entfaltet.

Im § 34 Absätze 1, 2 und 3 BauGB werden die Bedingungen für die Zulässigkeit von Nutzungen "innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile", für die kein Bebauungsplan nach § 30 (1) BauGB vorliegt, aufgeführt.

Die Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben in Gebieten die gemäß § 34 BauGB behandelt werden richtet sich eben nicht nach den jeweils gültigen städtebaulichen

¹⁵ Der FNP '96 wurde am 08.Mai 2014 neu bekanntgemacht. Das step2025 wurde am 31.03.2014 handlungsleitend für die Verwaltung beschlossene und dient als integratives Steuerungsinstrument der Orientierung.

¹⁶ Vgl. Baugesetzbuch (BauGB) (2007), § 5 Abs. 2 Satz 1.



Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung in der Stadt, sondern danach, ob sich das Einzelhandelsvorhaben *"nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und die Erschließung gesichert ist"* und bezieht bei der Beurteilung der negativen Wirkungen lediglich die "zentralen Versorgungsbereiche" ein, deren Schädigung vermieden werden soll. Im Übrigen ist die Zulässigkeit eines Einzelhandelsvorhabens gegeben, wenn das Plangebiet einem der Baugebiete nach §§ 2 bis 9 BauNVO entspricht und das Vorhaben innerhalb dieser Gebiete zulässig wäre.

Daher ist der § 34 BauGB kaum geeignet, eine im Sinne der jeweils gültigen städtebaulichen Zielvorstellungen wirksame, räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung zu gewährleisten.

Nur mit Hilfe der **Bauleitplanung** (§§ 2 bis 9 BauNVO) kann eine reaktive in eine aktive Planung übergeleitet werden, woraus sich eine systematische, räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung ergeben kann.

Im BauGB 2007 ist als zusätzliches planungsrechtliches Steuerungsinstrument § 9 (2a) BauGB eingeführt worden. Danach ist es möglich, für im Zusammenhang bebaute Ortsteile in einem Bebauungsplan ohne Ausweisung von Baugebieten i.S. der Baunutzungsverordnung die Zulässigkeit nach § 34 (1) und (2) BauGB beschränkende Festsetzungen namentlich zum Einzelhandel zu treffen, um zentrale Versorgungsbereiche zu erhalten und zu entwickeln. Es werden hierdurch planerische Gestaltungsmöglichkeiten geschaffen, die über die Zulässigkeitsregel des § 34 (3) BauGB (s.o.) hinausgehen. Der einfache Bebauungsplan kann dabei für die nach § 34 BauGB zu beurteilenden Gebiete insgesamt oder für Teile davon aufgestellt werden. Der Zweck muss auf die *"Erhaltung oder Sicherung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbraucher-nahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden"* gerichtet sein¹⁷.

In der öffentlichen Diskussion zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels stehen vor allem Einzelhandelsbetriebe nach § 11 (3) BauNVO (**großflächige Einzelhandelsbetriebe**) im Vordergrund; sehr viel Aufmerksamkeit und gerichtliche Auseinandersetzungen erzeugen insbesondere Fachmarktzentren und Factory Outlet Center. Dass diese großflächigen Einzelhandelsbetriebe reaktiv, also auf Grund eines konkreten Vorhabens nach Standort, Größe und Sortimenten gesteuert werden können, ist

¹⁷ Vgl. Söfker, W.: Steuerungsinstrumente der Innenentwicklung für den Handel durch das EAG Bau und das BauGB 2007, Kurzfassung des Vortrags im 547/6. Kurs des Instituts für Städtebau Berlin "Städtebau und Handel", Berlin 2007



unstrittig¹⁸. Eine Stadt kann im Hinblick auf eine künftige Entwicklung vorab¹⁹ die räumliche Verortung der großflächigen Einzelhandelsbetriebe in ihrem Gebiet durch die Ausweisung von Sonderbauflächen für Einzelhandel im FNP nach § 5 BauGB vornehmen.

Darüber hinaus können aber auch Läden, nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe (Fachgeschäfte) und nicht großflächige Fachmärkte, die nicht nach § 11 (3) BauNVO zu beurteilen sind, städtebaulichen Zielsetzungen entgegen stehen, wenn sie in großer Zahl und mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der Innenstadt und/ oder außerhalb städtebaulich gewünschter Standorte in Baugebieten²⁰ entstehen, in denen diese allgemein oder ausnahmsweise zulässig sind²¹. Dies kann dazu führen, dass sich im Verlauf der Zeit **Einzelhandelsagglomerationen mit nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben** in Gewerbe- und Industriegebieten nach §§ 8 bzw. 9 BauNVO entwickeln. Solche Einzelhandelsstandorte waren zunächst auf Grund ihres Umfangs für die Entwicklung der Zentren unproblematisch und/ oder haben auf Grund der verfügbaren Gewerbegebietsflächen auch nicht zur Flächenverknappung geführt. Ähnliche Entwicklungen in Mischgebieten nach § 6 BauNVO können ebenfalls städtebaulich unerwünschte Folgewirkungen haben.

Zur Vermeidung dieser unerwünschten Entwicklungen hat der Ordnungsgeber die Möglichkeit einer **Feingliederung durch § 1 (5) und 9 BauNVO** geschaffen:

*"Im Bebauungsplan kann festgesetzt werden, dass bestimmte Arten von Nutzungen, die nach den §§ 2,4 bis 9 und 13 [BauNVO] allgemein zulässig sind, nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können, sofern die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebiets gewahrt bleibt"*²².

*"Wenn besondere städtebauliche Gründe dies rechtfertigen, kann im Bebauungsplan bei Anwendung der (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"*²³.

¹⁸ Kopf, H.: Rechtsfragen bei der Ansiedlung von Einzelhandelsgroßprojekten - Unter besonderer Berücksichtigung von Factory Outlet Centern, Berlin, 2002.

¹⁹ BVerwG: Beschluss vom 08.09.1999, Az. 4 BN 14.99.

²⁰ Die Baunutzungsverordnung definiert in den §§ 2 bis 9 abschließend Baugebietstypen. Eine planende Gemeinde kann darüber hinaus keine neuen Baugebietstypen "erfinden". Vgl. dazu BVerwG: Beschluss vom 27.07.1998, Az. 4 BN 31.98.

²¹ Birk (1988), a.a.O., S. 284.

²² BauNVO § 1 Abs. 5 i.d.F. vom 23.01.1990.

²³ BauNVO § 1 Abs. 9 i.d.F. vom 23.01.1990.



In GE- (§ 8 BauNVO), GI- (§ 9 BauNVO) und auch in MI-Gebieten (§ 6 BauNVO) kann der Einzelhandel insgesamt bzw. eine bestimmte Art von Einzelhandel, z.B. zentrenrelevante Sortimente, aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden²⁴; eine darüber hinaus gehende differenzierte, sortimentsbezogene Verkaufsflächenfestlegung ist auf dieser Basis nicht möglich²⁵. Eine städtebauliche Begründung ist z.B. die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche²⁶ oder die Sicherung von Gewerbegebietsflächen für Handwerk und produzierendes Gewerbe²⁷.

Anhand der vorstehenden planungsrechtlichen Regelungsmöglichkeiten wird deutlich, dass die räumliche Steuerung des Einzelhandels auf kommunaler Ebene insbesondere davon abhängig ist, inwieweit die Stadt (Verwaltung und Politik) ihren weiten Gestaltungsspielraum in der Frage nutzt, ob und in welchem Rahmen sie planerisch tätig wird²⁸.

Als Planungsgrundsatz kommt dabei dem § 1 (6) Nr. 4 BauGB insbesondere Bedeutung für eine Bauleitplanung zu, durch welche vorhandene oder zu entwickelnde Versorgungsbereiche dadurch geschützt werden sollen, dass außerhalb solcher zentraler Versorgungsbereiche Vorhaben, die diese beeinträchtigen könnten, nicht oder nur eingeschränkt verwirklicht werden können.

Nach § 9 (2a) BauGB ist ein **städtebauliches Entwicklungskonzept** i.S. des § 1 (6) Nr. 11, welches Aussagen über die vorhandenen und zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Stadt oder eines Stadtteils enthält, insbesondere zu berücksichtigen, da ein solches Konzept eine die Aufstellung des Bebauungsplans unterstützende Funktion hat; es sind nachvollziehbare Aussagen über die zentralen Versorgungsbereiche und ihre Schutzbedürftigkeit enthalten²⁹.

²⁴ Vgl. dazu z.B. BVerwG, Beschluss vom 27.07.1998, Az 4 BN 31/98 BVerwG, Beschluss vom 10.11.2004, Az 4 BN 33/04 Rn 6.

²⁵ Vgl. Vogels, P. et al.: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Stadtforschung aktuell, Bd. 69, Basel/ Boston/ Berlin, 1998, S. 289ff.

²⁶ Vgl. z.B. Müller, M. Rechtliche Voraussetzungen für die Ansiedlung großflächiger Handelsbetriebe, in: Bundesarbeitsgemeinschaft für Mittel- und Großbetriebe: Standortfragen des Handels, Köln, 1992, S. 123.

²⁷ Vgl. z.B. Söfker, W., in: Ernst/ Zinkahn/ Bielenberg: Kommentar zum BauGB, Lose Blattsammlung, Stand: Nov. 1992, Rn. 103, 105a.

²⁸ Vgl. z.B. OVG NRW: Urteil vom 22.06.1998 Az. 7a D 108/96.NE mit Hinweisen auf frühere Urteile des BVerwG.

²⁹ Vgl. Söfker, W., 2007, a.a.O.



Im Hinblick auf eine Umsetzung des Konzeptes bedeutet dies, dass bei Planvorhaben bzw. Ansiedlungs-/ Erweiterungsvorhaben nicht danach zu fragen ist, was derzeit planungsrechtlich möglich ist, sondern zuerst die Frage nach der **städtebaulichen Zielsetzung** zu beantworten ist. Aus der gegebenen planungsrechtlichen Situation am konkreten Standort und der städtebaulichen Zielsetzung leiten sich die erforderlichen/ möglichen planungsrechtlichen Schritte ab. Dies kann im Einzelnen bedeuten, dass bei einem erwünschten Ansiedlungsvorhaben die rechtlichen Voraussetzungen zur Ansiedlung geschaffen werden müssen, oder bei einem unerwünschten Vorhaben die bisherige Zulässigkeit aufgehoben werden muss. Dies kann ohne konkreten Anlass, z.B. einen Bauantrag, oder auf Grund eines solchen konkreten³⁰ Planvorhabens erfolgen.

Zur **Sicherung der städtebaulichen Zielsetzungen** können, bei Vorliegen eines Aufstellungsbeschlusses und einer hinreichend konkretisierten Zielformulierung³¹, durch Sicherungsinstrumente wie z.B. einer Veränderungssperre nach § 14 BauGB und/ oder Zurückstellung von Baugesuchen nach § 15 BauGB wirksam verhindert werden, dass planerisch ungewollte Entwicklungen eintreten. Wobei zu beachten ist, dass die Verhinderung zeitlich begrenzt sind.

Maßgeblich für eine **Erstbewertung eines Planvorhabens** sind der Planstandort und die Zentren- bzw. Nahversorgungsrelevanz des Hauptsortimentes.

³⁰ Vgl. dazu z.B. BVerwG, Beschluss vom 08.09.1999, Az. 4 BN 14/99 und OVG NRW, Urteil vom 11.03.2004, Az. 7a D 103/03.NE.

³¹ Vgl. dazu z.B. BVerwG 09.08.1991, 4 B 135/91; OVG NRW, Urteil vom 11.03.2004, Az. 7a D 103/03.NE. Durch das vorliegende Gutachten dürfte eine ausreichend konkrete Zielformulierung gegeben sein.



3. PROZESSBEGLEITUNG DURCH ARBEITSGRUPPE

Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts für die Stadt Oldenburg wurde in die Erarbeitung prozessbegleitend eine Arbeitsgruppe eingebunden. Diese setzte sich aus Vertretern der Stadtverwaltung, des Rates der Stadt, der Industrie- und Handelskammer, des Handelsverbandes, der Interessenvertretungen der Handelsunternehmen und des Gutachterbüros zusammen.

In dieser Arbeitsgruppe wurden projektbegleitend in mehreren Sitzungen u.a. die inhaltliche Vorgehensweise, die Ergebnisse der Ist-Situation, die Abgrenzung der Zentren, die Zentrenhierarchie, die Verkaufsflächenprognose sowie das Zentrenkonzept diskutiert und zur weiteren Bearbeitung bestimmt.

Ziel der Arbeitsgruppe war es, bereits im Gutachtenprozess eine möglichst große Transparenz bzgl. der erarbeiteten Inhalte zu schaffen, um auf dieser Basis die konzeptionellen Fragen sachgerecht diskutieren zu können, und - soweit möglich - auch bzgl. dieser einen breiten Konsens innerhalb der Arbeitsgruppe zu erreichen. Die letztendliche Entscheidung über das Einzelhandelsentwicklungskonzept ist allerdings dem Rat vorbehalten.



4. GESAMTSTÄDTISCHE EINZELHANDELSSITUATION UND ENTWICKLUNG EINER GESAMTSTÄDTISCHEN EINZELHANDELSKONZEPTION

Den ersten notwendigen Baustein der Neuaufstellung eines Einzelhandelsentwicklungskonzeptes für die Stadt Oldenburg bildet die Analyse der **Ist-Situation**. Hierfür sind angesichts der Notwendigkeit, die räumliche Lenkung des Einzelhandels städtebaulich zu begründen, nicht nur der Einzelhandel selbst, sondern auch das ergänzende Angebot an Dienstleistungen und öffentlichen Einrichtungen sowie vor allem die städtebauliche Situation in der Innenstadt (A-Zentrum Innenstadt) und in den weiteren Zentren zu erfassen. Die Auswertung des aktuellen Besatzes erfolgt auf Grundlage der gegenwärtig abgegrenzten Zentren, gemäß des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes der Stadt Oldenburg aus dem Jahr 2007.

Dieses Kapitel beinhaltet die Ergebnisse für die Gesamtstadt Oldenburg. Zu Beginn erfolgt eine kurze Darstellung der Methodik. Diesem Abschnitt schließt sich die Darstellung der Ist-Analyse an, wobei diese sich im Wesentlichen differenziert in die Darstellung

- des Einzelhandelsangebotes an sich (vgl. Kap. 4.2) sowie unter Berücksichtigung der Nachfrageseite,
- der Verteilung des Einzelhandelsangebotes auf die einzelnen Standorttypen (zentrale Bereiche, sonstige integrierte Standorte, nicht integrierte Standorte),
- der Nahversorgungssituation, die auf Grund der demografischen Entwicklung und der steigenden Mobilitätskosten von besonderer Bedeutung ist und daher einen wichtigen Baustein dieses Gutachtens ausmacht.

4.1 METHODISCHES VORGEHEN

Für das vorliegende Gutachten wurde das Einzelhandelsangebot in der Stadt Oldenburg zwischen September und November 2012 von wissenschaftlichen Mitarbeitern des Büros Dr. Acocella erfasst. Berücksichtigt wurde dabei nicht nur der Einzelhandel (im engeren Sinn), sondern auch Apotheken und das Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Metzger); ferner wurden Tankstellenshops ebenfalls erhoben, soweit diese überwiegend Sortimente wie der Einzelhandel im engeren Sinne - vor allem Nahrungs-/ Genussmittel - führen.³² Die Erhebung wurde flächendeckend im gesamten Stadtgebiet durchgeführt: Jede einzelne Straße wurde hierfür begangen bzw. durchfahren.³³

³² Nicht erfasst wurde hingegen der Handel mit Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffen.

³³ Obwohl die Erhebung nach bestem Wissen und Gewissen erfolgte, ist es möglich, dass einzelne Einzelhandelsbetriebe dabei nicht aufgefunden werden konnten. Allerdings ist davon auszugehen, dass auf Grund des großen Einzelhandelsangebotes das Gesamtergebnis hiervon nicht wesentlich beeinflusst würde.



Die Erhebung der Verkaufsflächen in den einzelnen Geschäften erfolgte sortimentsgenau: Die Betriebe wurden nicht entsprechend dem angebotenen Hauptsortiment insgesamt einer Branche zugerechnet (Schwerpunktprinzip), sondern jedes Sortiment wurde einzeln mit der zugehörigen Verkaufsfläche erfasst (z.B. in Supermärkten auch Drogeriewaren).

Erst hierdurch ergibt sich ein realistisches Abbild der derzeitigen Situation im Einzelhandel, bei dem Ergänzungssortimente, denen im Einzelfall nur eine untergeordnete Rolle zukommt, die in der Summe jedoch von Bedeutung sein können, nicht unterschätzt werden. Darüber hinaus ist nach Auffassung des Büros Dr. Acocella die Ableitung einer ortspezifischen Sortimentsliste nur auf Grundlage einer derart differenzierten Erfassung des Bestandes möglich.

4.2 EINZELHANDELSANGEBOT

Ohne Berücksichtigung der Betriebe des Lebensmittelhandwerks und der Tankstellenshops sind 1.060 Einzelhandelsbetriebe i.e.S. zu verzeichnen, diese vereinen eine Verkaufsfläche von rd. 438.400 qm auf sich (vgl. Tab. 1).

Das Einzelhandelsangebot i.e.S. konnte somit im Vergleich zur bundesweiten Handels- und Gaststättenzählung im Jahr 1993 deutlich gesteigert werden. Im Vergleich zur Steigerung der Anzahl der Betriebe ist die Verkaufsfläche überproportional angestiegen (Anstieg um 20% gegenüber einem Anstieg um 54%). Der Anstieg der Verkaufsfläche fällt zudem höher aus als die Umsatzsteigerung. Diese Entwicklung entspricht dem bundesweiten Trend, wonach zum einen die Verkaufsfläche je Betrieb ansteigt, zum anderen der Umsatz je qm Verkaufsfläche, also die Flächenproduktivität, jedoch sinkt.

Tab. 1: Entwicklung des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Oldenburg gegenüber 1993

	2012	HGZ 1993	Änderung
Betriebe ¹⁾	1.060	880	+ 20%
VKF (qm) ²⁾	438.400	284.325	+ 54%
Umsatz (Mio. €/ Jahr)	1.345	929,9	+ 45%

¹⁾ ohne Lebensmittelhandwerk und Tankstellen

²⁾ Werte auf 25 qm gerundet

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung September bis November 2012; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Niedersachsen; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen



Das Einzelhandelsangebot in der Stadt Oldenburg umfasst - einschließlich Bäcker, Metzger und Tankstellenshops - insgesamt 1.204 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 443.925 qm (vgl. Tab. 2). Die unterschiedliche Entwicklung der Anzahl der Betriebe und der Verkaufsflächen ist auch hinsichtlich der Veränderung des Einzelhandelsangebotes gegenüber 2007 ablesbar.

Auffällig ist, dass das Einkaufszentrum Schlosshöfe, welches 2011 eröffnet wurde, zu keinem bedeutenden Anstieg der Betriebsanzahl gegenüber der Einzelhandelserhebung von 2006 geführt hat (Zuwachs rd. 1%). Bereits die 65 erhobenen Betriebe im Einkaufszentrum entspricht einer Änderung von 5%, sodass davon ausgegangen werden muss, dass es in der Zwischenzeit zu Geschäftsaufgaben gekommen ist.

Die erhobene Verkaufsfläche im Einkaufszentrum Schlosshöfe entspricht einer Steigerung von rd. 3% gegenüber der Fläche von 2007. Die Änderung in Bezug auf das Gesamtangebot von 18% bestätigt den bereits erwähnten Trend der Verkaufsflächensteigerung.

Tab. 2: Entwicklung des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Oldenburg gegenüber 2007

	2012	2007	Änderung
Betriebe	1.204	1.195	+ 1%
VKF (qm) ¹⁾	443.925	376.900	+ 18%
Umsatz (Mio. €/ Jahr)	1.393	1.234	+ 13%

¹⁾Werte auf 25 qm gerundet

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung September bis November 2012; IfH; EHI; Statistisches Landesamt Niedersachsen; Statistisches Bundesamt; EZB; CIMA 2007; eigene Berechnungen



4.2.1 Gesamtstädtisches Einzelhandelsangebot

In der folgenden Tab. 3 ist das Einzelhandelsangebot hinsichtlich der Verkaufsfläche und des Umsatzes differenziert nach Sortimenten aufgeführt. Das Einzelhandelsangebot in Oldenburg erstreckt sich auf alle Bedarfsbereiche, wobei die höchste Verkaufsfläche im langfristigen Bedarfsbereich angesiedelt ist (v.a. Baumärkte, Möbelhäuser), der höchste Umsatz jedoch im kurzfristigen Bedarfsbereich erzielt wird (höhere Produktivität). Angebotsschwerpunkte liegen dabei auf den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel, Bekleidung und Zubehör sowie Möbel/ Antiquitäten.

Tab. 3: Einzelhandelsangebot - Verkaufsfläche (auf 25 qm gerundet) und Umsatz

Sortimente	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €/ Jahr
Nahrungs-/ Genussmittel	65.800	294,4
Lebensmittelhandwerk	2.825	42,6
Drogerie/ Parfümerie	12.200	43,7
Apotheke	2.775	97,9
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	5.275	21,3
Blumen ³⁴ / Zoo	10.750	22,1
kurzfristiger Bedarf	99.625	522,0
Bekleidung und Zubehör	70.500	220,5
Schuhe, Lederwaren	17.725	50,4
Sport/ Freizeit	15.100	38,8
Spielwaren	10.325	22,0
Bücher	5.450	20,7
GPK, Geschenke, Hausrat	20.750	28,6
Haus- und Heimtextilien	8.500	15,6
mittelfristiger Bedarf	148.350	396,5
Uhren/ Schmuck	2.800	21,9
Foto/ Optik	3.675	23,3
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien	11.925	99,9
Elektro/ Leuchten	12.225	43,2
Teppiche, Bodenbeläge	9.300	14,1
baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente	62.325	76,6
Möbel, Antiquitäten	81.325	133,1
Sonstiges	12.375	62,8
langfristiger Bedarf	195.975	474,9
Summe	443.925	1.393,4

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen und der Anteilswerte kommen

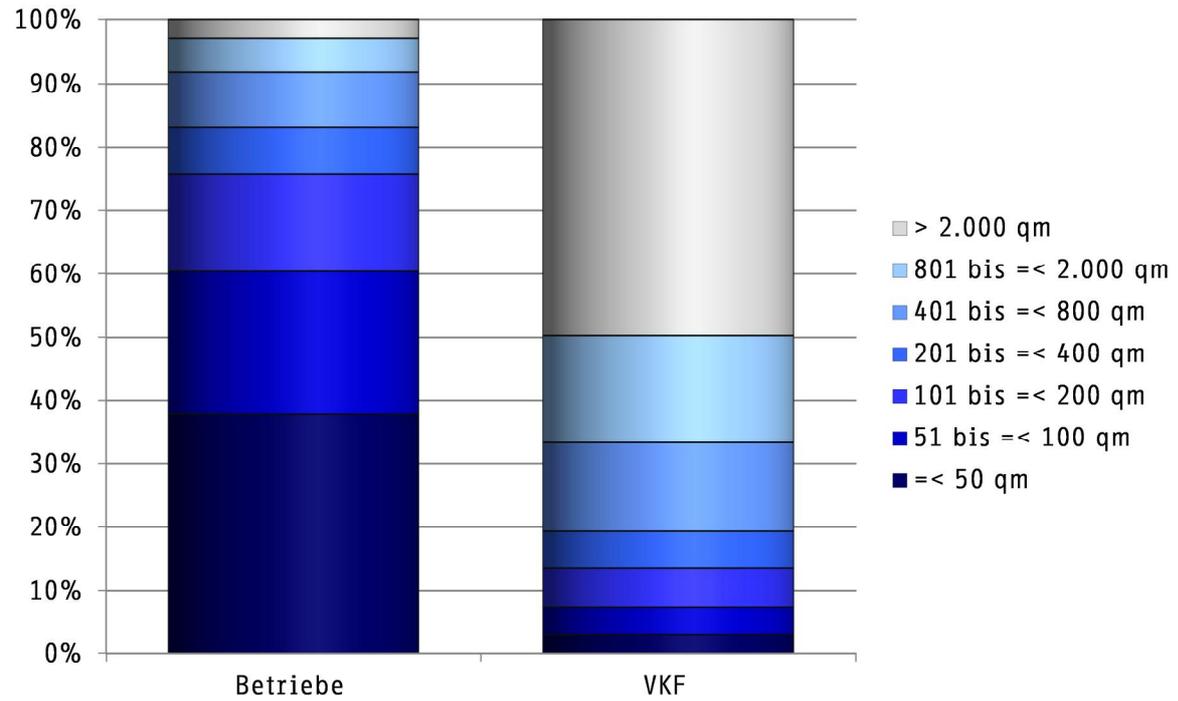
Quelle: eigene Einzelhandelserhebung September bis November 2012; IfH; EHI; IFH (2012); Statistisches Landesamt Niedersachsen; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Das gesamtstädtische Einzelhandelsangebot untergliedert nach Größenklassen und nach Anzahl der Betriebe bzw. nach der jeweiligen Verkaufsflächensumme ist in der Abb. 2 dargestellt. Insgesamt zeigt sich, dass eine kleinteilige Einzelhandelsstruktur in Oldenburg besteht. Rd. 60% der Betriebe weisen eine Verkaufsfläche von bis zu 100 qm auf, diese haben jedoch lediglich einen Anteil von unter 10% an der Gesamtverkaufsfläche. Der größte Anteil an der Gesamtverkaufsfläche entfällt auf großflächige Betriebe.

³⁴ In der statistischen Kategorie Blumen/ Zoo werden unter Blumen Schnitt- und Trockenblumen verstanden.



Abb. 2: Betriebsgrößenklassen

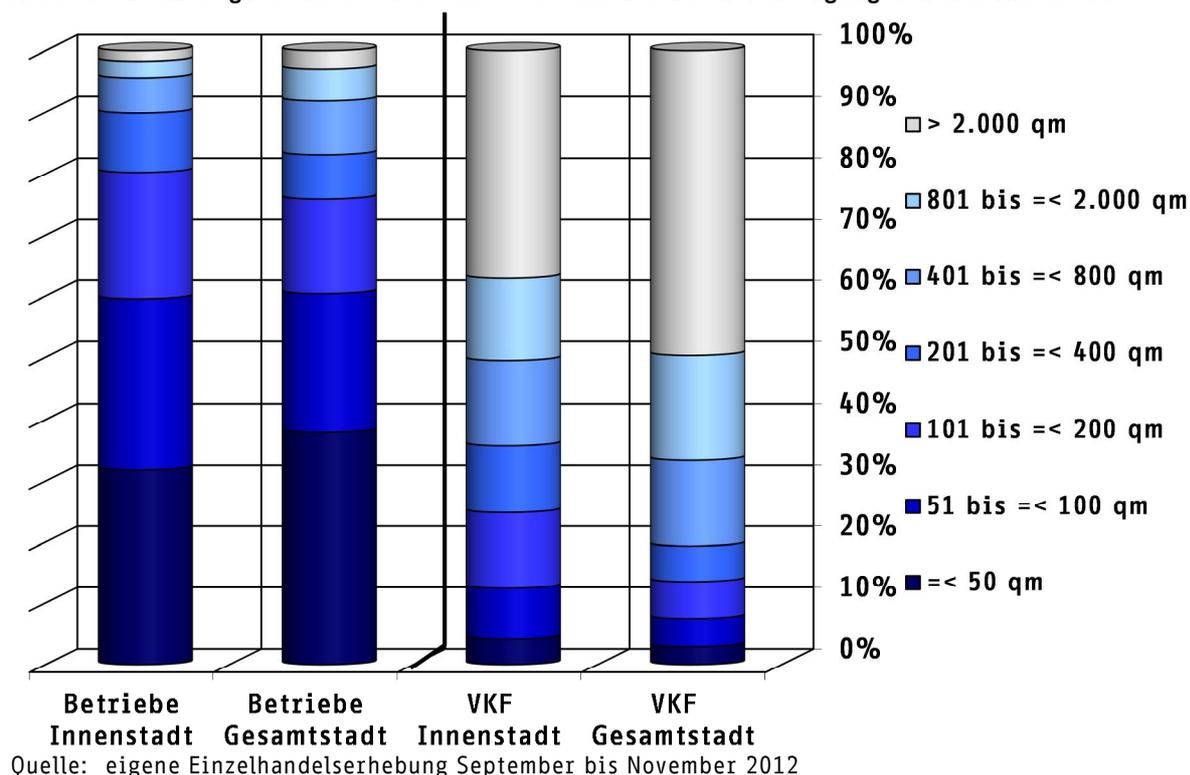


Quelle: eigene Einzelhandelserhebung September bis November 2012



Im Vergleich zu den Betriebsgrößenklassen im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt (vgl. Abb. 3) ergeben sich keine bedeutenden Abweichungen vom gesamtstädtischen Durchschnitt. Es zeigt sich jedoch, dass die Betriebsstruktur insgesamt kleinteiliger ist. Der Anteil der großflächigen Betriebe gemessen an der Gesamtverkaufsfläche ist auch im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt am höchsten, allerdings nicht so ausgeprägt wie im Vergleich zur Gesamtstadt.

Abb. 3: Betriebsgrößenklassen Gesamtstadt und zentraler Versorgungsbereich Innenstadt





4.2.2 Beurteilung des Einzelhandelsangebotes vor dem Hintergrund der Nachfrage: Bindungsquoten

Die Beurteilung des Einzelhandelsangebotes erfolgt auf Basis der neun Oldenburger Stadtbezirke. Zum besseren Verständnis werden in der nachfolgenden Tabelle 4 aufgezeigt, welche Stadtteile jeweils innerhalb dieser Stadtbezirke liegen, wobei sich historisch bedingt Überschneidungen zwischen den einzelnen Zuordnungen ergeben.

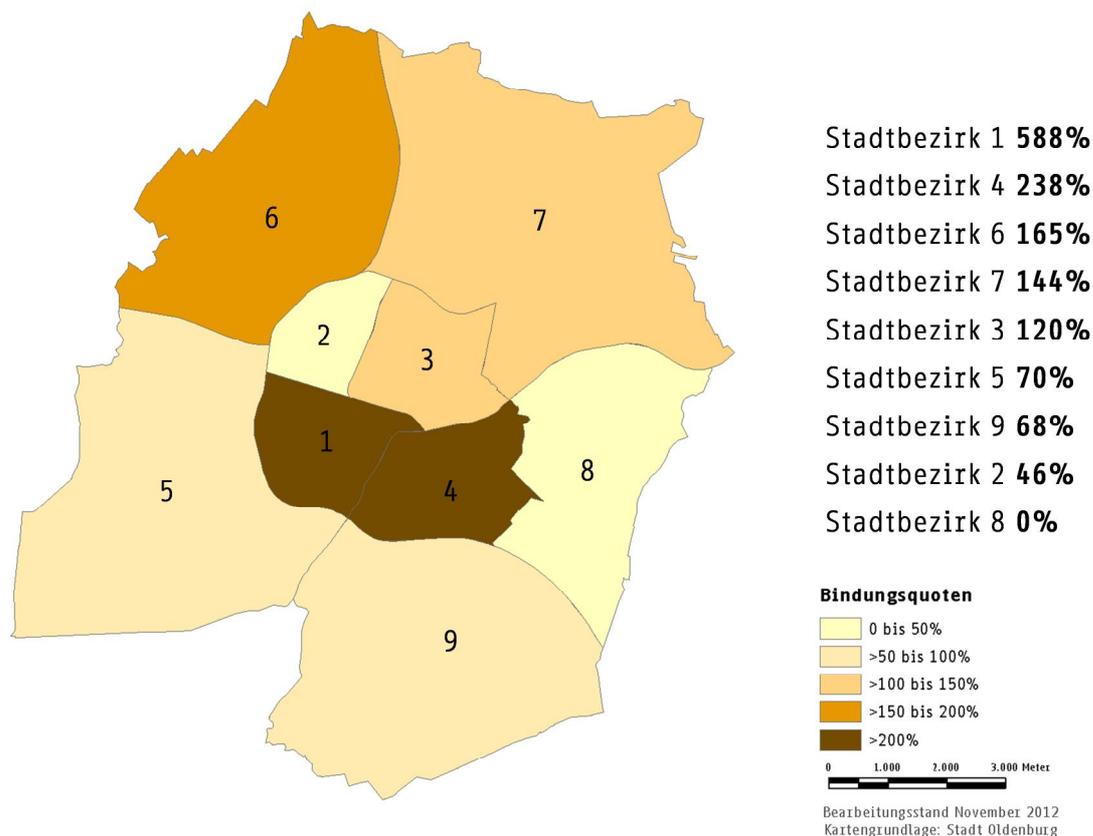
Tab. 4: Zuordnung Stadtteile zu Stadtbezirken in Oldenburg

Stadtbezirk	Stadtteile
1	Zentrum, Dobbenviertel, Haareneschviertel, Bahnhofsviertel, Gerichtsviertel
2	Ziegelhofviertel, Ehernviertel
3	Bürgeresch, Donnerschwee
4	Osternburg, Drielake
5	Eversten, Hundsmühler Höhe, Thomasburg, Bloherfelde, Haarentor, Wechloy
6	Bürgerfelde, Rauhehorst, Dietrichsfeld, Alexandersfeld, Fliegerhorst, Ofenerdiek, Nadorst
7	Etzhorn, Ohmstede, Bornhorst
8	Neuenwege, Kloster Blankenburg
9	Kreyenbrück, Bümmerstede, Tweelbäke West, Krusenbusch, Drielaker Moor

Quelle: eigene Darstellung, nach Internet Auftritt der Stadt Oldenburg

Bei der Betrachtung der räumlichen Verteilung der Bindungsquoten wird deutlich, dass diese sich in den einzelnen Stadtbezirken sehr unterschiedlich darstellen (vgl. Abb. 3). Insgesamt besteht mit 588% die höchste Bindungsquote im Stadtbezirk 1, in dem sich auch der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt befindet. Im Stadtbezirk 4 liegt die Bindungsquote bei über 200%, dies ist jedoch überwiegend auf zwei Einzelhandelskonzentrationen in nicht integrierter Lage zurückzuführen. Die Bedeutung der nicht integrierten Lagen wird auch anhand der Bindungsquote von 165% des Stadtbezirks 6 deutlich, die vor allem durch die Angebote im Wechloy-Center geprägt wird.

Abb. 4: Bindungsquoten nach Stadtbezirken



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung September bis November 2012, eigene Berechnungen

Die Bindungsquote, die sich ausschließlich aus Betrieben in integrierten Lagen ergibt, liegt bei 90%, per Saldo würde also Kaufkraft aus der Stadt abfließen. Lediglich in den Stadtbezirken 1 und 3 sind durch Betriebe in integrierten Lagen Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen.

Die Bindungsquote für die Gesamtstadt Oldenburg ist differenziert nach Sortimenten nachfolgend dargestellt.

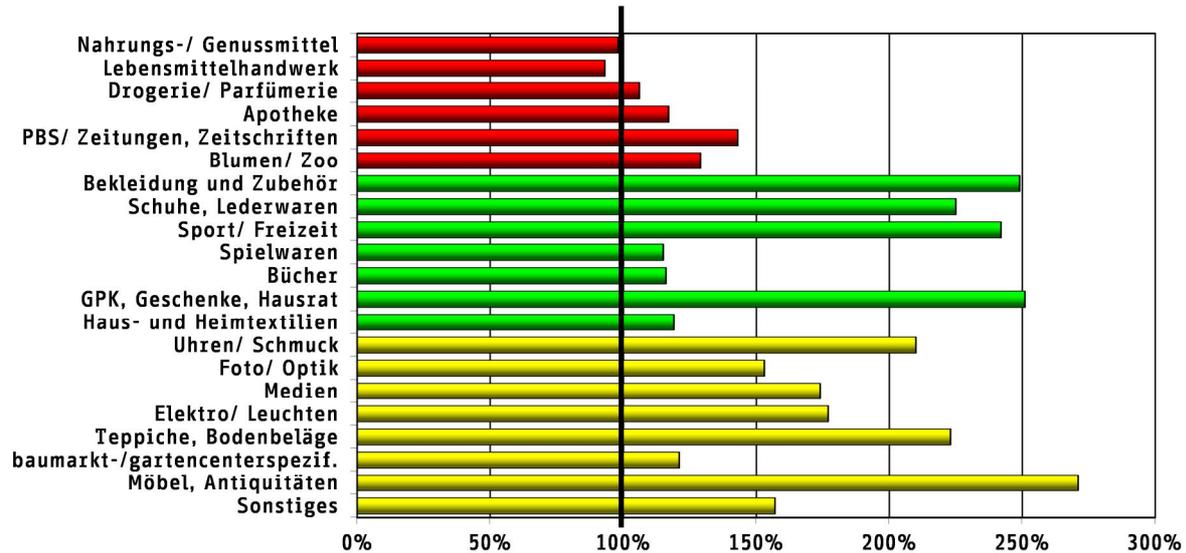
Die Relation des in Oldenburg erzielten Umsatzes zu der in Oldenburg verfügbaren Kaufkraft (einem bundesdeutschen Durchschnittswert, der mit Hilfe entsprechender Kennziffern³⁵ auf die gebietspezifische Situation in Verbindung mit der Einwohnerzahl angepasst wird) ergibt lokale Bindungsquoten (z.T. auch Einzelhandelszentralität genannt): Eine Quote von mehr als 100% bedeutet dabei, dass per Saldo (Zuflüsse nach Oldenburg, vermindert um die Abflüsse aus Oldenburg) Kaufkraft zufließt, eine Quote von weniger als 100% entsprechend, dass Kaufkraft per Saldo aus Oldenburg abfließt.

³⁵IBH, Köln: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2012



Die Bindungsquote der Stadt Oldenburg (vgl. Abb. 5) ist mit 145% im Vergleich zu den vergangenen Jahren leicht gesunken (CIMA 2007 150%). Dennoch sind mit dieser Bindungsquote deutliche Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen, die die oberzentrale Funktion Oldenburgs unterstreichen.

Abb. 5: Bindungsquoten in der Stadt Oldenburg nach Sortimenten



PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung September bis November 2012 und IfH; EHI; IBH Köln (2012); BBE; Statist. Landesamt Niedersachsen; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

In den Sortimenten des **kurzfristigen** Bedarfsbereiches (rot dargestellt) sollte die Bindungsquote nicht wesentlich über 100% betragen: Hier soll jede Stadt/ Gemeinde eine möglichst wohnungsnah Versorgung ihrer eigenen Bevölkerung gewährleisten. Deutlich überschritten wird dieser Wert in den Sortimenten PBS (Papier, Büro, Schreibwaren), Zeitungen und Zeitschriften sowie Blumen/ Zoo: Hier übernimmt die Stadt Oldenburg auch eine Versorgungsfunktion für Teile der Region.

Rein rechnerisch besteht für die Einwohner der Stadt Oldenburg eine Vollversorgung; im für die Nahversorgung besonders bedeutsamen Sortiment Nahrungs- / Genussmittel liegt die Bindungsquote bei rd. 98% (Lebensmittelhandwerk rd. 93%).

Kaufkraftzuflüsse werden per Saldo vor allem im **mittelfristigen** Bedarfsbereich (grün dargestellt) erzielt. Es liegen in allen Sortimenten Bindungsquoten von mehr als 100% und damit per Saldo Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Stadtgebietes vor. Das Oberzentrum erfüllt diesbezüglich seine (teil-)regionale Versorgungsfunktion. Besonders in den zentrenprägenden Sortimenten Bekleidung/ Zubehör und Schuhe/ Lederwaren sind die Bindungsquoten sehr hoch.

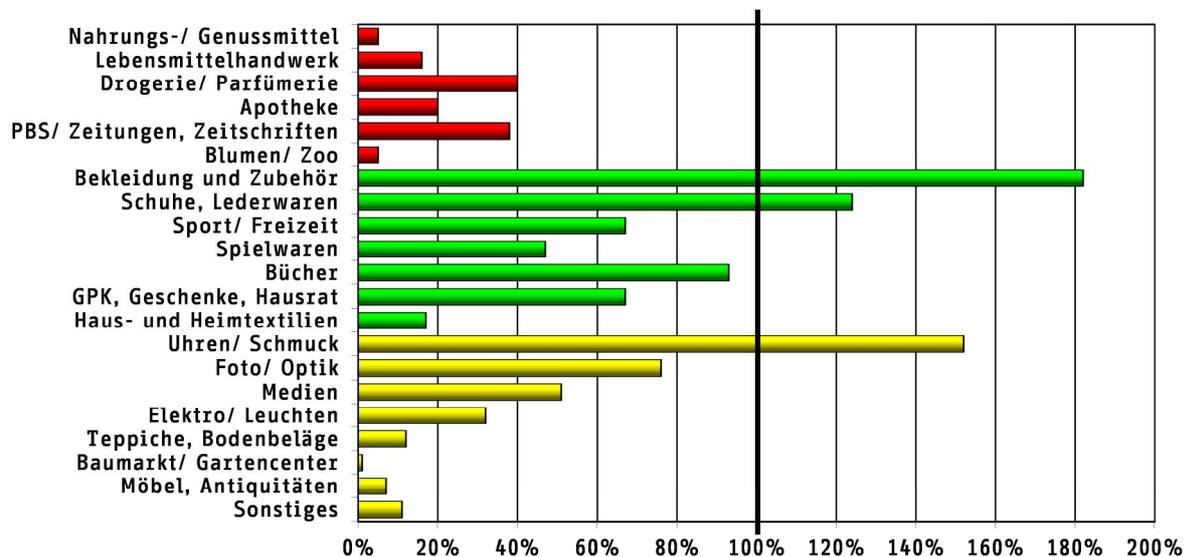
Auch im **langfristigen** Bedarfsbereich (gelb dargestellt) sind in allen Sortimentsgruppen per Saldo Kaufkraftzuflüsse festzustellen. Dabei sind die Zuflüsse im Sortiment Möbel/ Antiquitäten vor allem auf zwei Möbelhäuser zurückzuführen.

Kennzeichnend u.a. für dieses Sortiment sind die i.d.R. geringe Flächenproduktivität und der überdurchschnittliche Flächenbedarf. Das Oberzentrum Oldenburg übernimmt auch hier gemäß seiner Einstufung Versorgungsfunktion über das Stadtgebiet hinaus.

Die unechte Bindungsquote errechnet sich, indem der im zentralen Versorgungsbereich erzielte Umsatz in Relation zur Kaufkraft der Gesamtstadt gesetzt wird.

Eine unechte Bindungsquote (vgl. Abb. 6) von 100% würde hierbei bedeuten, dass die im gesamten Stadtgebiet vorhandene Kaufkraft rein rechnerisch vollständig durch das im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt angesiedelte Angebot gebunden wäre. Die unechte Bindungsquote des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt ist in Abb. 6 dargestellt, sie beträgt insgesamt 39%. Bei einer Gesamtbindungsquote von 145% wird deutlich, dass nahezu der gesamte Umsatz an Standorten außerhalb der Innenstadt erzielt wird.

Abb. 6: Unechte Bindungsquoten zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung September bis November 2012 und IfH; EHI; IBH Köln (2012); BBE; Statist. Landesamt Niedersachsen; Statist. Bundesamt; eigene Berechnungen

Im **kurzfristigen** Bedarfsbereich hat die unechte Bindungsquote keine Aussagekraft bezüglich der gesamtstädtischen Versorgungsfunktion. In diesem Bedarfsbereich sollten lediglich die Einwohner der Innenstadt und der unmittelbar angrenzenden Wohngebiete mit dem Angebot der Innenstadt versorgt werden. Dennoch ist festzustellen, dass insbesondere in dem für die Grund-/ Nahversorgung besonders wesentlichen



Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel eine sehr geringe unechte Bindungsquote von lediglich rd. 5% vorliegt.

Im **mittelfristigen** Bedarfsbereich beträgt die unechte Bindungsquote rd. 125%. In den innerstädtischen Leitsortimenten Bekleidung und Zubehör sowie Schuhe/ Lederwaren können unechte Bindungsquoten von mehr als 100% konstatiert werden. Insgesamt betrachtet wird der zentrale Versorgungsbereich der Innenstadt von Oldenburg seiner Funktion in den (üblicherweise) zentrenrelevanten Sortimenten des mittelfristigen Bedarfsbereichs gerecht.

Die Betrachtung der Sortimente des **langfristigen** Bedarfsbereiches ist differenziert zu gestalten. Die zentrenrelevanten Sortimente Foto/ Optik und Uhren/ Schmuck weisen relativ hohe unechte Bindungsquoten auf. Die Sortimente Teppiche/ Bodenbeläge, baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente sowie Möbel/ Antiquitäten können üblicherweise als nicht zentrenrelevant eingestuft werden und müssen daher nicht in zentralen Versorgungsbereichen angeboten werden - die unechten Bindungsquoten des zentralen Versorgungsbereichs der Innenstadt sind demnach erwartungsgemäß gering.

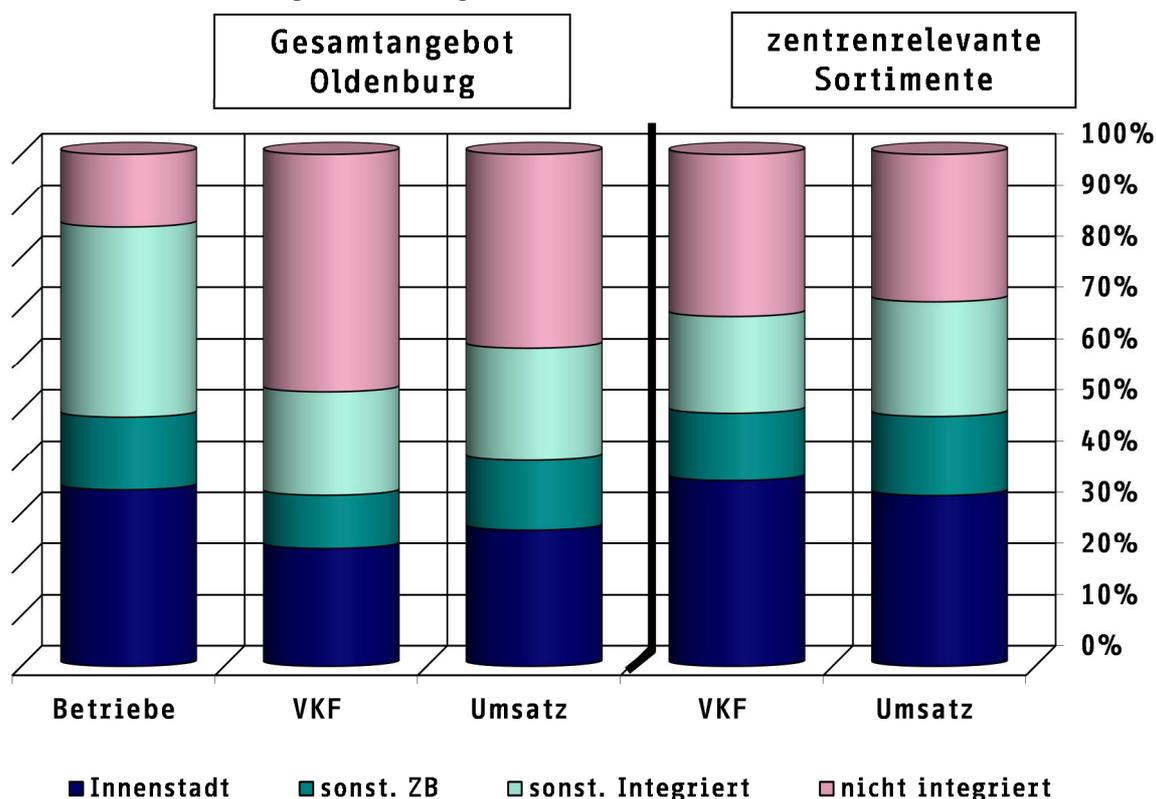
4.2.3 Angebot nach Standorttypen

Insgesamt ist die Mehrzahl der Betriebe in integrierten Lagen angesiedelt. Nahezu jeder vierte Betrieb in der Stadt Oldenburg ist im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt angesiedelt. Der geringere Anteil an der Verkaufsfläche ist auf die eher kleinteilige Struktur dieser Betriebe zurückzuführen.

Bezogen auf die Anzahl der Betriebe ist der Anteil an sonstigen integrierten Standorten am größten. Bezogen auf die Verkaufsfläche und den Umsatz gewinnen die nicht integrierten Lagen jedoch stark an Gewicht.

Die Verteilung der zentrenrelevanten Sortimente hinsichtlich der Verkaufsfläche und des Umsatzes stellt sich überwiegend funktionsadäquat dar. Rund 70% des Umsatzes wird in integrierten Lagen generiert.

Abb. 7: Einzelhandelsangebot nach Lage



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung September bis November 2012, IfH; BBE; EHI; IBH Köln (2012); Statistisches Landesamt Niedersachsen; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Aus der zuvor beschriebenen Abbildung lässt sich jedoch nicht ableiten, ob das Einzelhandelsangebot in Oldenburg funktionsadäquat verteilt ist. Nachfolgend wird die Verteilung des Einzelhandelsangebotes nach Stadtbezirken differenziert aufgeführt (vgl. Karte 1).

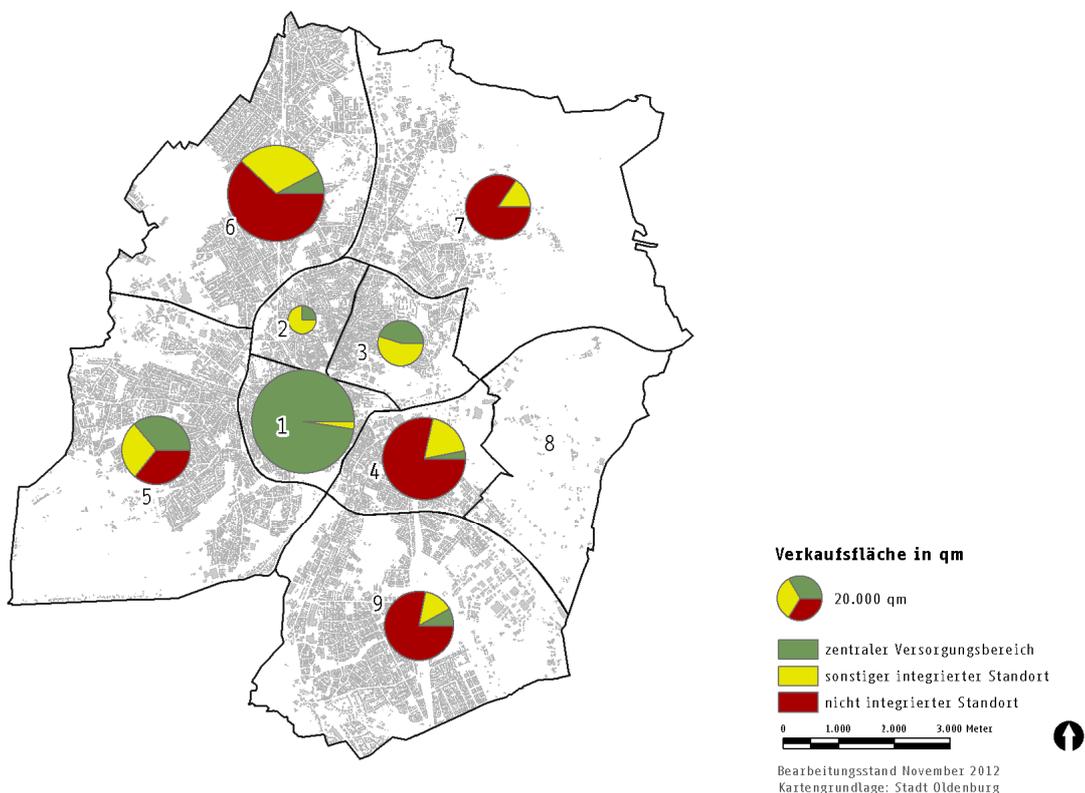
Im Stadtbezirk 1 ist das Einzelhandelsangebot nahezu ausschließlich in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt. Dies stellt sich in den übrigen Stadtbezirken an-



ders dar: In den Stadtbezirken 2 und 3 entfällt der größte Anteil der Verkaufsfläche auf die sonstigen integrierten Standorte, im Stadtbezirk 5 sind die Verkaufsflächen fast anteilsgleich verteilt. In den restlichen Stadtbezirken überwiegt das Angebot in den nicht integrierten Lagen, wobei der Anteil dieser in den Stadtbezirken 4, 7 und 9 jeweils über 75% liegt. Beispielhaft kann hier als Grund genannt werden, dass im Stadtbezirk 7 keine zentralen Bereiche abgegrenzt sind, auch in den anderen beiden Stadtbezirken befinden sich im Vergleich zu den zentralen Versorgungsbereichen größere nicht integrierte Einzelhandelskonzentrationen.

Zudem kann hier die Höhe des Einzelhandelsangebotes in den Stadtbezirken herausgestellt werden. Im Stadtbezirk 6 wird das große Angebot des Fachmarktzentrum Wechloy im Vergleich zum Stadtbezirk 1 deutlich. In den Stadtbezirken 2 und 3, in denen das gesamte Einzelhandelsangebot an integrierten Lagen angesiedelt ist, ist das geringste Einzelhandelsangebot in Bezug zur Verkaufsfläche festzustellen.

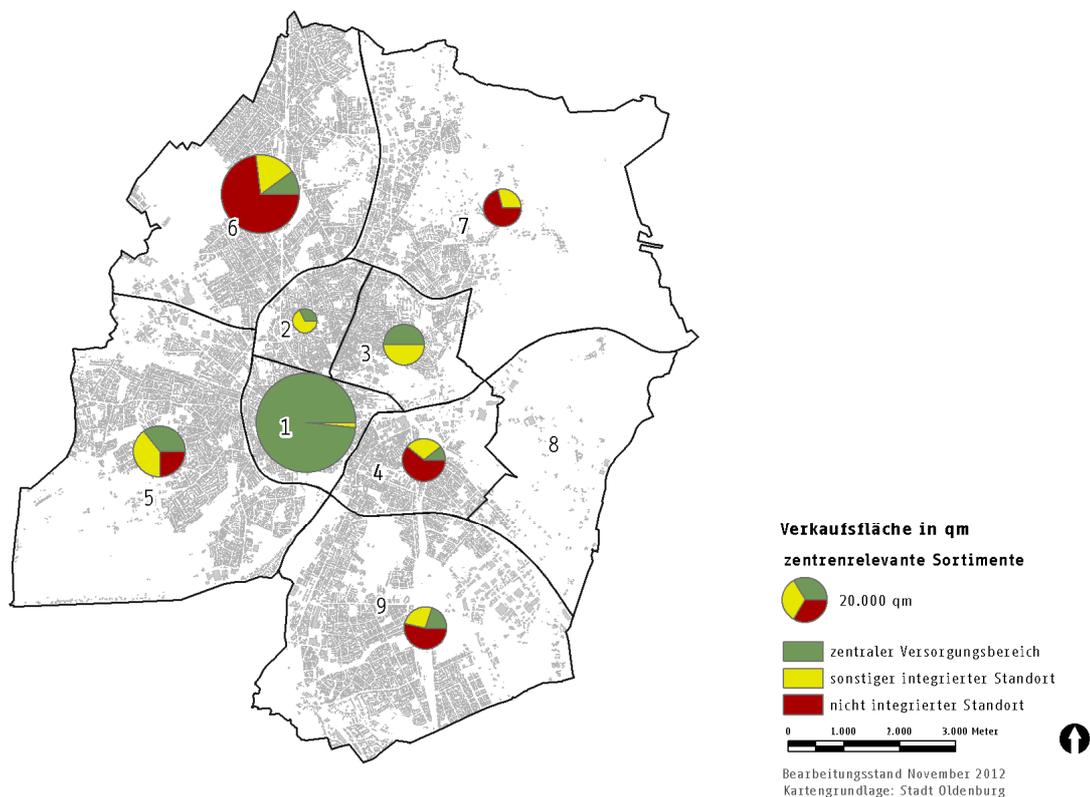
Karte 1: Einzelhandelsangebot nach Lage



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung September bis November 2012; Verkaufsflächen auf 25 qm gerundet; Datenbasis Stadt Oldenburg

Bei der räumlichen Betrachtung des Einzelhandelsangebotes (vgl. Karte 2) in Bezug auf die zentrenrelevanten Sortimente zeigt sich, dass das Angebot in allen Stadtbezirken im Verhältnis zur Innenstadt deutlich geringer wird. Besonders erkennbar wird dies in den Stadtbezirken 4, 7, 9, in denen davon ausgegangen werden kann, dass dort vor allem ein Angebot im langfristigen Bedarfsbereich vorgehalten wird.

Karte 2: Einzelhandelsangebot nach Lage - zentrenrelevante Sortimente



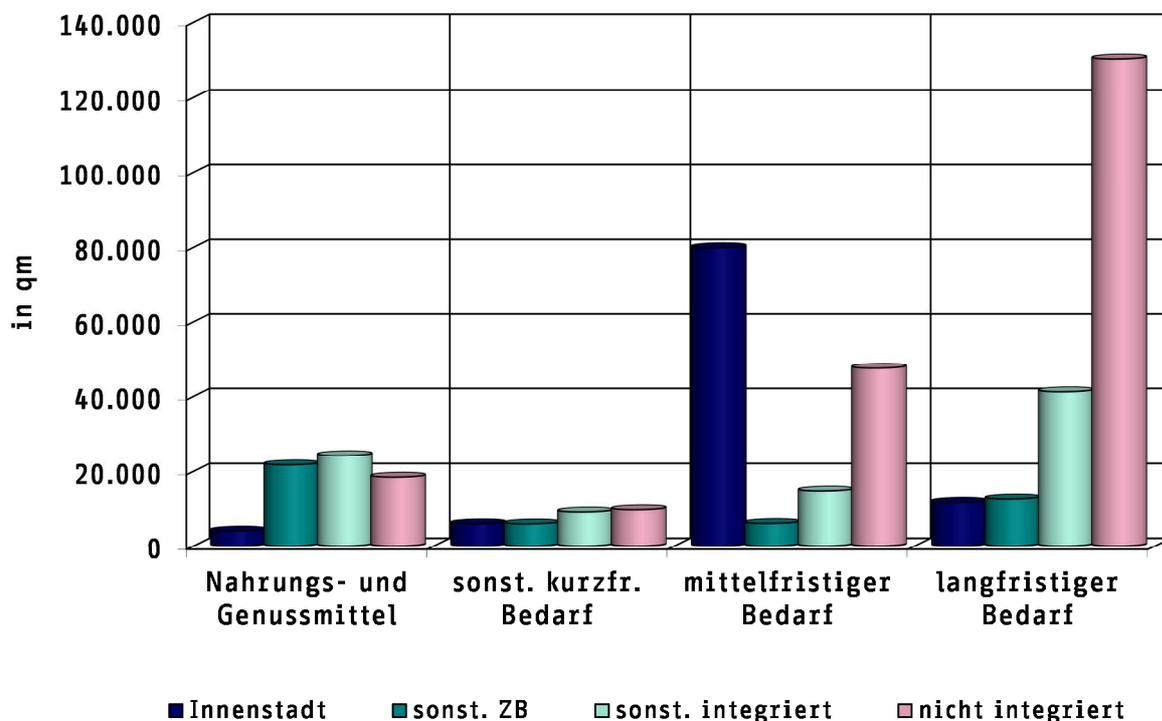
Quelle: eigene Einzelhandelserhebung September bis November 2012; Verkaufsflächen auf 25 qm gerundet; Datenbasis Stadt Oldenburg



In Bezug zur Angebotsverteilung wird deutlich, dass sich die Verkaufsfläche im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, wie bereits bei den Bindungsquoten angedeutet, auf die Sortimente des mittelfristigen Bedarfsbereiches konzentriert (vgl. Abb. 8). Das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel ist überwiegend funktionsadäquat verteilt, jedoch ist mit rd. 25% des Angebotes bereits ein bedeutender Anteil in nicht integrierten Lagen vorhanden. Dies kann sich negativ auf die räumliche Nahversorgung der Einwohner auswirken.

Hinsichtlich der Sortimente des langfristigen Bedarfsbereiches zeigt sich die Dominanz der nicht integrierten Lagen.

Abb. 8: Einzelhandelsstruktur nach Lage



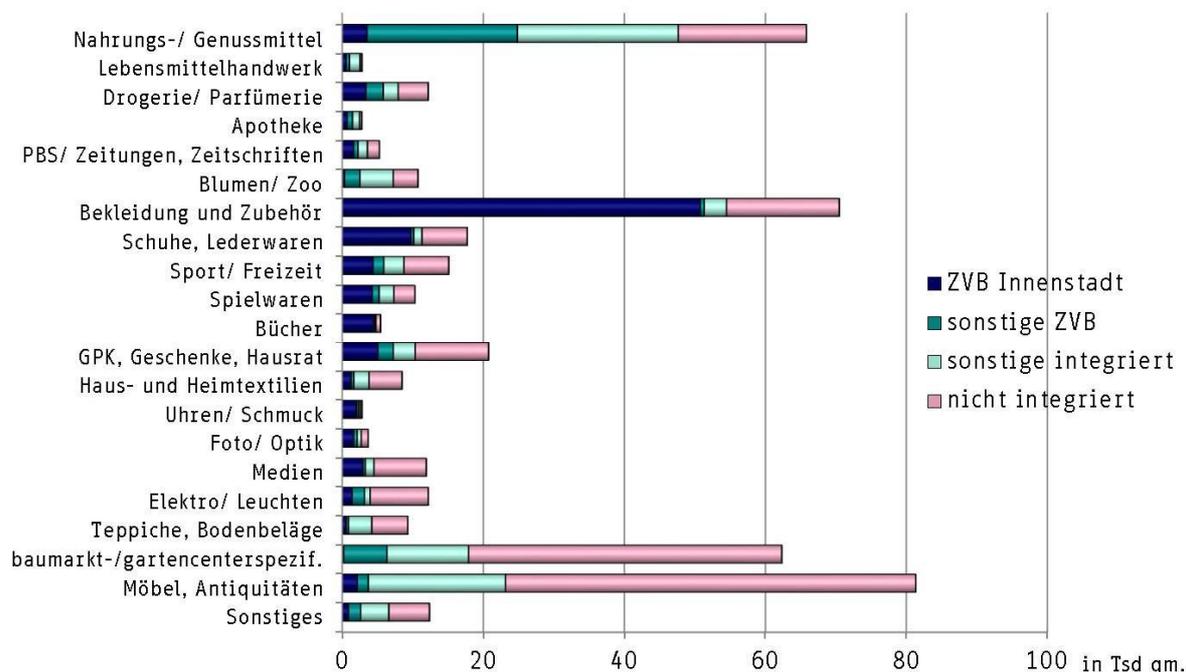
Quelle: eigene Einzelhandelserhebung September bis November 2012

Bei der Verteilung der Sortimente unterschieden nach der Lage wird deutlich, dass die üblicherweise nicht zentrenrelevanten Sortimente (bspw. Baumarkt-/ gartencenter-spezifische Sortimente, Möbel/ Antiquitäten) dementsprechend überwiegend in nicht integrierten Lagen angeboten werden.

Bei den üblicherweise zentrenrelevanten Sortimenten ist die Verteilung unterschiedlich: Das zentrenprägende Sortiment Bekleidung und Zubehör ist mehrheitlich im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt angesiedelt, beim Sortiment Schuhe/ Lederwaren ist jedoch auch ein großer Anteil an nicht integrierten Standorten vorhanden. Bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Drogerie/ Parfümerie sowie Blumen/

Zoo zeigt sich ebenfalls, dass ein bedeutender Anteil nicht funktionsadäquat angesiedelt ist (vgl. Abb. 9).

Abb. 9: Verkaufsflächen nach Sortimenten und Lagen



PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik
 Quelle: eigene Einzelhandelserhebung September bis November 2012

4.2.4 Nahversorgungssituation

Das Ziel einer möglichst flächendeckenden fußläufigen Nahversorgung für die gesamte Bevölkerung ist auf Grund der demografischen Entwicklung, vor allem dem Anstieg des Bevölkerungsanteils an älteren Menschen, und der steigenden Mobilitätskosten von besonderer Bedeutung. Im LROP Niedersachsen wird diesbezüglich ausgeführt, dass Einzelhandelsbetriebe zur wohnortbezogenen Nahversorgung

- Wohngebieten räumlich und funktional direkt zugeordnet sind,
- sie einen überwiegend fußläufigen Einzugsbereich aufweisen und
- somit eine ortsteilbezogene Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten - insbesondere Lebensmittel und Drogeriewaren - auch für die in der Mobilität eingeschränkten Bevölkerungsgruppen sichern.³⁶

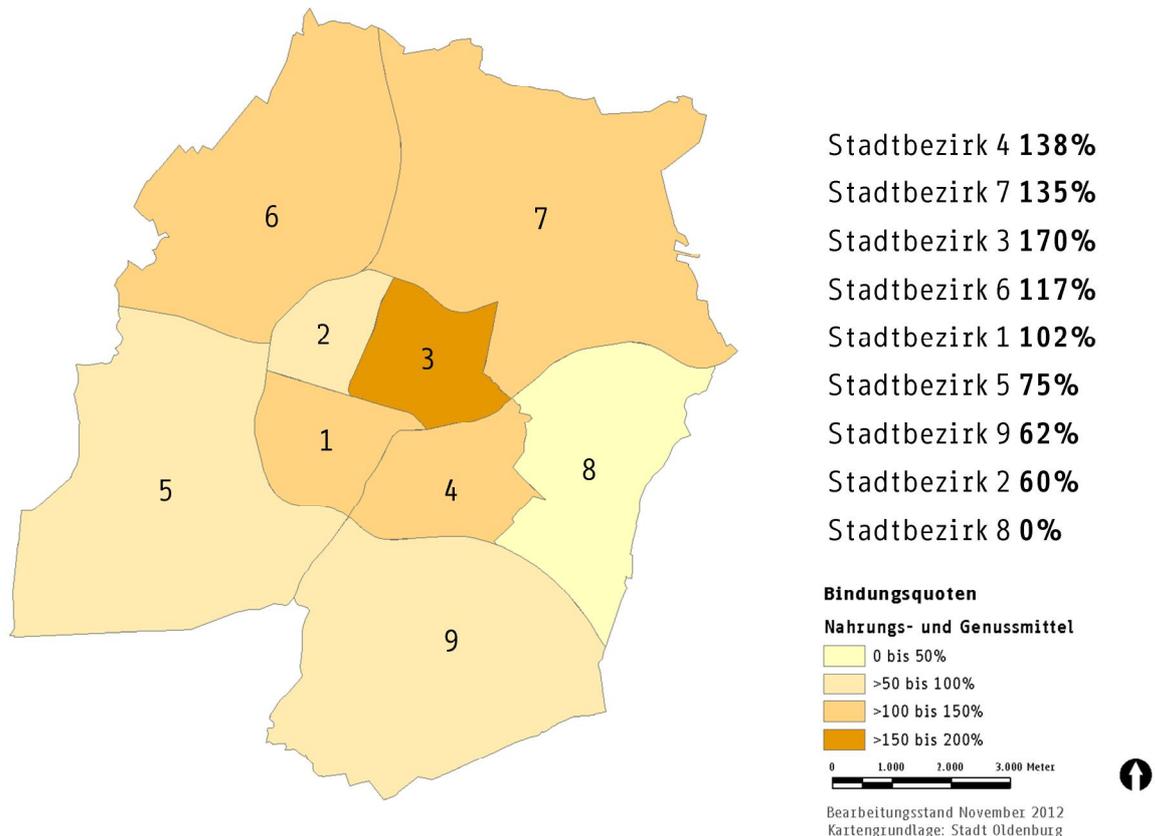
³⁶ Vgl. LROP Niedersachsen, Materialienband - 2.3 Entwicklung der Versorgungsstrukturen, zu Ziffer 03.



4.2.4.1 Bindungsquoten im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel auf Ebene der Stadtbezirke

Im Kapitel 4.2.2 wurde bereits dargestellt, dass die Bindungsquoten in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten auf eine rechnerische Vollversorgung der Bevölkerung schließen lassen. In den Stadtbezirken von Oldenburg stellt sich die Situation jedoch sehr unterschiedlich dar (vgl. Abb. 10).

Abb. 10: Bindungsquoten im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel in den Stadtbezirken



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung September bis November 2012, eigene Berechnungen

Im nahversorgungsrelevanten Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel liegt die Bindungsquote in insgesamt fünf Stadtbezirken bei mindestens 100%, in vier Stadtbezirken stellt sich somit zumindest die rechnerische Versorgung der Bevölkerung weniger positiv dar. Durch integrierte Standorte beträgt die Bindungsquote lediglich 70%.

4.2.4.2 Struktur der Lebensmittelbetriebe

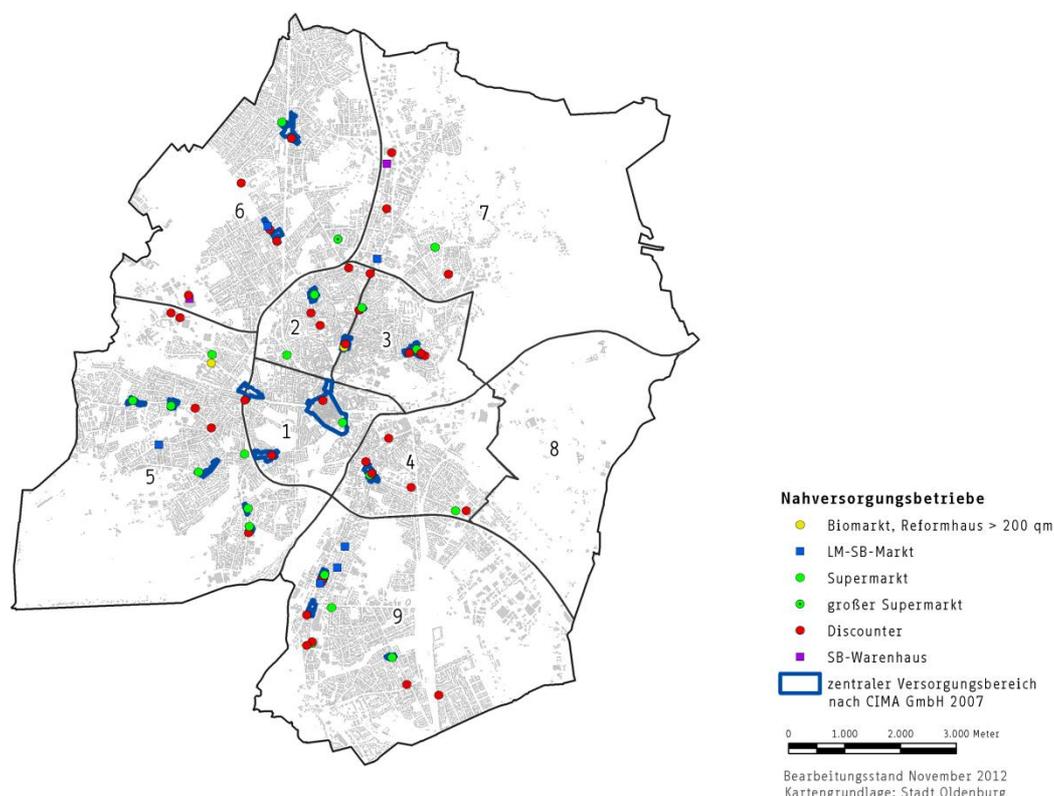
Neben diesen quantitativen Aspekten ist für die Nahversorgung der Bevölkerung vor allem die räumliche Verteilung der Nahversorgungsbetriebe von Bedeutung. Diese ist in Karte 3 dargestellt. Einen besonders wichtigen Beitrag zur Nahversorgung der Bevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs leisten - bei funktionsadäquatem, d.h. fußläufig erreichbarem Standort - Lebensmittelbetriebe wie z.B. Supermärkte oder

Lebensmitteldiscounter: Neben einem hinreichenden/ umfassenden Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel bieten diese i.d.R. ergänzend weitere (Teil-)Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereichs wie Drogeriewaren, Schreibwaren, Zeitungen/ Zeitschriften und Tiernahrung an, so dass der tägliche Bedarf durch derartige Betriebe (nahezu) vollständig abgedeckt werden kann.

Rund 45% der Betriebe sind in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt, in manchen Stadtbezirken sind die Nahversorgungsbetriebe ausnahmslos in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt (Stadtbezirke 1 und 3).

In den Stadtbezirken 5 und 9 sind mit jeweils 14 Nahversorgungsbetrieben die meisten vorhanden, für die tatsächliche Versorgungssituation der Bevölkerung ist dies jedoch wenig aussagekräftig. Neben Nahversorgungsbetrieben in den zentralen Versorgungsbereichen sind zudem Betriebe in sonstigen integrierten Lagen notwendig, um ausreichende Nahversorgungsmöglichkeiten in den Siedlungsbereichen vorzuhalten.

Karte 3: Verteilung der Nahversorgungsbetriebe



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung September bis November 2012; Datenbasis Stadt Oldenburg

Um die tatsächliche Nahversorgungssituation darzustellen, sind in der Karte 4 500-Meter-Radien um die Nahversorgungsbetriebe gelegt worden, um den Bereich aufzuzeigen, in welchem sich die Bevölkerung fußläufig nahversorgen kann. Es wird davon aus-

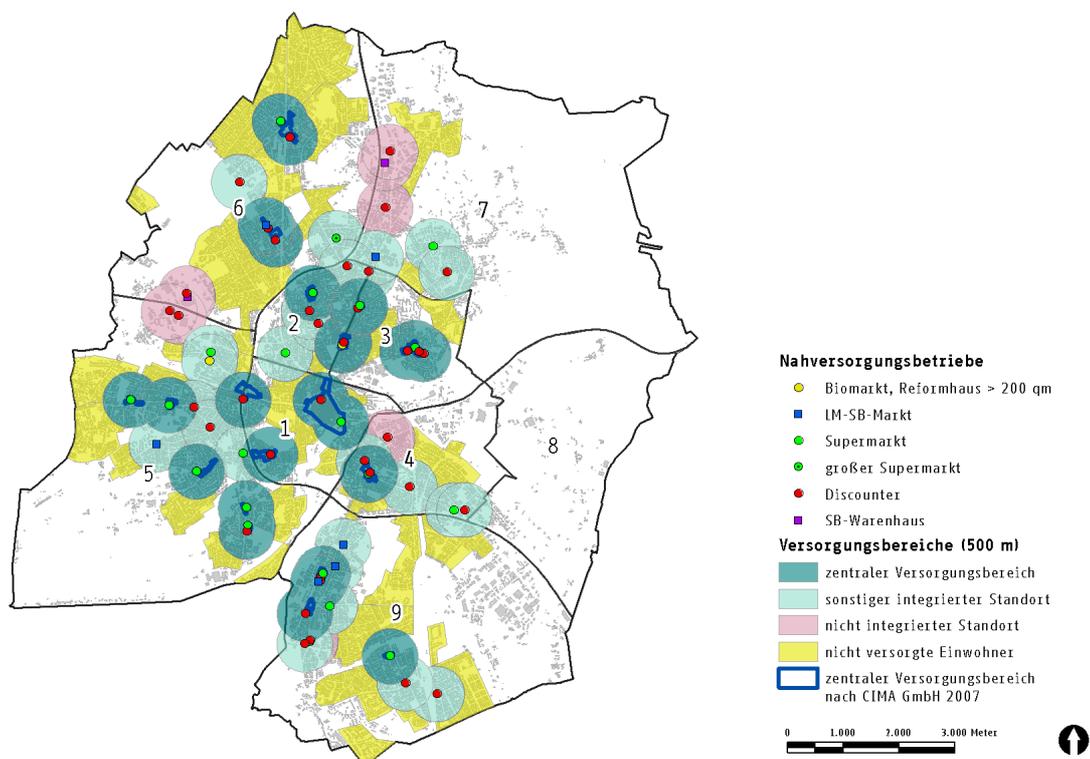


gegangen, dass ein Weg von 500-Meter Luftlinie zu Fuß zurückgelegt werden kann um sich zu versorgen. Der Radius von 700 Metern im Einzelhandelsentwicklungskonzept der Stadt Oldenburg aus dem Jahr 2007 wird als zu groß erachtet. Insbesondere, da die Entfernungen, durch räumliche Barrieren oder andere Hindernisse tatsächlich noch größer ausfallen können. Die Darstellung mittels eines 500-Meterradius ist schematischer Natur. In Einzelfallbetrachtungen können auch andere Entfernung und Radien verwendet werden.

Dabei wird deutlich, dass in einigen Stadtbezirken z.T. erhebliche Nahversorgungslücken bestehen, während sich in anderen Bereichen die Versorgungsbereiche der Nahversorgungsbetriebe überschneiden.

In der Karte 4 ist zudem ersichtlich, dass die Betriebe in den nicht integrierten Lagen teilweise keine bzw. lediglich eine eingeschränkte Nahversorgungsfunktion übernehmen (z.B. Fachmarktzentrum Wechloy), da hier keine entsprechende Mantelbevölkerung gegeben ist. Für die in der Karte weiß dargestellten Bereiche wird angenommen, dass dort keine Personen wohnen, da es sich beispielsweise um Gewerbegebiete, in denen keine bzw. fast keine Wohnhäuser stehen oder es sich um Freiflächen handelt.

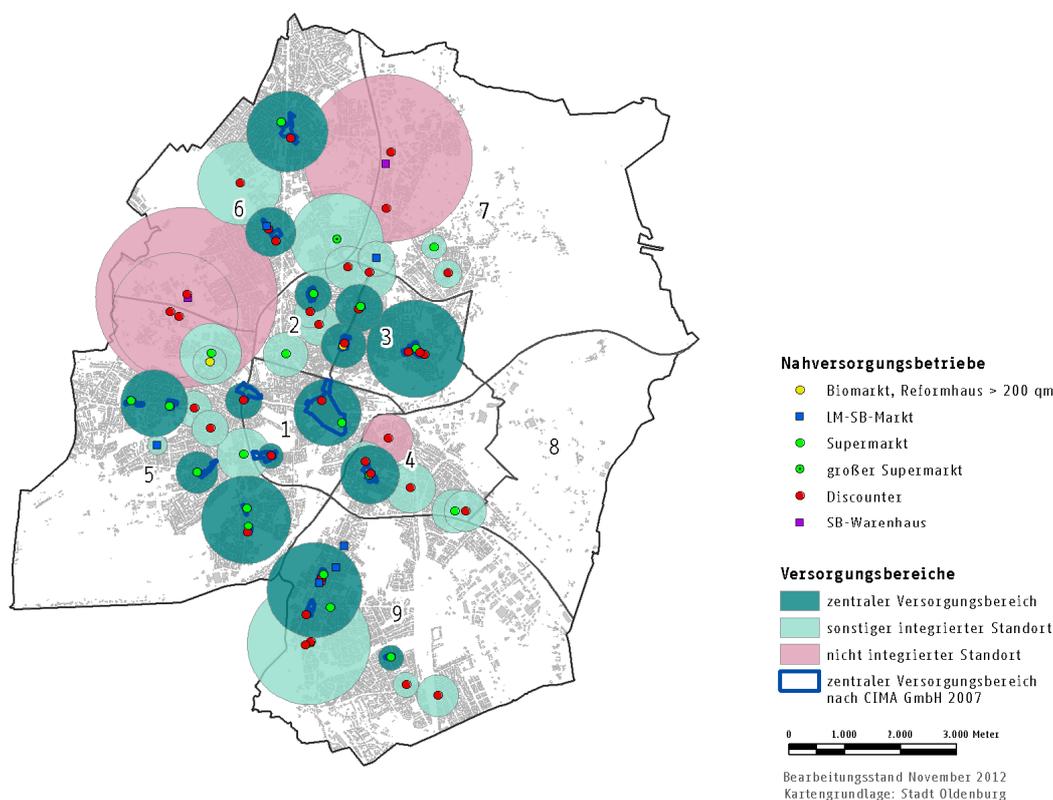
Karte 4: Verteilung der Nahversorgungsbetriebe und unterversorgte Bereiche



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung September bis November 2012, Datenbasis Stadt Oldenburg

Die verschiedenen Nahversorgungsbetriebe auf Grund der Verkaufsflächen und der damit verbundenen Umsatzerwartung weisen rein rechnerisch unterschiedlich große Einzugsbereiche auf, die in der nachfolgenden Karte 5 schematisch dargestellt werden.

Karte 5: Verteilung der Nahversorgungsbetriebe und rechnerische Versorgungsbereiche



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung September bis November 2012, Datenbasis Stadt Oldenburg

Auffällig ist, dass die Betriebe an den nicht integrierten Standorten die größten rechnerischen Einzugsbereiche haben und diese insbesondere in den Bereichen liegen, in denen eine fußläufige Nahversorgung (500-Meter-Radius) nicht oder nur sehr bedingt möglich ist (Bezirk 6 und Teile des Bezirks 7). Insofern tragen gerade diese Standorte mit einer hohen rechnerischen Reichweite am geringsten zur räumlichen Nahversorgung bei.

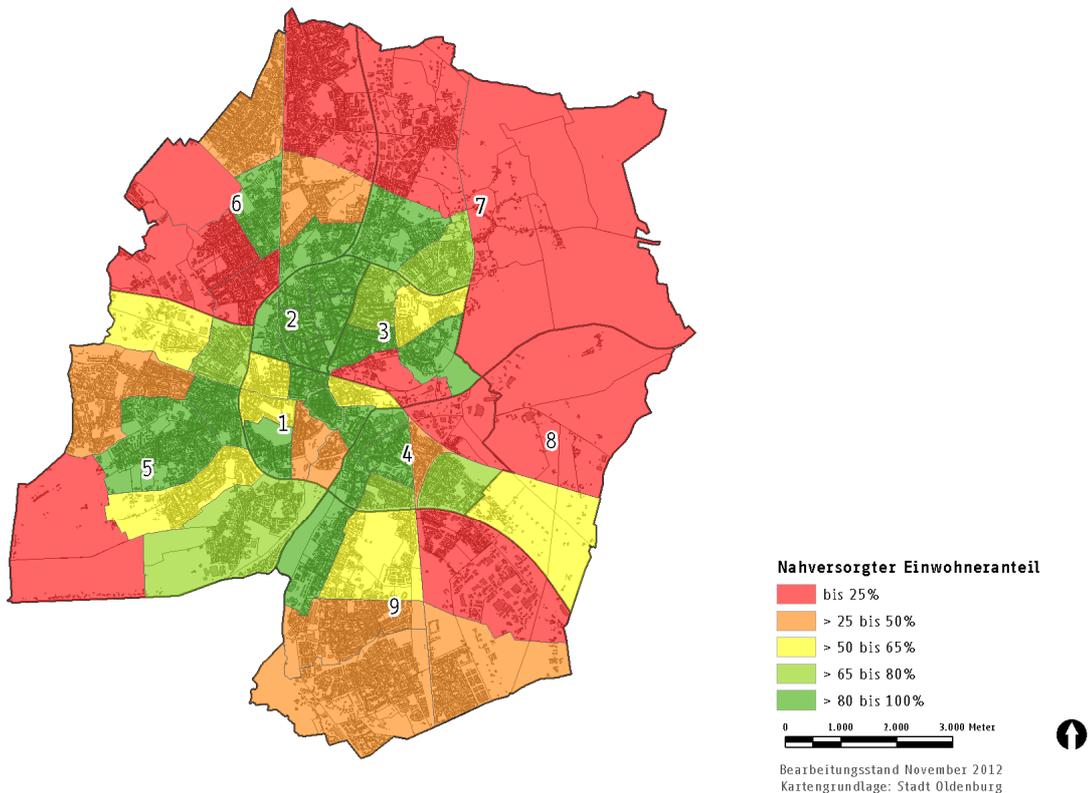
Zusammengefasst lässt sich jedoch festhalten, dass eine nahezu vollständige Nahversorgung der Bevölkerung im Stadtbezirk 2 gegeben ist (95% der Bevölkerung). In den meisten anderen Stadtbezirken liegt der Anteil der nahversorgten Einwohner zwischen 65% und 80%. In den Stadtbezirken 6 und 8 allerdings beträgt dieser Anteil



unter 50%, sodass insbesondere im Bezirk 6 von Nahversorgungslücken ausgegangen werden muss³⁷.

Aufgeschlüsselt nach Unterbezirken zeigen sich deutlichere Unterschiede (vgl. Karte 6). In den zentral gelegenen Unterbezirken ist der nahversorgte Einwohneranteil in der Regel am höchsten. Vor allem im Nord-Osten der Stadt Oldenburg ist die Nahversorgung defizitär.

Karte 6: Nahversorgter Einwohneranteil in den Unterbezirken

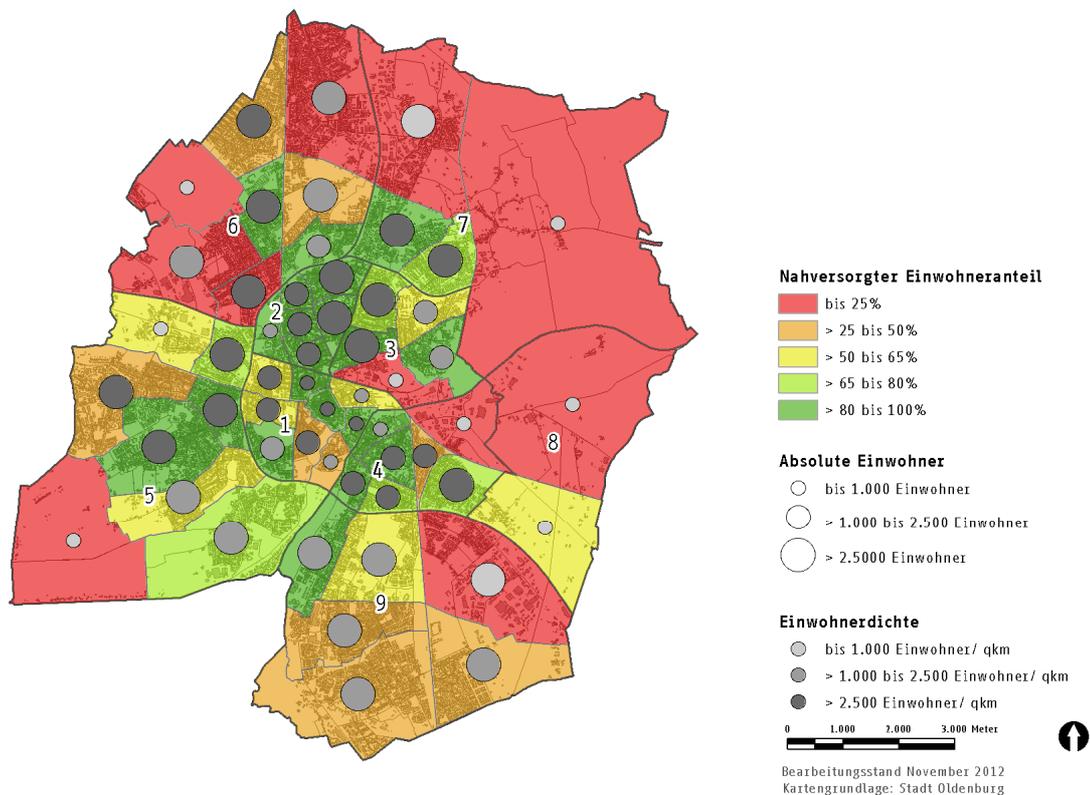


Quelle: eigene Einzelhandelserhebung September bis November 2012, eigene Berechnungen, Datenbasis Stadt Oldenburg

³⁷ Die dargestellten Nahversorgungslücken im Bezirk 8 gehen insbesondere auf die geringe Bevölkerungsdichte zurück.

In Bezug zur Einwohnerzahl der Unterbezirke zeigt sich (vgl. Karte 7), dass in einigen der Unterbezirke, in denen der nahversorgte Einwohneranteil weniger 25% beträgt, eine hohe absolute Einwohnerzahl vorhanden ist sowie eine hohe Einwohnerdichte. Dies deutet daraufhin, dass in diesen Bezirken ein zusätzlicher Nahversorgungsbetrieb vermutlich möglich ist. In den anderen Bezirken mit einem Anteil von unter 25%, mit einer geringen Einwohnerdichte und einer niedrigen absoluten Einwohnerzahl, ist der rentable Betrieb eines Nahversorgungsbetriebs hingegen weniger wahrscheinlich.

Karte 7: Nahversorgter Einwohneranteil in den Unterbezirken in Relation zur Einwohnerzahl



Quelle: eigene Einzelhandelserhebung September bis November 2012, eigene Berechnungen, Datenbasis Stadt Oldenburg

Der nahversorgte Einwohneranteil durch Betriebe in den zentralen Versorgungsbereichen ist noch geringer. Ein Anteil zwischen 80 und 100% wird lediglich in einigen Unterbezirken der Stadtbezirke 1, 2, 3 und 4 erreicht. Überwiegende Teile der Stadt Oldenburg, vor allem der Osten der Stadt, weisen lediglich einen nahversorgten Einwohneranteil durch Betriebe in zentralen Versorgungsbereichen von bis zu 25% auf.



4.2.4.3 Einzelhandelsangebot in den zentralen Versorgungsbereichen und Einzelhandelskonzentrationen

Die größte Einzelhandelskonzentration in der Stadt Oldenburg mit rd. 101.800 qm Verkaufsfläche stellt der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt³⁸ dar. In diesem werden überwiegend Waren des mittelfristigen Bedarfsbereiches angeboten.

Das Angebot in den anderen zentralen Versorgungsbereichen liegt überwiegend im nahversorgungsrelevanten Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel.

Ausnahmen bilden die übrigen zentralen Versorgungsbereiche (ZVB) des Stadtbezirks 1, Hauptstraße Eversten, Westkreuz, und der zentrale Versorgungsbereich Ofenerdiek: Im ZVB Hauptstraße Eversten liegt der Schwerpunkt im mittelfristigen Bedarfsbereich, im ZVB Westkreuz im langfristigen. Neben dem Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel besteht im ZVB Ofenerdiek außerdem ein Angebotsschwerpunkt bei den Sortimenten des mittelfristigen Bedarfsbereiches.

Im Vergleich zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt ist das Angebot in den anderen zentralen Bereichen wesentlich geringer. Die Verkaufsflächen in diesen reichen von rd. 875 qm (ZVB Kreyen-Centrum; Stadtbezirk 9) bis rd. 9.250 qm (Westkreuz, Stadtbezirk 1).

In den Stadtbezirken 1, 2, 3, und 5 konzentrieren sich die Einzelhandelsschwerpunkte auf die zentralen Versorgungsbereiche.

Im Stadtbezirk 4 befinden sich zwei Einzelhandelskonzentrationen in nicht integrierten Lagen. Bei einer Verkaufsfläche von bis zu rd. 32.250 qm besteht das Angebot überwiegend für die Sortimente des langfristigen Bedarfsbereiches. Ebenfalls im Stadtbezirk 4 befindet sich der Nahversorgungsstandort Stedinger Straße mit überwiegend nahversorgungsrelevantem Angebot.

Der zweitgrößte Einzelhandelsstandort in der Stadt Oldenburg liegt im Stadtbezirk 6. Der nicht integrierte Standort Fachmarktzentrum Wechloy bietet bei einer Größe von rd. 65.325 qm Verkaufsfläche vor allem Sortimente des mittelfristigen Bedarfsbereiches an und stellt somit einen bedeutenden Konkurrenzstandort zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt dar. Das Fachmarktzentrum Wechloy liegt unmittelbar an der Autobahnabfahrt der A 28 und bietet daher auch eine gute Erreichbarkeit. In diesem Stadtbezirk befindet sich zusätzlich der Standort Eßkamp/ Scheideweg, in welchem überwiegend Nahrungs-/ Genussmittel angeboten werden.

Im Stadtbezirk 7 befinden sich ausschließlich nicht integrierte Einzelhandelsstandorte. Der Standort Wilhelmshavener Heerstraße und das Fachmarktzentrum Stubbenweg

³⁸ Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche nach Stadt Oldenburg, Einzelhandelsentwicklungskonzept 2007



halten vor allem Sortimente des langfristigen Bedarfsbereiches vor, das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel ist jedoch am Standort Wilhelmshavener Heerstraße gleich stark vertreten.

Auch im Fachmarktzentrum Alter Postweg im Stadtbezirk 9 liegt der Angebotsschwerpunkt im langfristigen Bedarfsbereich.

Hinsichtlich der nicht integrierten Standorte lässt sich somit zusammenfassen, dass dort vor allem Sortimente des langfristigen Bedarfsbereiches angeboten werden.



5. VORSCHLAG FÜR EINEN ZIELKATALOG DES EINZELHANDESENTWICKLUNGSKONZEPTES DER STADT OLDENBURG

Das aktuell vorhandene Baurecht ermöglicht auf Grundlage der Baunutzungsverordnung die Einzelhandelsentwicklung vor dem Hintergrund städtebaulicher Zielsetzungen räumlich zu steuern³⁹. Auf diesem Tatbestand beruht die Entwicklung für die Stadt Oldenburg. Dabei ist zu berücksichtigen, dass auch wenn der § 34 (3) BauGB die Problematik ungewollter Entwicklungen in Innenbereichen reduziert, die Kommunen dabei nur reaktiv handeln können. Für eine aktive Steuerung sind Bebauungspläne und die entsprechenden Festsetzungen unerlässlich.

Die Voraussetzung für das Konzept zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels bildet ein Zielsystem für die funktionale Entwicklung der Stadt insgesamt und für die Zentren von Oldenburg. Dabei hat die Erfahrung mit der Erarbeitung zahlreicher Gutachten als Grundlage für Einzelhandelskonzepte für verschiedene Städte und Gemeinden gezeigt, dass die Oberziele für die verschiedenen Kommunen weitgehend identisch sind. Auch die Leit- bzw. Oberziele für das bestehende Einzelhandelsentwicklungskonzept Oldenburg sind mit denen anderer Städte vergleichbar. Dies ist insofern nicht verwunderlich, wenn die Sicherung des Leitbildes der europäischen Stadt mit ihren Versorgungskernen und die Erhaltung der Nahversorgung die stadtentwicklungsplanerische Zielsetzung darstellt. Daher dienen die nachfolgend aufgeführten Oberziele noch einmal als Grundlage für die differenzierten Zielsetzungen und Vorschläge für die einzelnen räumlichen Teilbereiche bzw. für die strategischen Vorschläge zur Umsetzung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes.

Stärkung der Versorgungsfunktion als Oberzentrum

Die bestehende oberzentrale Versorgungsfunktion, die in besonderem Maße der Innenstadt von Oldenburg zukommt und durch diese erfüllt wird, gilt es zu erhalten. Quantitativ wird die Versorgungsfunktion der Stadt Oldenburg als Oberzentrum in zahlreichen Sortimenten des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs bereits wahrgenommen. Die oberzentrale Funktion drückt sich dabei insbesondere im mittelfristigen Bedarfsbereich mit einer Bindungsquote von 210% und im langfristigen Bedarfsbereich mit 179% aus. Im kurzfristigen Bedarfsbereich gibt es, außer z.B. bei speziellen Lebensmitteln (Feinkost oder Spezialprodukte), keinen Anspruch auf eine oberzentrale, also eine die Nachbarkommunen mitversorgende Versorgungsfunktion; jede Kommune und idealerweise auch jeder Stadtteil sollte sich zumindest quantitativ selbst nahversorgen. Die relativ niedrige Bindungsquote von knapp unter 100% bei

³⁹ Vgl. dazu zusammenfassend Acocella, 2004, a.a.O., S. 56ff.



Nahrungs-/ Genussmitteln sowie beim Lebensmittelhandwerk, dürfte sich vor allem auf Grund sonstiger nicht stationärer Angebote (insb. Wochenmärkte und mobile Angebote) ergeben haben.

Auf Grund der bestehenden Ausgangssituation ist, um den Erhalt der oberzentralen Versorgungsfunktion im Einzelhandel zu sichern, auf eine behutsame Entwicklung zu achten. Dies bedeutet, dass insbesondere die oberzentrale Funktion der Innenstadt gegenüber den unzweifelhaft auch oberzentralen Angeboten an der Peripherie bzw. an nicht integrierten Standorten gesichert werden muss. Die funktionale Stärke der Innenstadt im Einzelhandelsbereich ist insbesondere auch aus städtebaulichen Gründen erforderlich, um die identifikationsstiftende städtebauliche Substanz dauerhaft zu gewährleisten. Vor dem Hintergrund der bereits bestehenden, sehr ausgeprägten oberzentralen Versorgungsleistung in nahezu allen Bedarfsbereichen, sind daher Neuan siedlungen oder Erweiterungen entsprechender Größe vor allem vor dem Hintergrund der oberzentralen Funktionssicherung der Innenstadt zu bewerten.

Erhalt/ Stärkung der Nahversorgungsstruktur

Vor dem Hintergrund einer möglichst flächendeckenden Versorgung der Bevölkerung stellt der Erhalt der Nahversorgungsstruktur in Oldenburg ein wesentliches Ziel dar: Durch den demographischen Wandel sowie Kosten- und Einkommensentwicklungen wird die Zahl der eingeschränkt mobilen Bevölkerung perspektivisch entsprechend der bundesweiten Tendenzen zunehmen.

Um das Ziel der räumlichen Nahversorgung zu erreichen, sollen den Zentren dabei weiterhin unterschiedliche Versorgungsfunktionen gemäß ihrer Hierarchiestufe zukommen, die sich unter anderem in Struktur und Vielfalt ihres Einzelhandelsangebotes ausdrücken (sollen): Während dem Zentrum Innenstadt eine umfassende (über-) regionale Versorgungsfunktion in allen zentrenrelevanten Sortimenten zukommt, sollen die nachgeordneten Stadtteilzentren eine stadtteil- bis quartiersbezogene Versorgungsfunktion übernehmen; die Nahversorgungszentren beschränken sich in ihrer Versorgungsfunktion auf die Nah-/ Grundversorgung des Wohnumfeldes. Die Quartiersversorgung kann jedoch auch durch maßstäbliche Einzelstandorte übernommen werden. Die bestehenden Versorgungsstrukturen sind unter Berücksichtigung der jeweiligen aktuellen bzw. perspektivischen Versorgungsaufgaben maßstabsgerecht zu gestalten und ggf. zu stärken. Dort, wo keine stationäre Lösung für die Nahversorgung möglich ist, sollten andere Formen der Nahversorgung, wie z.B. mobile Angebote angestrebt werden. Da auch letztere eine wirtschaftliche Basis benötigen, ist auch vor diesem Hintergrund regelmäßig auf eine dem Gebiet und der Funktion entsprechende maßstäbliche Entwicklung von Nahversorgungsstandorten zu achten.



Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe

Ein weiteres wichtiges Ziel besteht darin, die mit Hilfe des Baurechtes geschaffenen Gewerbegebiete der eigentlichen Zielgruppe, nämlich dem Handwerk und dem produzierenden Gewerbe, vorzuhalten. (Weitere) Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben in bestehenden Gewerbegebieten sind auszuschließen bzw., sofern es sich um Vorhaben mit nicht zentrenrelevantem Angebotsschwerpunkt handelt, auf wenige, bereits durch Handel geprägte Standorte zu konzentrieren. Die Standortentscheidungen zur Investition in bestehende Gewerbebetriebe hängen häufig auch von den Perspektiven flächenbezogener Entwicklungsoptionen ab.

Ein wichtiger Faktor bei der Steuerung sind die Auswirkungen auf den Bodenpreis innerhalb von Gewerbegebieten. Ein gestiegener Bodenpreis kann dazu führen, dass physisch vorhandene Flächen aus Sicht der potenziellen Nutzer faktisch nicht vorhanden sind, da sie häufig nicht mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Gewerbegrundstücke bzw. für gewerbegeeignete Grundstücke mithalten können⁴⁰. Denn auch für Neuansiedlungen von Gewerbebetrieben ist es wichtig, möglichst zeitnah und kostengünstig Flächen zu erhalten, die ggf. weitere räumliche Entwicklungsoptionen zulassen.

Hinzu kommt, dass die Ausweisung neuer Gewerbegebiete und damit die Bereitstellung neuer Gewerbeflächen auf Grund umweltrechtlicher Vorgaben erheblich erschwert worden ist bzw. nicht den zeitlichen Anforderungen der Nachfrager entspricht. Insofern dient das Einzelhandelsentwicklungskonzept auch der Förderung der gewerblichen Wirtschaft bzw. deren Standortsicherung.

Schaffung von Investitions-/ Entscheidungssicherheit

Jede potenzielle Investition ist in erheblichem Ausmaß von den Rahmenbedingungen vor Ort abhängig. Diese Rahmenbedingungen können zumindest teilweise von der Politik geschaffen werden.

Investitionen werden wahrscheinlicher, wenn Risiken "ungerechtfertigter Wettbewerbsvorteile" durch ein konzeptionelles und stringentes Handeln vermieden werden. Damit kann (und soll) jedoch keine Renditesicherheit erreicht werden: Im wettbewerblichen Wirtschaftssystem bleibt jede Investition mit unternehmerischen Risiken verbunden. Wenn also, wie bisher, mit dem Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Oldenburg ein Schutz der Zentren assoziiert wird, so nur in dem Sinne, dass die

⁴⁰ Neben Einzelhandelsbetrieben können auch kerngebietstypische Nutzungen wie Vergnügungsstätten (insbesondere Spielhallen) negative Auswirkungen auf das Bodenpreisgefüge in Gewerbegebieten verursachen.



Entwicklungsfähigkeit dieser durch den Schutz vor "unfairem Wettbewerb" gesichert werden soll. „Unfairer Wettbewerb“ bedeutet, dass gleichartige Ansiedlungen durch unterschiedliche Standortbedingungen mit unterschiedlichen Hemmnissen oder Investitionskosten konfrontiert werden, so dass der Wettbewerb nicht durch die Angebotsqualität, sondern durch die ungleichen Standortbedingungen vorentschieden wird. Das Planungsrecht ist insofern wettbewerbsneutral, da kein Wettbewerbsschutz betrieben wird.

Eng damit verbunden ist die Entscheidungssicherheit für städtebaulich erwünschte Investitionen (z.B. Gebäudesanierung). Zur Förderung solcher Investitionen ist ebenfalls ein verlässlicher Rahmen erforderlich.

Letztlich stellt die konsequente Umsetzung eines Einzelhandelsentwicklungskonzeptes auch eine vertrauensbildende Maßnahme für Investitionen durch neue und bestehenden Händler, Projektentwickler, Gebäudeeigentümer bzw. Gewerbetreibende und die Immobilienwirtschaft im Allgemeinen dar.

Stärkung der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt in zentralen Versorgungsbereichen

Neben der Zentralität - ein vor allem rein quantitatives Merkmal - soll auch die Vielfalt an Funktionen, d.h. die in den zentralen Versorgungsbereichen bestehende Mischung von Einzelhandel, verschiedener Dienstleistungen (private und öffentliche, kommerzielle und soziale), Gastronomie, Kultur und Wohnen erhalten und gestärkt werden. Dabei sollte der Einzelhandel von unterschiedlichen Branchen sowie von verschiedenen Betriebstypen geprägt sein, welche die eigene Identität der Zentren formen. Insbesondere in den Stadtteilzentren sollte die funktionale Vielfalt im Bereich der nahversorgungs- und sonstigen zentrenrelevanten Sortimente, die entscheidend zur Angebotsattraktivität beiträgt, erhalten und, soweit sinnvoll und möglich, gestärkt werden. Bezüglich der Nahversorgungszentren ist neben einem auf den täglichen Bedarf ausgerichteten Einzelhandelsangebot ein entsprechendes Angebot publikumsintensiver, zentrenprägender Handwerks- und Dienstleistungseinrichtungen zu erhalten bzw. zu stärken.

Erhalt/ Stärkung der Identität der zentralen Versorgungsbereiche

Die unverwechselbare Identität zentraler Versorgungsbereiche, auch der Innenstadt, wird durch verschiedene Faktoren (Einzelhandels- und Dienstleistungsmix, historische Strukturen/ Gebäude, Architektur etc.) geprägt, die es zu erhalten und teilweise zu stärken gilt. Vor allem im Hinblick auf den zunehmenden inter- und intrakommunalen



Standortwettbewerb ist die Entwicklung bzw. Stärkung eines klaren Profils der einzelnen Zentren von wesentlicher Bedeutung. Das äußere Erscheinungsbild - Städtebau und Architektur - gewinnt zudem angesichts der stetig zunehmenden Filialisierung im Handel und der damit verbundenen Uniformität der Waren- bzw. Geschäftspräsentation an Gewicht. Diese Sicherung der äußeren, gebauten Gestalt der Innenstadt und der sonstigen Zentren braucht eine stabile ökonomische Basis durch einen funktionierenden Einzelhandel. Es gibt keine alternative Nutzung, die in vergleichbarem Umfang mit der entsprechenden funktionalen Wirkung wie der Einzelhandel in der Lage ist, die Zentrenbildung zu sichern.

Erhalt/ Stärkung der kurzen Wege ("Stadt der kurzen Wege")

Ein kompaktes Zentrum mit kurzen Wegen ist eine wichtige Voraussetzung für Dichte und Frequenz und damit unabdingbar für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger, urbaner Räume.

Weiterhin ist insbesondere für weniger mobile Bevölkerungsgruppen eine Stadt der kurzen Wege von wesentlicher Bedeutung, vor allem in Bezug auf die Nahversorgung. Zudem können somit überflüssiger Verkehr weitgehend vermieden und die dadurch entstehenden Umweltbelastungen eingedämmt werden. Trotz der kompakten Siedlungsstruktur der Stadt Oldenburg ist auf Grund der strahlenförmigen Verkehrserschließung die Erhaltung und Stärkung der Nahversorgungszentren von hoher Bedeutung.

Ziel sollte daher eine wohnungsnah Grundversorgung für möglichst große Bevölkerungsteile sein. Dabei ist im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente auf eine Kaufkraftbindung aus dem jeweiligen unmittelbaren Einzugsbereich zu achten. Dies gilt nicht nur für zentrale Versorgungsbereiche, sondern auch für sonstige integrierte Standorte von Lebensmittelbetrieben, sofern diese eine eigenständige Versorgungsfunktion wahrnehmen. In der Innenstadt sind die Strukturen bereits durch die hohe funktionale Dichte, den hohen Vernetzungsgrad sowie die unterschiedlichen Angebotsschwerpunkte und die Attraktivität einzelner Teilbereiche für unterschiedliche Bevölkerungs-/ Besuchergruppen als kompakt zu bezeichnen. Diese Struktur gilt es zu erhalten. Auch in den weiteren Zentren der Stadt Oldenburg sollte eine kompakte Struktur erhalten bzw. angestrebt werden. Dabei ist zu beachten, dass es in der Stadt Oldenburg, historisch bedingt, ein Vielzahl von linearen Zentren gibt. Diese Strukturen aufzubrechen und kompakte Strukturen zu entwickeln stellt eine besondere Herausforderung dar.



6. PROGNOSE DES VERKAUFSFLÄCHENSPIELRAUMS IN OLDENBURG

Das auf dem vorliegenden Gutachten basierende fortgeschriebene Einzelhandelsentwicklungskonzept soll die Basis für eine mittel- bis langfristige städtebaulich-funktionale Entwicklungskonzeption für den Einzelhandel in der Stadt Oldenburg darstellen. Die zukünftige Entwicklungs- und Funktionsfähigkeit der Innenstadt und weiterer zentraler Versorgungsbereiche hängt auch davon ab, ob, wie und wo weitere Einzelhandelsflächen angesiedelt werden. Es ist deshalb notwendig, neben der Beschreibung der Ist-Situation mögliche quantitative und räumliche Entwicklungsperspektiven aufzuzeigen. Zur Quantifizierung des Entwicklungsspielraums wurde deshalb eine Verkaufsflächenprognose durchgeführt. Räumliche Entwicklungsperspektiven werden in Kap. 7 beschrieben.

Grundlage für das fortgeschriebene Einzelhandelsentwicklungskonzept sind die in Kap. 5 dargestellten Ziele, die mit einem solchen Konzept erreicht werden sollen.

6.1 METHODISCHES VORGEHEN

Wesentliche Bestimmungsgründe der Verkaufsflächenprognose sind die Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung. Für die Ermittlung der branchenspezifischen Potenziale sind die allgemeinen, branchenbezogenen Trends im Einzelhandel zu berücksichtigen. Diese basieren u.a. auf den absehbaren Trends der Einzelhandelsentwicklung, der Veränderung der Bevölkerungsstruktur und dem erreichten Ausstattungsgrad der Bevölkerung mit einzelnen Gütern⁴¹.

Neben diesen nachfrageseitigen Determinanten sind allgemeine Entwicklungstrends im Einzelhandel sowie angebotsseitige Veränderungen zu berücksichtigen. Dafür ist entscheidend, ob und inwieweit die Position der Stadt Oldenburg im Hinblick auf ihr Einzelhandelsangebot gestärkt werden kann. Diese Positionierung wiederum ist - zumindest teilweise - auch von der künftigen räumlichen Entwicklung in Oldenburg abhängig.

Der Entwicklungsspielraum wurde aus diesen ökonomischen Berechnungen abgeleitet. Die städtebaulich und funktional sinnvolle räumliche Verteilung dieser zusätzlichen Verkaufsflächen hängt einerseits von den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes (vgl. Kap. 5 und Kap. 7.3) und andererseits von den verfügbaren Flächen (vgl. Kap. 7) ab.

⁴¹ Vgl. z.B. Statistisches Bundesamt: Ausstattungsgrad privater Haushalte mit ausgewählten Gebrauchsgütern.



Der abgeleitete quantitative Entwicklungsspielraum ist einer räumlichen Steuerung zugänglich: Es ist eher die Ausnahme, dass in einer stagnierenden Situation Verbesserungen in der Handelsstruktur erreicht werden können, da der Bestand kaum zu lenken ist⁴².

Zur Darstellung der Prozesshaftigkeit der Entwicklungen wurden zwei Prognosehorizonte ausgewählt: Eine eher kurzfristige Perspektive bis zum Jahr 2015, deren Ergebnisse weitgehend als aktueller Bedarf angesehen werden können, sowie eine mittel- bis langfristige Prognose bis zum Jahr 2025.

Wegen der Unsicherheiten, mit denen Prognosen behaftet sind, wurden eine obere und eine untere Variante erarbeitet, so dass sich als Prognoseergebnis ein Entwicklungskorridor ergibt, der die Prognoseunsicherheiten reduziert. Damit haben zu treffende Entscheidungen zugleich eine sicherere Grundlage.

Um die Gefahren nicht prognostizierbarer Einbrüche aufzuzeigen, wurden verschiedene Szenarien zugrunde gelegt (Kap. 6.1.2).

Da Apotheken und Lebensmittelhandwerk hinsichtlich ihrer Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklung anderen Gesetzmäßigkeiten folgen, beschränkt sich die Prognose auf den Einzelhandel i.e.S.⁴³. Da die Ist-Situation für 2012 ermittelt wurde, nimmt die Prognose diese zur Grundlage.

6.1.1 Annahmen zur Entwicklung der Nachfrage

Für die Einwohnerentwicklung wurde auf die Vorausberechnung des Landesamtes für Statistik Niedersachsen (LSN) sowie der Stadt Oldenburg zurückgegriffen; das Anwenden anderer Prognosen (z.B. Bertelsmann-Prognose) würde das Ergebnis lediglich um eine weitere Variante ergänzen⁴⁴. In der folgenden Abbildung sind die Entwicklung für den Zeitraum 1990 bis 2011 (städtische Einwohnerzahlen) bzw. 2012 (amtliche Einwohnerzahlen)⁴⁵ sowie die verschiedenen Prognosen dargestellt.

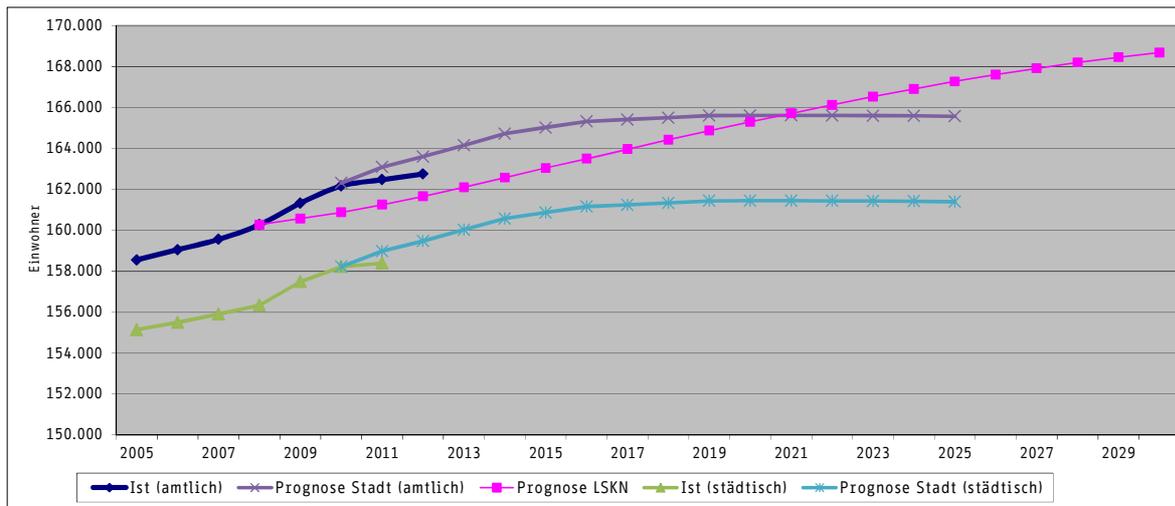
⁴² Ausnahmen hiervon sind allenfalls durch eine freiwillige bzw. seitens der Verwaltung aktive Umsiedlung bestehender Einzelhandelsbetriebe möglich, wobei für den bisherigen Standort das Baurecht entsprechend geändert werden müsste.

⁴³ D.h. ohne Lebensmittelhandwerk, Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffe sowie Apotheken.

⁴⁴ Die Prognoseeckpunkte basieren auf Grund des Zeitablaufs in diesem Projekt nicht auf den Zensus-Daten 2011. Da danach die Bevölkerung niedriger ist als bisher unterstellt, würde sich das Prognoseergebnis für die Verkaufsflächenentwicklung verschärfen, so dass die hier durchgeführte Prognose eine eher optimistische Perspektive darstellt.

⁴⁵ Für 2012 wurde der Wert für den 30.06. angesetzt, während ansonsten die Jahresdaten jeweils den Stand am Jahresende angeben.

Abb. 11: Einwohnerentwicklung in Oldenburg 2005 bis 2011 bzw. 2012 (tatsächliche Entwicklung) und 2008 bis 2030 (Prognosewerte)



Quelle: LSN; Stadt Oldenburg - Amt für Personal- und Verwaltungsmanagement

Seit 2008 übersteigt die tatsächliche Entwicklung die Prognose vom LSN, wobei sich die Entwicklung der Trendlinie wieder annähert. Im Vergleich zur städtischen Prognose ist die Entwicklung seit 2010 hinter der Prognose geblieben. Für die beiden Prognosezeitpunkte wurden jeweils die niedrigeren und höheren Prognosewerte auf Grundlage der amtlichen Einwohnerzahlen⁴⁶ zugrunde gelegt. Um die Prognosegenauigkeit zu verdeutlichen wurden die Prognosewerte auf 250 Einwohner gerundet.

Für das Jahr 2015 ist in Oldenburg somit von einer Einwohnerzahl zwischen 163.000 (LSN) und 165.000 (Stadt) Einwohnern und 2025 mit 165.500 (Stadt) bis 167.250 (LSN) Einwohnern und somit über den gesamten Betrachtungszeitraum gesehen von einem Bevölkerungszuwachs um rd. 1,2% in der unteren Variante bzw. rd. 2,8% in der oberen Variante auszugehen.

Auch im Hinblick auf die andauernde Euro-/ Staatsschuldenkrise und deren Auswirkungen ist es derzeit äußerst schwierig, verlässliche Prognosen über die künftige Einzelhandelsentwicklung abzugeben. Gleichzeitig ist zu berücksichtigen, dass auch in den vergangenen Jahren der Einzelhandel von gesamtwirtschaftlichen Zuwächsen nur teilweise profitieren konnte. Daher ist davon auszugehen, dass selbst bei fortwährendem gesamtwirtschaftlichem Wachstum und einer Steigerung der Konsumausgaben dem Einzelhandel allenfalls leichte Umsatzsteigerungen bevorstehen: Auch bei Zunahme des privaten Verbrauchs kann der Anteil einzelhandelsrelevanter Ausgaben weiter zurück-

⁴⁶ Die Feststehende Größe ist das Kaufkraftpotenzial insgesamt. Eine geringere städtische Einwohnerzahl führt zu höheren Ausgaben je Einwohner (und nicht zu einem geringeren Kaufkraftpotenzial).



gehen. Dabei muss zugleich berücksichtigt werden, dass die einzelnen Branchen von der Entwicklung in der Vergangenheit sehr unterschiedlich betroffen waren: In einigen Branchen waren auch in den "mageren Jahren" reale Umsatzzuwächse zu verzeichnen. Dies war beispielsweise im Bereich der erneuerbaren Energien gegeben.

Für die Entwicklung der Verbrauchsausgaben im Einzelhandel je Einwohner wurde vor diesem Hintergrund bis 2015 von einer Stagnation (untere Variante) bis zu einem maximalen jährlichen Zuwachs um 0,5% (obere Variante) ausgegangen; für den übrigen Zeitraum bis zum Jahr 2025 wurde ein jährlicher Zuwachs um 0,5% bis 1,0% unterstellt.

In Anbetracht der weitgehenden Stagnation im deutschen Einzelhandel seit 1993 ist insbesondere die obere Variante als Hoffnung anzusehen, damit dem Einzelhandel der "Ausbruch" aus dieser Entwicklung gelingen und er mithin an der konjunkturellen Entwicklung (wenn auch weiterhin unterdurchschnittlich) partizipieren kann.

Da übereinstimmend von allen Instituten eine weitere Abnahme des Anteils der Ausgaben im Einzelhandel an den Einkommen prognostiziert wird, sind die getroffenen Annahmen zur Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gleichbedeutend mit der Unterstellung eines deutlich über diesen Werten liegenden gesamtwirtschaftlichen Wachstums.

Die Annahmen zur Entwicklung der Nachfrageseite und das sich daraus ergebende einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in Oldenburg sind in Tab. 5 (folgende Seite) als Übersicht dargestellt.

Für die Ableitung des Kaufkraftpotenzials nach Sortimenten wurden vorhersehbare Verschiebungen in der Nachfragestruktur berücksichtigt. Dieses ist tabellarisch im Anhang dargestellt (Tab. A - 3).



Tab. 5: Annahmen zu Nachfrageentwicklung und Kaufkraftpotenzial im Überblick

Kaufkraftentwicklung	untere Variante	obere Variante
Einwohner 2015	163.000	165.000
Einwohner 2025	165.500	167.250
Kaufkraftzuwachs 2012 - 2015	0,0% p.a.	0,5% p.a.
Kaufkraftzuwachs 2015 - 2025	0,5% p.a.	1,0% p.a.
Kaufkraftzuwachs 2012 - 2025 insgesamt	5,6%	12,7%
Kaufkraft/ Einw. (Oldenburg) 2012 (ohne LM-HW* und Apotheken)	5.093 €	
Kaufkraft / Einw. (Oldenburg) 2015	5.118 €	5.195 €
Kaufkraft / Einw. (Oldenburg) 2025	5.380 €	5.739 €
Kaufkraftpotenzial Oldenburg 2012	828,9 Mio. €	
Kaufkraftpotenzial Oldenburg 2015	834,2 Mio. €	857,2 Mio. €
Änderung gegenüber 2012	0,6%	3,4%
Kaufkraftpotenzial Oldenburg 2025	890 Mio. €	960 Mio. €
Änderung gegenüber 2012	7%	16%

Quelle: LSN; Stadt Oldenburg; IFH Köln (2012); eigene Berechnungen;

* Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Metzger).

6.1.2 Annahmen zur Entwicklung der Angebotsseite

Es wird davon ausgegangen, dass Kaufkraftveränderungen zu veränderten Umsätzen führen und diese Umsatzveränderungen wiederum Auswirkungen auf die Verkaufsflächenentwicklung haben⁴⁷. Die Entwicklung ergibt sich somit aus dem zukünftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial bzw. aus den Umsatzerwartungen im Einzelhandel zu den jeweiligen Prognosezeitpunkten.

Für die Ermittlung der aus dem Kaufkraftpotenzial abzuleitenden Flächenentwicklung wurden zwei Prognoseszenarien (Entwicklungsprognose und Wettbewerbsprognose) berechnet. Ferner wurde zum Vergleich eine Status-quo-Prognose berechnet, die auch die Abhängigkeit der quantitativen Entwicklung vom Handeln in Oldenburg aufzeigen soll.

Die **Status-quo-Prognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren unter Fortschreibung der bestehenden Rahmenbedingungen, d.h. die derzeit erreichten Bindungsquoten werden fortgeschrieben: Die Umsatzentwicklung folgt der Nachfrageentwicklung im gleichen Ausmaß. Dies bedeutet, dass zusätzliche Einwohner identische Kaufgewohnheiten wie die derzeitigen Einwohner entwickeln.

⁴⁷ Dies bedeutet, dass das ermittelte Flächenpotenzial aus einer Nachfragebetrachtung abgeleitet wird. Dass daneben auch angebotsseitig (z.B. durch Anstrengungen zur Vergrößerung des Einzugsbereiches, wie dies bei der Ansiedlung eines Magnetbetriebes erreicht werden könnte) zusätzlicher Flächenzuwachs entstehen kann, sei hier bereits angemerkt.



Allerdings wird unterstellt, dass die derzeit über 200% liegenden Bindungsquoten⁴⁸ wegen zusätzlicher Konkurrenz der Nachbarorte auf diesen Wert zurückgehen.

Diese Prognosevariante dient *ausschließlich* der Identifikation desjenigen Teils des Entwicklungsspielraums, der auf Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung zurückzuführen ist. Ohnehin ist diese Variante keinesfalls so zu verstehen, dass die entsprechende Entwicklung sozusagen "automatisch", ohne eigene Anstrengungen in Oldenburg erreicht würde: Nichtstun ist gleichbedeutend mit einem relativen Zurückfallen, da andere nicht untätig sein werden. Auch das Halten der derzeitigen Kaufkraftbindung erfordert Anstrengungen.

Die **Entwicklungsprognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren unter Annahme gezielter Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung, durch die die Versorgungssituation in Oldenburg in den Sortimentsbereichen gestärkt werden kann, in denen derzeit nur geringe Bindungsquoten erreicht werden. Dies bedeutet, dass Reaktionen des Angebots auf "freie Nachfragepotenziale" angenommen werden.

- In den Sortimenten des kurzfristigen Bedarfs sollte jede Gemeinde unabhängig von ihrer zentralörtlichen Funktion in der Lage sein, die eigenen Einwohner selbst zu versorgen. Entsprechend sollte in Oldenburg zumindest eine (rechnerische) Selbstversorgung erfolgen. Deshalb wurden für die Bindungsquote 100% (untere Variante) bis 110% als Zielwert (obere Variante) angenommen.
- Im mittel- und langfristigen Bedarf sind hingegen auch die zentralörtliche Funktion und die sich daraus ergebende Versorgungsaufgabe mit Bezug auf den Verflechtungsbereich zu berücksichtigen. Grundsätzlich wurde hier eine "Zielbindungsquote" von 160% (untere Variante) bis 180% (obere Variante) angenommen⁴⁹. Ausnahmen erschienen in den Sortimentsbereichen erforderlich, in denen eine solche Steigerung als zu anspruchsvoll anzusehen wäre: Bei Büchern und bau-/ gartenmarktspezifischen Sortimenten wurden jeweils 120% bis 130% unterstellt.

Es wird angenommen, dass die entsprechenden Steigerungen bis zum Jahr 2025 erreicht werden können; in den Sortimentsbereichen, in denen schon derzeit höhere Bindungsquoten erreicht werden, wird unterstellt, dass diese - mit Ausnahme der

⁴⁸ In Stadt und Landkreis Oldenburg zusammen leben knapp 80% mehr Einwohner als in der Stadt Oldenburg. Bei einer Bindungsquote von mehr als 200% werden rechnerisch nicht nur Stadt und Landkreis Oldenburg, sondern auch mehr als 34.000 Einwohner außerhalb allein durch den Einzelhandel in der Stadt voll versorgt.

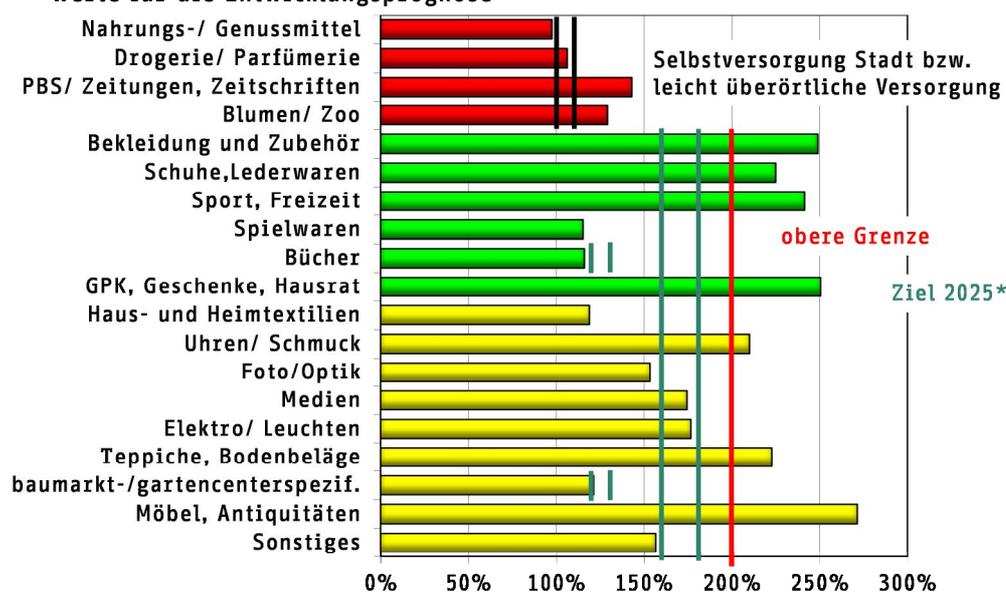
⁴⁹ Dies bedeutet, dass in der oberen Variante die in Stadt und Landkreis Oldenburg lebenden Einwohner durch den Einzelhandel in der Stadt rechnerisch voll versorgt werden; vgl. dazu Fußnote 48, S. 59.

Bereiche, in denen die Bindungsquote über 200% liegt (s.o.) - auch zukünftig gehalten werden können.

Damit würde die Bindungsquote insgesamt (ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken) von rd. 151% (2012) auf rd. 142% bis 150% zurückgehen⁵⁰.

Abb. 12 zeigt die 2012 erreichten und für das Jahr 2025 angesetzten Bindungsquoten bei einer Entwicklung entsprechend der Entwicklungsprognose.

Abb. 12: Bindungsquoten in Oldenburg nach Sortimenten 2012 und für 2025 angesetzte Mindestwerte für die Entwicklungsprognose



*: Ausnahme: Bücher, baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung September bis November 2012; IfH; EHI; IFH Köln (2012); Statistisches Landesamt Niedersachsen; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Die **Wettbewerbsprognose** beschreibt eine Entwicklung anhand demografischer und wirtschaftlicher Faktoren bei ebenfalls ergriffenen Maßnahmen zur Verbesserung der Einzelhandelsentwicklung, allerdings unter der Annahme ungünstiger, aber nicht vorhersehbarer Entwicklungen der externen Rahmenbedingungen (politische Ereignisse, Änderungen in Nachbarstädten o.ä.). Dabei wird von einem Umsatzrückgang von 10% gegenüber dem bei der Entwicklungsprognose erreichbaren Niveau ausgegangen.

⁵⁰ Dieser Rückgang ergibt sich durch einen unterstellten Rückgang der Bindungsquote in Sortimentsbereichen, in denen sie über 200% liegt. Ein Vergleich mit der Status-quo-Prognose zeigt einen solchen, trotz unterstellter Anstrengungen zur Steigerung der Kaufkraftbindung (in der Entwicklungsprognose) in den Sortimentsbereichen, in denen derzeit nur gering erscheinende Bindungsquoten erreicht werden: Ohne solche Anstrengungen würde die Bindungsquote in der Entwicklungsprognose auf rd. 140% zurückgehen.



Bei allen Prognosevarianten wurde angenommen, dass die Flächenleistungen lediglich bei positiverer wirtschaftlicher Entwicklung (obere Variante) in den kommenden Jahren wieder geringfügig ansteigen werden⁵¹. Bei der unteren Variante ist hingegen kein Anstieg der Flächenleistungen zu erwarten.

Im Hinblick auf die getroffenen Annahmen kann es dabei nicht ausschließliches Ziel sein, quantitative Selbstversorgung bzw. eine bestimmte Quote zu erreichen. Vielmehr lautet die Leitfrage nach Ermittlung des Entwicklungsspielraums, wo vor dem Hintergrund einer langfristigen Erhaltung und Steigerung der Attraktivität der Innenstadt und der weiteren zentralen Versorgungsbereiche sowie der Sicherung und Entwicklung der Nahversorgung insbesondere zentrenrelevanter Einzelhandel angesiedelt werden sollte (vgl. Kap. 7.3).

Einschränkend ist zu bemerken, dass die Bindungsquoten nur gehalten bzw. gesteigert werden können, wenn eine hohe Identifikation mit Oldenburg und der Innenstadt sowie weiteren Zentren, ein attraktives Angebot des Einzelhandels sowie eine insgesamt gute funktionale Mischung (auch hinsichtlich Dienstleistungen und Gastronomie) erreicht bzw. gehalten wird. Dies verdeutlicht die Abhängigkeit des Entwicklungsspielraumes vom Handeln in der Stadt.

⁵¹ Nach dem Rückgang der Flächenproduktivitäten in den vergangenen Jahren ist zu erwarten, dass bei positiver wirtschaftlicher Entwicklung - vor einer Ausweitung der Flächen - zunächst die Produktivitäten steigen werden.



6.2 PROGNOSEERGEBNISSE

6.2.1 Entwicklungsspielräume insgesamt

Aus den branchendifferenzierten Kaufkraftprognosen und der sich daraus ergebenden Umsatzentwicklung wurden, unter Berücksichtigung der Entwicklung der Flächenproduktivität, **Verkaufsflächenpotenziale** für Oldenburg prognostiziert.

Der **Entwicklungsspielraum** ergibt sich als Differenz von Potenzial und vorhandener Fläche (Stand: 2012) und ist eine Netto-Größe⁵². Infolge

- des in einigen Sortimentsbereichen angenommenen Rückgangs der Kaufkraftbindung,
- des bei der Wettbewerbsprognose in den meisten Sortimentsbereichen angenommenen Rückgangs der Kaufkraftbindung,
- der zu erwartenden Verschiebungen in der Nachfragestruktur sowie
- der in der oberen Variante angenommenen Steigerung der Flächenleistungen

können sich in einzelnen Sortimenten rechnerisch auch negative Werte ergeben. Hier wurde zunächst unterstellt, dass diese nicht zu tatsächlichen Flächenabgängen, sondern zu einer geringeren Steigerung bzw. einem Rückgang der Flächenleistung führen werden.

Der auf diese Weise abgeleitete Entwicklungsspielraum ist insofern wettbewerbsneutral, als davon ausgegangen werden kann, dass der bestehende Einzelhandel bei einer über den Prognosezeitraum verteilten Realisierung der zusätzlichen Verkaufsflächen keine Einbußen erfahren muss: Er ist vorrangig auf **nachfrageseitige** Änderungen zurückzuführen. Sofern bereits ein Angebot vorhanden ist - und dies ist in allen Sortimentsbereichen der Fall - kann dieser Spielraum auch für Geschäftserweiterungen genutzt werden. Eine Prüfung der einzelnen Werte auf ihre wirtschaftliche Tragfähigkeit muss deshalb nicht erfolgen.

⁵² In der Zwischenzeit, d.h. nach der Erhebung zwischen September und November 2012, auftretende Abgänge von Flächen, die nicht weiter mit Einzelhandel belegt sind, ergeben einen darüber hinausgehenden (Brutto-)Spielraum.



Die folgende Tabelle zeigt den sich aus der Prognose ergebenden Verkaufsflächenspielraum für Oldenburg für die **Entwicklungsprognose**.

Tab. 6: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Entwicklungsprognose
- Angaben in qm, auf 100 qm gerundet

Sortiment	Jahr	2015		2025	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		200	2.900	5.900	17.200
Drogerie/ Parfümerie		200	500	1.000	2.200
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften		0	100	400	700
Blumen/ Zoo		0	100	700	1.300
kurzfristiger Bedarf		400	3.600	8.000	21.400
Bekleidung und Zubehör		---	---	---	---
Schuhe, Lederwaren		---	---	---	---
Sport/ Freizeit		---	0	---	---
Spielwaren		1.200	1.900	5.400	8.200
Bücher		100	300	600	1.400
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke		---	---	---	---
Haus-/ Heimtextilien		600	1.100	3.700	5.900
mittelfristiger Bedarf		1.900	3.300	9.700	15.500
Uhren/ Schmuck		0	100	100	200
Foto/ Optik und Zubehör		100	300	500	1.200
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien		0	300	800	1.800
Elektro/ Leuchten		100	300	900	1.800
Teppiche/ Bodenbeläge		---	---	---	---
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		400	2.500	4.600	13.100
Möbel, Antiquitäten		---	0	---	---
Sonstiges		100	700	1.200	3.700
langfristiger Bedarf		700	4.200	8.100	21.800
Summe		3.000	11.100	25.800	58.700

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas Porzellan/ Keramik

---: rechnerisch negativer Bedarf

Quelle: eigene Berechnungen

Unter den dargestellten Rahmenbedingungen ergibt sich bis zum Jahr 2015 ein Entwicklungsspielraum von rd. 3.000 qm bis 11.000 qm⁵³. Bis 2025 erhöht sich dieser Entwicklungsspielraum auf rd. 26.000 qm bis 59.000 qm⁵⁴. Dies entspräche im Vergleich zur derzeitigen Verkaufsfläche (ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken) von knapp

⁵³ Käme es - entgegen den bisher getroffenen Annahmen - bei einem rechnerischen Rückgang des Verkaufsflächenpotenzials nicht nur zu einem Rückgang der Flächenleistung, sondern nur zur Hälfte zu einem solchen Rückgang, zur anderen Hälfte hingegen zu einem tatsächlichen Rückgang der Verkaufsfläche, ergäbe sich in der unteren Variante kein Entwicklungsspielraum (vgl. Tab. A - 5 im Anhang).

⁵⁴ Käme es bei einem rechnerischen Rückgang des Verkaufsflächenpotenzials zur Hälfte zu einem tatsächlichen Rückgang der Verkaufsfläche (vgl. Fußnote 53, S. 63), würde sich dieser Spielraum auf rd. 11.000 bis 49.000 qm reduzieren (vgl. Tab. A - 5 im Anhang).



440.000 qm einer Steigerung um rd. 6% bis 13% bis zum Jahr 2025. Auf das Jahr umgerechnet bedeutet dies einen Zuwachs um rd. 2.000 qm bis 4.500 qm.

Diese Spannweite zeigt, welche Bedeutung die - zum größten Teil - außerhalb des Einflussbereichs der Stadt liegenden Entwicklungen auf die potenzielle Flächenentwicklung haben.

Wird dies mit dem Spielraum bei der Status-quo-Prognose (Tab. A - 4 im Anhang) verglichen - rd. 16.000 bis 28.000 qm -, so zeigt sich, dass der Entwicklungsspielraum in der oberen Variante zu gut der Hälfte und in der unteren Variante immer noch zu etwa zwei Fünfteln auf die verbesserte Kaufkraftbindung zurückzuführen ist.

Dies zeigt, welche Bedeutung die - zum größten Teil - im Einflussbereich der Stadt (einschließlich der Einzelhändler) liegenden Entwicklungen auf die potenzielle Flächenentwicklung haben.

Sollte der Einzelhandelsumsatz wegen nicht vorhersehbarer Entwicklungen der externen Rahmenbedingungen um 10% einbrechen (**Wettbewerbs-Prognose**), so reduziert sich der Verkaufsflächenspielraum gegenüber der Entwicklungsprognose um knapp die Hälfte (obere Variante) bis gut drei Viertel (untere Variante) auf rd. 6.000 bis 31.000 qm bis 2025 (vgl. folgende Tabelle)⁵⁵. Gegenüber der aktuellen Gesamtverkaufsfläche stellt dies noch eine Steigerung um rd. 1 bis 7% dar.

Dies verdeutlicht die Abhängigkeit der Entwicklung in Oldenburg von Faktoren, die nicht im Einflussbereich der Stadt selbst liegen.

⁵⁵ Käme es bei einem rechnerischen Rückgang des Verkaufsflächenpotenzials zur Hälfte zu einem tatsächlichen Rückgang der Verkaufsfläche (vgl. Fußnote 53, S. 63), würde sich dieser Spielraum in der oberen Variante auf nur noch rd. 11.000 qm reduzieren, während in der unteren Variante mit einem Abschmelzen der Verkaufsfläche um etwa 5% zu rechnen ist (vgl. Tab. A - 6 im Anhang).



Tab. 7: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Wettbewerbsprognose
- Angaben in qm, auf 100 qm gerundet

Sortiment	Jahr	2015		2025	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		---	1.200	---	8.900
Drogerie/ Parfümerie		---	200	---	800
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften		---	0	---	100
Blumen/ Zoo		---	---	---	100
kurzfristiger Bedarf		---	1.400	---	9.900
Bekleidung und Zubehör		---	---	---	---
Schuhe, Lederwaren		---	---	---	---
Sport/ Freizeit		---	---	---	---
Spielwaren		900	1.500	3.800	6.400
Bücher		---	100	0	800
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke		---	---	---	---
Haus-/ Heimtextilien		400	800	2.400	4.400
mittelfristiger Bedarf		1.300	2.400	6.200	11.600
Uhren/ Schmuck		0	0	---	---
Foto/ Optik und Zubehör		0	200	100	800
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien		---	0	---	500
Elektro/ Leuchten		---	100	---	400
Teppiche/ Bodenbeläge		---	---	---	---
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		---	1.000	---	5.600
Möbel, Antiquitäten		---	---	---	---
Sonstiges		---	400	---	2.100
langfristiger Bedarf		0	1.700	100	9.400
Summe		1.300	5.500	6.300	30.900

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas Porzellan/ Keramik

---: rechnerisch negativer Bedarf

Quelle: eigene Berechnungen

Eine Ausweitung der Flächen über den prognostizierten Entwicklungsspielraum hinaus ist nur dann ohne Verdrängung bestehenden Einzelhandels möglich, wenn diese die Attraktivität des Einzelhandels in Oldenburg derart erhöht, dass über die hier angenommenen künftigen Bindungsquoten hinaus weitere Kaufkraft in die Stadt gezogen bzw. die örtliche Kaufkraft stärker an die Stadt gebunden werden kann.

Das Ergebnis der Prognose ist lediglich ein **Orientierungswert** für die künftige Einzelhandelsentwicklung: Die abgeleiteten Werte stellen weder Ziele noch einen "Deckel" für die künftige Entwicklung des Einzelhandels dar. Außerdem erfordert die unterstellte Steigerung der Bindungsquoten bei der Entwicklungs- aber auch der Wettbewerbsprognose eine Änderung von Kaufkraftströmen und erfolgt in einem längerfristigen Prozess.



Zusammengefasst kann festgestellt werden, dass bei einer Entwicklung entsprechend der Entwicklungsprognose (eigentliche Prognose) von einem Entwicklungsspielraum von rd. 2.000 bis 4.500 qm pro Jahr auszugehen ist, wenn es bei einem rechnerischen Verkaufsflächenrückgang nicht zu einem tatsächlichen Rückgang der Verkaufsfläche kommt. Würde hingegen ein rechnerischer Rückgang zur Hälfte zu einem tatsächlichen Verkaufsflächenrückgang führen, so reduziert sich der jährliche Entwicklungsspielraum auf rd. 850 bis 3.750 qm.

Sofern eine Entwicklung entsprechend der Wettbewerbsprognose erfolgen sollte, reduziert sich der jährliche Spielraum selbst bei Ergreifen von Maßnahmen zur Steigerung der Kaufkraftbindung auf nur noch rd. 500 bis 2.400 qm, sofern keine Verkaufsflächenrückgänge eintreten. Ansonsten reduziert sich der jährliche Entwicklungsspielraum auf max. rd. 850 qm; in der unteren Variante besteht die Gefahr eines Abschmelzens der gesamtstädtischen Verkaufsfläche.

Dies unterstreicht die Notwendigkeit, die räumliche Einzelhandelsentwicklung konsequent an den Zielen auszurichten.

Darüber hinaus ist zu beachten, dass der prognostizierte Spielraum im Laufe von mehr als einem Jahrzehnt entsteht und nicht in vollem Umfang zum jetzigen Zeitpunkt realisiert werden kann. Ansonsten entsteht die Gefahr, dass die damit verbundene zusätzliche Konkurrenz - entgegen den für die Prognose getroffenen Annahmen - auch zu einer Verdrängung bestehenden Einzelhandels führen könnte.

Allerdings bedeutet die Realisierung eines konkreten Projektes regelmäßig (ab einer bestimmten Größe) auch eine **angebotsseitige** Änderung: Durch die damit zunehmende Attraktivität des Einzelhandels kann i.d.R. davon ausgegangen werden, dass auch die Kaufkraftzuflüsse nach Oldenburg steigen. Entsprechend kann bei der Realisierung eines neuen Projektes nicht einfach die neu realisierte Verkaufsfläche vom prognostizierten Entwicklungsspielraum abgezogen werden.



6.2.2 Entwicklungsspielräume nach Zentrenrelevanz: Räumliche Verteilung des nachfrageseitigen Entwicklungsspielraums

Die voranstehend dargestellten Gesamt-Prognosewerte sind nur bedingt von Interesse, von wesentlich größerer Bedeutung ist die Frage, wo die Realisierung dieses potenziellen Flächenzuwachses räumlich erfolgen sollte (vgl. Kap. 7.3).

Bei der räumlichen Verteilung des für Oldenburg insgesamt ermittelten Entwicklungsspielraums sind insbesondere die Zielsetzungen einer Funktionsstärkung der Innenstadt sowie der weiteren zentralen Versorgungsbereichen und der Erhaltung sowie die Stärkung der Nahversorgung zu berücksichtigen (vgl. Kap. 5). Entsprechend diesen Zielen sollte an nicht integrierten Standorten künftig kein zentrenrelevanter Einzelhandel (vgl. Kap. 7.1.3) mehr zugelassen werden (vgl. Kap. 7.3).

Um aufzuzeigen, für welche Standortbereiche der prognostizierte Entwicklungsspielraum genutzt werden kann, ist im Folgenden dargestellt, wie sich der prognostizierte Entwicklungsspielraum überschlägig auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (kurzfristiger Bedarf), die sonstigen zentrenrelevanten Sortimente (mittelfristiger und Teile des langfristigen Bedarfs) sowie auf die nicht zentrenrelevanten Sortimente verteilt. Dabei wird lediglich auf die Ergebnisse der Entwicklungsprognose eingegangen (vgl. auch Tab. 6, S. 58).

Im Bereich der **nahversorgungsrelevanten Sortimente** sollten Entwicklungsspielräume zunächst für möglichst wohnortnahe Ansiedlungen genutzt werden; entsprechende Ansiedlungen können aber auch in der Innenstadt bzw. anderen zentralen Versorgungsbereichen erfolgen, so dass diese gestärkt werden. Aus der Prognose ergibt sich bis 2015 ein Entwicklungsspielraum von rd. 400 bis 3.600 qm. Dieser erhöht sich über den gesamten Prognosezeitraum auf rd. 8.000 bis 21.500 qm, wovon rd. 6.000 bis 17.000 qm auf den Bereich Nahrungs-/ Genussmittel entfallen⁵⁶.

Potenzial zur Verbesserung der Nahversorgung ergibt sich kurzfristig nur bei einer positiven Entwicklung der Rahmenbedingungen, während in einer mittelfristigen Perspektive auch bei negativerer Entwicklung dieser Bedingungen ein solches Potenzial vorhanden ist.

⁵⁶ Bei einem Umsatzeinbruch entsprechend der Wettbewerbsprognose wäre im Bereich Nahrungs-/ Genussmittel nur bei einer Entwicklung entsprechend der oberen Variante mit einem Entwicklungsspielraum von knapp 9.000 qm zu rechnen, während in der unteren Variante die Gefahr des Abschmelzens vorhandener Angebote besteht (vgl. Tab. 7, S. 19 sowie Tab. A - 6 im Anhang).



Im Bereich der **sonstigen zentrenrelevanten Sortimente** ergibt die Entwicklungsprognose bis 2025 einen Entwicklungsspielraum von rd. 11.000 bis 19.000 qm⁵⁷. Entsprechende Angebote sollten vorrangig in der Innenstadt untergebracht werden, aber daneben auch zur Stärkung der übrigen zentralen Versorgungsbereiche genutzt werden (vgl. Kap. 7.3).

Wird dieser Entwicklungsspielraum mit der derzeitigen Verkaufsfläche der Innenstadt (nahezu 102.000 qm) und den übrigen zentralen Versorgungsbereichen (rd. 46.500 qm) verglichen, so würde die Realisierung des gesamten Spielraums innerhalb der zentralen Versorgungsbereichen, insbesondere bei einer Entwicklung entsprechend der oberen Variante, das dortige Angebot erheblich ausweiten.

Im Bereich der **nicht zentrenrelevanten Sortimente** (v.a. bau-/ garten-marktspezifische Sortimente) entsteht bis 2025 ein Entwicklungsspielraum von rd. 7.000 bis 19.000 qm^{58,59}. Bei diesem Teil des Entwicklungsspielraums ist die räumliche Komponente von nachgeordneter Bedeutung, allerdings ist bei einer Ansiedlung außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche insbesondere an nicht integrierten Standorten auf die üblicherweise angebotenen zentrenrelevanten Randsortimente zu achten (vgl. Kap. 7.3.2).

⁵⁷ Käme es bei einem rechnerischen Rückgang des Verkaufsflächenpotenzials zur Hälfte zu einem tatsächlichen Rückgang der Verkaufsfläche (vgl. Fußnote 53, S. 17), würde sich dieser Spielraum auf rd. 4.000 bis 14.000 qm reduzieren (vgl. Tab. A - 5 im Anhang).

⁵⁸ Käme es bei einem rechnerischen Rückgang des Verkaufsflächenpotenzials zur Hälfte zu einem tatsächlichen Rückgang der Verkaufsfläche (vgl. Fußnote 53, S. 17), würde sich dieser Spielraum auf max. rd. 13.000 qm reduzieren; in der unteren Variante bestünde die Gefahr eines Abschmelzens bestehender Verkaufsflächen (vgl. Tab. A - 5 im Anhang) - mit entsprechenden Gefahren hinsichtlich - möglicherweise zentrenrelevanten - Nachfolgenutzungen.

⁵⁹ Bei einem Umsatzeinbruch entsprechend der Wettbewerbsprognose wäre bei einer Entwicklung entsprechend der unteren Variante kaum noch ein Entwicklungsspielraum vorhanden (vgl. Tab. 7, S. 19). Käme es bei einem rechnerischen Rückgang des Verkaufsflächenpotenzials zur Hälfte zu einem tatsächlichen Rückgang der Verkaufsfläche (vgl. Fußnote 53, S. 17), bestünde selbst in der oberen Variante die Gefahr des Abschmelzens bestehender Verkaufsflächen (vgl. Tab. A - 6 im Anhang) - mit entsprechenden Gefahren hinsichtlich - möglicherweise zentrenrelevanten - Nachfolgenutzungen.



6.3 FAZIT VERKAUFSFLÄCHENPROGNOSE

Es hat sich gezeigt, dass Potenzial zur Verbesserung der Nahversorgungssituation vorhanden ist. Auch bei den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten zeigt sich Potenzial zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche, wobei bei den innerstädtischen Leitsortimenten Bekleidung, Schuhe/ Lederwaren und Sport/ Freizeit angesichts der aktuell schon sehr weiträumigen Ausstrahlung allerdings kaum weitere Ansiedlungen realistisch erscheinen.

Bei einem Umsatzeinbruch (Wettbewerbsprognose), besteht insbesondere bei einer negativeren Entwicklung der Rahmenbedingungen die Gefahr eines Abschmelzens vorhandener Verkaufsflächen. Bei den nicht zentrenrelevanten Sortimenten besteht diese sogar in der oberen Variante - mit Gefährdungspotenzial insbesondere im Hinblick auf - möglicherweise zentrenrelevante - Nachfolgenutzungen an nicht integrierten Standorten.

Bei der Realisierung zusätzlicher Verkaufsflächen sollte berücksichtigt werden, dass

- die Prognosewerte lediglich Orientierungswerte darstellen,
- Umsatzumverteilungen bei der Realisierung von deutlich mehr Verkaufsfläche möglich sind,
- Ansiedlungen zentrenrelevanter Angebote an städtebaulich "richtigen" Standorten erfolgen sollten und
- eine kurzfristige Realisierung des gesamten bis zum Jahr 2025 ermittelten Entwicklungsspielraums vermieden werden sollte.



7. MAßNAHMENKONZEPT ZUR STÄRKUNG DER ZENTREN UND DES EINZELHANDELS IN DER STADT OLDENBURG

In diesem Kapitel wird das planerische Konzept dargestellt, durch das eine räumliche Lenkung des Einzelhandels ermöglicht und damit ein wichtiger Teil der Zentrenentwicklung langfristig gesichert werden kann. Da einerseits nicht jeder Einzelhandel in der Innenstadt bzw. in den sonstigen Zentren angesiedelt werden muss/ soll und andererseits bestimmte Einzelhandelsangebote in Gewerbegebieten bzw. in überwiegend gewerblich genutzten Gebieten ausgeschlossen werden sollten, ist ein stadtentwicklungspolitischer Rahmen für eine positive Einzelhandelsentwicklung in der Innenstadt und in den sonstigen Zentren zu schaffen. Das Konzept besteht aus drei Teilbausteinen, die auf unterschiedlichen Ebenen die Steuerung des Einzelhandels ermöglichen. Ein wesentlicher Bestandteil dieses Konzepts ist die Überprüfung der bestehenden **Sortimentsliste der Stadt Oldenburg**, die nach der Zentrenrelevanz einzelner Sortimente unterscheidet. Die Überprüfung fand auf Grundlage der bereits bestehenden Sortimentsliste aus dem Jahr 2007 (CIMA) und der eigenen Bestandserfassung und -bewertung statt, zudem wurden allgemeine Kriterien zur Einstufung von Sortimenten hinzugezogen.

Des Weiteren wird die **Zentrenhierarchie** überprüft, vor dem Hintergrund

- der aktuellen Urteile zu zentralen Versorgungsbereichen, insbesondere zu deren (Mindest-)Versorgungsfunktion, sowie
- der perspektivischen Entwicklungsmöglichkeiten und -erfordernisse der Zentren, auch unter Berücksichtigung eventueller bzw. absehbarer größerer Veränderungen.

In den Beschreibungen der Zentren werden die funktionale und städtebauliche Situation sowie wichtige räumliche Entwicklungsmöglichkeiten dargestellt.

Den dritten Teilbaustein bilden die **Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung**. Diese zeigen konkret auf, an welchen Standorttypen zukünftig Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben mit nahversorgungsrelevanten, sonstigen zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten (Haupt-)Sortimenten zulässig sind. Letztlich ergibt sich hieraus eine tabellarische Bewertungsmatrix, die eine rasche grundsätzliche Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben ermöglicht.

Ergänzend wird ein **Verfahrensvorschlag** dargelegt, welcher ein verwaltungstechnisches und politisches Umsetzen des Planungskonzepts ermöglicht. Auf Grund der Erfahrungen aus vergleichbaren Untersuchungen werden weiterhin Formulierungen für bauplanungsrechtliche Festsetzungen in Bebauungsplänen vorgeschlagen. Überdies wird ein Handlungsleitfaden zur Bewertung von Planvorhaben entworfen.



7.1 VORSCHLAG FÜR EINE SORTIMENTSLISTE

Das Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Oldenburg von der CIMA aus dem Jahr 2007 enthält eine Liste für nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente. Im Folgenden wird diese weiter differenziert und durch die Kategorie sonstige zentrenrelevante Sortimente ergänzt. (Vergleichs-)Grundlage bildet die Liste der zentrenrelevanten Sortimente des Landes-Raumordnungsprogramms Niedersachsen 2008. Wobei hier deutlich heraus gestellt wird, dass es keine abschließende und landesweite dauerhaft gültige Liste geben kann und diese viel mehr an die örtlichen Gegebenheiten angepasst werden muss.

Zur planungsrechtlichen Absicherung wird daher als Weiterentwicklung der bestehenden eine für Oldenburg spezifische Sortimentsliste erstellt. Bei der Erstellung der örtlichen Sortimentsliste wurde zum einen die derzeitige Verteilung des Angebotes nach Standorttypen (Zentren, sonstige integrierte Standorte, nicht integrierte Standorte) herangezogen, zum anderen allgemeine Zuordnungskriterien bezüglich zentren- bzw. nicht zentrenrelevanter Sortimente.

7.1.1 Kriterien

Auf Grund zahlreicher Erfahrungen hat sich für die Zuordnung der Sortimente der folgende Kriterienkatalog herausgebildet, wobei nicht jedes Merkmal zentrenrelevanter bzw. nicht zentrenrelevanter Sortimente erfüllt sein muss. Für die Bewertung wird neben der funktionalen Bedeutung einzelner Sortimente auch die momentane räumliche Verteilung des Angebotes in Oldenburg herangezogen.

Zentrenrelevant sind Sortimente, die

- täglich oder wöchentlich nachgefragt werden und damit in besonderem Maße eine Grund-/ Nahversorgungsrelevanz aufweisen - kurzfristiger Bedarf;
- eine bestimmte Funktion am Standort erfüllen - z.B. als Frequenzbringer;
- vom Kunden gleich mitgenommen werden können ("Handtaschensortiment");
- einer zentralen Lage bedürfen, weil sie auf Frequenzbringer angewiesen sind;
- Konkurrenz benötigen, um ein entsprechendes Absatzpotenzial zu erreichen;
- für einen attraktiven Branchenmix notwendig sind;
- in den zentralen Versorgungsbereichen am stärksten vertreten sind.



Nicht zentrenrelevant dagegen sind vor allem Sortimente, die

- die zentralen Standorte nicht prägen;
- auf Grund ihrer Größe und Beschaffenheit bzw. wegen der Notwendigkeit eines Pkw-Transports überwiegend an gewerblichen Standorten angeboten werden (z.B. Baustoffe);
- auf Grund ihres hohen Flächenbedarfes nicht für zentrale Lagen geeignet sind (z.B. Möbel);
- eine geringe Flächenproduktivität aufweisen.

Weiterhin ist festzuhalten, dass die zentrenrelevanten Sortimente in nahversorgungsrelevante Sortimente und sonstige zentrenrelevante Sortimente unterteilt sind. Dabei sind nahversorgungsrelevante Sortimente immer auch zentrenrelevant, sonstige zentrenrelevante Sortimente jedoch nicht nahversorgungsrelevant. Nahversorgungsrelevante Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie in vergleichsweise kurzen zeitlichen Abständen nachgefragt werden - insbesondere gilt dies für Nahrungs-/ Genussmittel, Getränke und Tabakwaren - und daher möglichst wohnungsnah und flächendeckend angeboten werden sollten. Neben den Zentren kommen auch sonstige integrierte (Nahversorgungs-)Standorte im Sinne einer Gebietsversorgung für Betriebe mit diesen Sortimenten in Frage, wobei eine standortgerechte Dimensionierung und eine Nichtbeeinträchtigung der Zentren wesentliche Voraussetzungen darstellen.

7.1.2 Räumliche Verteilung der Sortimente in Oldenburg

Zur Ableitung einer stadtspezifischen Sortimentsliste wird nachfolgend die derzeitige räumliche Verteilung der in Oldenburg vorhandenen Sortimente dargestellt.

Verteilung zentrenrelevanter Sortimente

Im Folgenden ist die Verteilung der Sortimente nach Standorttypen dargestellt. Es wird deutlich, dass sich die zentrenrelevanten Sortimente mehrheitlich an integrierten Standorten - Zentren und sonstigen integrierten Standorten - befinden. Entsprechend der Erfahrungswerte beträgt je nach Stadtgröße und -typ der Verkaufsflächenanteil in zentralen Versorgungsbereichen i.d.R. ca. 25% bis 70%. In den Großstädten liegt der Verkaufsflächenanteil insgesamt meist zwischen 30 und 40%.

Eine Ausnahme stellt das Sortiment Beleuchtung dar, welches in Oldenburg - wie teilweise in anderen Städten auch - in größerem Umfang in Baumärkten, Möbelmärkten und Einrichtungsfachmärkten angeboten wird. Da dieses Sortiment jedoch zur Ab-



rundung des Angebotes - insbesondere innerstädtischer - Zentren beiträgt und darüber hinaus weitere allgemeine Kriterien zentrenrelevanter Sortimente z.B. hinsichtlich "Tragbarkeit" erfüllt, sollte es weiterhin als zentrenrelevant eingestuft werden.

Entgegen der gutachterlichen Auffassung sollen die Sortimente Großelektro (weiße Ware) und Sportgroßgeräte weiterhin nicht zentrenrelevant verbleiben.

Im Gegensatz zur Sortimentsliste des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes der Stadt Oldenburg aus dem Jahr 2007 wird das Sortiment Antiquitäten als zentrenrelevant eingestuft da es heute ausschließlich innerhalb der zentralen Versorgungsbereichen und an sonstigen integrierten Standorten angeboten wird. Außerdem erfolgt eine Aufteilung des Sortimentes Zoobedarf - Tiernahrung und - zubehör-, welche zukünftig als nahversorgungsrelevant gewertet werden sollte, sowie - lebende Tiere und Tiermöbel-, welche als nicht zentrenrelevant eingestuft werden.

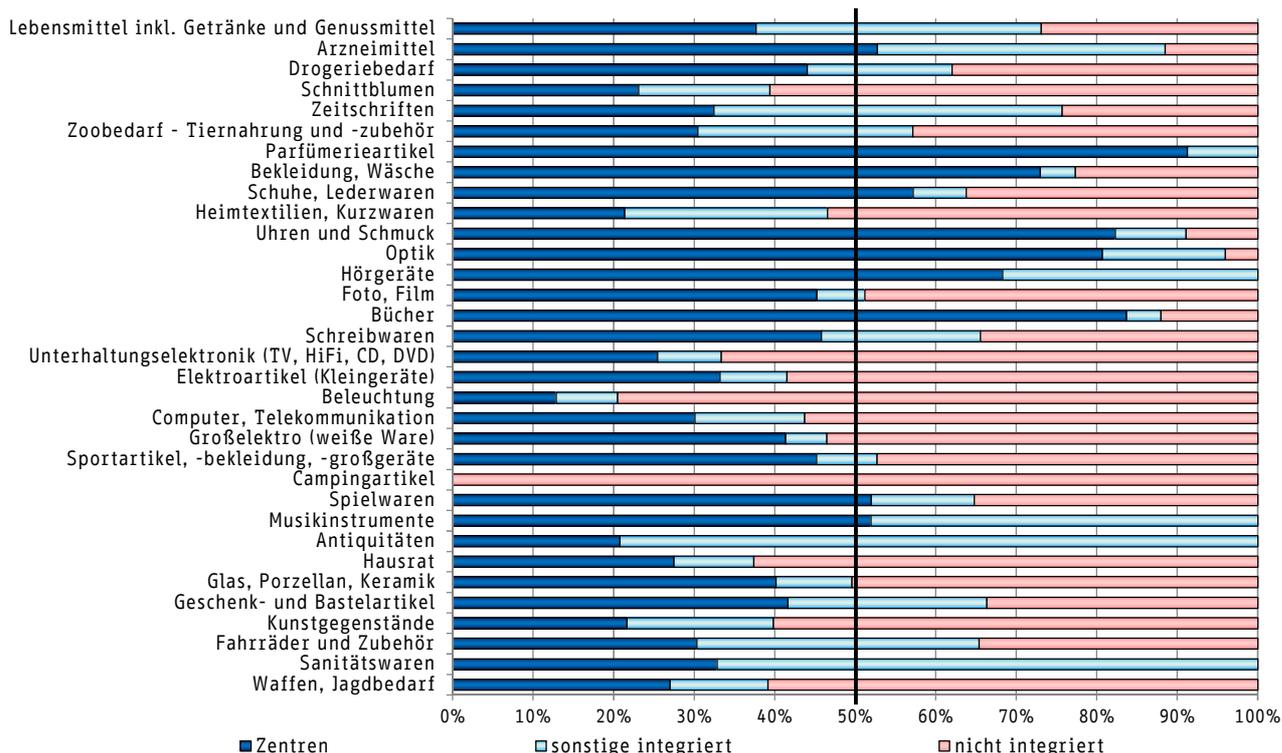
Das Sortiment Campingartikel wird im Gegensatz zum Konzept aus dem Jahr 2007 nicht mehr gesondert in der Sortimentsliste aufgeführt, da sich Waren welche häufig unter diesem Sortiment geführt werden, anderen Sortimenten wie beispielsweise Sportartikeln, Haushaltswaren oder Möbeln zuordnen.

In Oldenburg besteht die Besonderheit, dass auf Grund der zahlreichen Ansiedlungen an nicht integrierten Orten und großen Fachmarktzentren im Außenbereich die üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente:

- Schnitt-/ Trockenblumen,
- Heimtextilien, Kurzwaren,
- Unterhaltungselektronik,
- Elektroartikel (Kleingeräte)
- Computer, Telekommunikation,
- Hausrat,
- Glas, Porzellan, Keramik,
- Kunstgegenstände,
- Waffen, Jagdbedarf

sich rechnerisch als nicht zentrenrelevante Sortimente darstellen. Um jedoch zukünftig eine weitere negative Entwicklung zu Ungunsten der Angebotsvielfalt in der Innenstadt bzw. in den weiteren Zentren zu vermeiden, werden diese entsprechend der üblichen Kriterien als zentrenrelevant eingestuft.

Abb. 13: Verkaufsflächenverteilung zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen



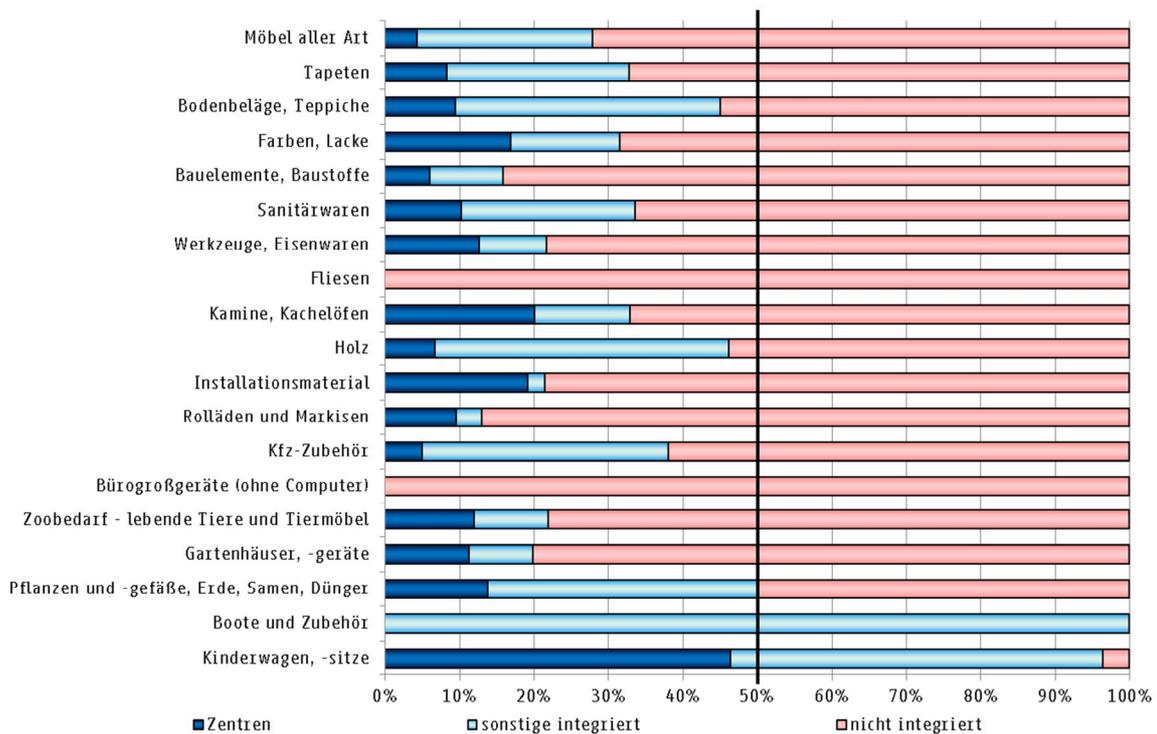
Quelle: eigene Erhebung September bis November 2012; eigene Berechnungen

Verteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente

Bei den, nach dem Einzelhandelsentwicklungskonzept von 2007, als nicht zentrenrelevant eingestuften Sortimenten, befindet sich das Angebot jeweils deutlich überwiegend an nicht integrierten Standorten. Der Verkaufsflächenanteil der integrierten Standorte - Zentren und sonstige integrierte Standorte - beträgt überwiegend zwischen 0% und 20%. Demzufolge werden keine Änderungen gegenüber der alten Sortimentsliste bezüglich der nicht zentrenrelevanten Sortimente, mit Ausnahme des Sortiments Antiquitäten, vorgeschlagen.



Abb. 14: Verkaufsflächenverteilung nicht zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen



Quelle: eigene Erhebung September bis November 2012; eigene Berechnungen

Die räumliche Verteilung dieser Sortimente geht größtenteils konform mit der üblichen Zuordnung anhand der typischen Kriterien für nicht zentrenrelevante Sortimente. Lediglich die Sortimente Boote und Zubehör sowie Kinderwagen,- sitze sind rechnerisch als zentrenrelevant zu bewerten.

Weiterhin werden im Vergleich zur bestehenden Oldenburger Liste einige Ergänzungen vorgenommen:

- Fliesen
- Kamine, Kachelöfen
- Holz
- Installationsmaterial
- Rolläden und Markisen
- Gartenhäuser, -geräte
- Boote und Zubehör
- Kinderwagen, -sitze.



7.1.3 Vorschlag für eine Sortimentsliste

Nachfolgend wird der gutachterliche Vorschlag für die "Oldenburger Sortimentsliste" dargestellt. Die Sortimentsliste basiert auf der räumlichen Verteilung des Angebotes in der Stadt Oldenburg sowie den allgemeinen Kriterien zur Einstufung von Sortimenten hinsichtlich ihrer Zentrenrelevanz und ist somit stadtspezifisch.

Diese Sortimentsliste stellt einen gutachterlichen Vorschlag in Verbindung mit den Empfehlungen aus der Beteiligung dar und unterliegt dem Abwägungsvorbehalt des Rates der Stadt Oldenburg. Eine Abweichung vom gutachterlichen Vorschlag ist prinzipiell möglich, jedoch inhaltlich zu begründen. Dabei sind "Umstufungen" von als nicht zentrenrelevant vorgeschlagenen Sortimenten in die Kategorie zentrenrelevanter Sortimente relativ unproblematisch. Eine umgekehrte Umstufung kann dagegen erhebliche städtebauliche Folgen nach sich ziehen.



Tab. 8: Vorschlag für eine aktualisierte Oldenburger Sortimentsliste

sonstige zentrenrelevante Sortimente	nicht zentrenrelevante Sortimente
<ul style="list-style-type: none"> • Antiquitäten • Bekleidung, Wäsche • Beleuchtung • Bücher • Computer, Telekommunikation • Elektroartikel (Kleingeräte) • Foto, Film • Geschenk- und Bastelartikel • Glas, Porzellan, Keramik • Hausrat • Heimtextilien, Kurzwaren inkl. Handarbeitsbedarf, Wolle • Hörgeräte • Kunstgegenstände • Musikinstrumente • Optik • Parfümerieartikel • Sanitätswaren • Schuhe und Lederwaren • Spielwaren • Sportartikel, -bekleidung • Uhren und Schmuck • Unterhaltungselektronik (TV, HiFi, CD, DVD) • Waffen, Jagdbedarf 	<ul style="list-style-type: none"> • Bauelemente, Baustoffe • Bodenbeläge, Teppiche • Boote und Zubehör • Bürogroßgeräte (ohne Computer) • Fahrräder und Zubehör • Farben, Lacke • Fliesen • Gartenhäuser, -geräte • Großelektro (weiße Ware) • Holz • Installationsmaterial • Kamine, Kachelöfen • Kfz-Zubehör • Kinderwagen, -sitze • Matratzen • Möbel aller Art • Pflanzen und -gefäße, Erde, Samen, Dünger • Rollläden und Markisen • Sanitärwaren • Sportgroßgeräte • Tapeten • Werkzeuge, Eisenwaren • Zoobedarf - lebende Tiere und Tiermöbel
<p>nahversorgungsrelevante Sortimente</p>	
<ul style="list-style-type: none"> • Arzneimittel • Drogeriebedarf • Lebensmittel, inkl. Getränke und Genussmittel • Schnitt-/ Trockenblumen • Schreibwaren • Zeitschriften • Zoobedarf - Tiernahrung und -zubehör 	

Quelle: eigene Erhebung September bis November 2012; eigene Darstellung



7.2 PERSPEKTIVISCHE ZENTRENHIERARCHIE

Für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung der Stadt Oldenburg wurde eine perspektivische Zentrenhierarchie auf folgender Grundlage entwickelt:

- der Zentrenhierarchisierung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes der CIMA für die Stadt Oldenburg aus dem Jahr 2007
- der derzeitigen städtebaulich-funktionalen Bestandssituation und den Entwicklungsperspektiven der Zentren,
- der aktuellen gesamtstädtischen Angebots- und Nachfragesituation im Einzelhandel sowie
- der prognostizierten Verkaufsflächenentwicklungsspielräume.

Hintergrund der perspektivischen Zentrenhierarchie bilden vier der Ziele aus dem in Kap. 5 aufgestellten Zielkatalogs:

- Erhalt/ Stärkung der Nahversorgungsstruktur,
- Stärkung der Einzelhandels- und Funktionsvielfalt in zentralen Versorgungsbereichen,
- Erhalt/ Stärkung der Identität der zentralen Versorgungsbereiche
- Erhalt/ Stärkung der kurzen Wege ("Stadt der kurzen Wege")

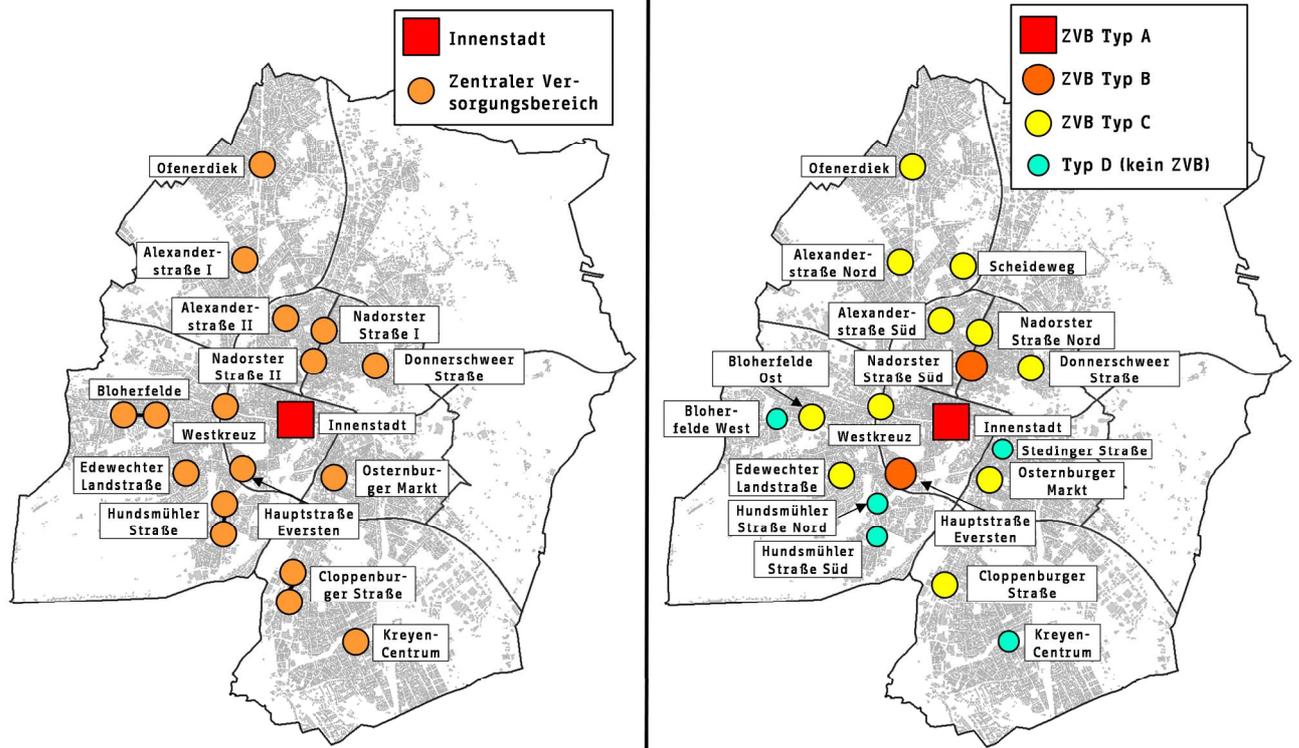
Auf Grund der unterschiedlichen aktuellen und zukünftigen/ zu entwickelnden Versorgungsfunktionen für die zentralen Versorgungsbereiche wird weiterhin ein mehrstufiges Zentralsystem - Innenstadt (Typ A), Stadtteilzentrum (Typ B/ Typ C) vorgeschlagen. Alle weiteren benannten Typen werden zwar entsprechend aufgegliedert, entfalten jedoch nicht die rechtliche Konsequenz eines zentralen Versorgungsbereichs.

Im Vergleich zur Ausführung aus dem Jahr 2007 wurden bei der aktuellen Zentrenhierarchie 2015 insbesondere folgende Änderungen vorgenommen:

- Die Kategorie "zentrale Versorgungsbereiche" wurde noch einmal in die beiden Typen Stadtteilzentrum B und C untergliedert,
- die Begrifflichkeit Nahversorgungsstandort wurde von Solitärstandorten abgekoppelt, da diese eine andere Funktion übernehmen und
- eine Differenzierung nicht integrierter Standorte/ Standortbereiche wurde hinzugefügt.



Karte 8: Vergleich der Zentrenhierarchie



Quelle: Stadt Oldenburg: Einzelhandelsentwicklungskonzept, Zentrenhierarchie 2007; eigene Erhebung September bis November 2012; eigene Berechnungen; Datenbasis Stadt Oldenburg

Da Einzelstandorte und nicht integrierte Standorte definitionsgemäß keine Zentren sind, werden diese auch in der tabellarischen Definitionsstruktur der Zentren und in der Zentrenhierarchie nicht dargestellt.



Tab. 9: Klassifikation der Zentrenhierarchie in der Stadt Oldenburg

	Innenstadt Typ A	Stadtteilzentrum Typ B	Stadtteilzentrum Typ C	Nahversorgungs- standorte Typ D
Einzugsbereich	gesamstädtisch/ überörtlich	stadtteil- übergreifend	überwiegend stadtteilbezogen	Wohnumfeld/ Stadtteil
Branchenmix	alle Bedarfs- bereiche	alle Bedarfs- bereiche	überwiegend nahversorgungs- relevante, sonst. zentrenrelevante Sortimente	insbesondere nahversorgungs- relevante Sorti- mente
Angebotsschwer- punkte	Schwerpunkte innerstädtische Leitsortimente (Bekleidung, Schu- he/ Lederwaren, Sport/ Freizeit, Glas/ Porzellan/ Keramik, Geschenk- artikel, Hausrat) sowie Nahrungs-/ Genussmittel	Schwerpunkt nahversorgungs- relevante Sortimente (v.a. Nahrungs-/ Genuss- mittel), ergänzendes An- gebot sonst. zen- trenrelevanter Sortimente	Schwerpunkt nahversorgungs- relevante Sortimente (v.a. Nahrungs-/ Ge- nussmittel), ergänzendes Angebot sonst. zentrenrelevanter Sortimente	Schwerpunkt Nah- rungs-/ Genuss- mittel, sehr be- grenzt sonst. zen- trenrelevante Sortimente
Betriebszahl/ Ver- kaufsflächenzahl	mehr als 300 Be- triebe	zwischen 20 und 30 Betriebe	zwischen 6 und 20 Betriebe	max. 6 Betriebe oder eine VKF- Zahl i.d.R. von unter 1000 qm
Betriebsgrößenviel- falt	großflächige Be- triebe mit nahver- sorgungs- und sonstigem zentren- relevantem Schwerpunkt	ein großflächiger Betrieb mit Schwerpunkt Nah- rungs-/ Genuss- mittel, bzw. Viel- zahl kleiner Betriebe	ein großflächiger Betrieb mit Schwerpunkt Nah- rungs-/ Genuss- mittel	keine groß- flächigen Betriebe
Magnetbetriebe	Warenhaus, großflächiger Bekleidungs-/ Sporteinzelhandel, Elektronikfachge- schäft	Lebensmittel- betriebe (Supermarkt/ großer Super- markt, Discounter), spezialisierte Fachgeschäfte	Lebensmittelbe- triebe (Super- markt/ großer Supermarkt, Dis- counter)	Lebensmittel- betrieb (Super- markt, Discounter)
Betriebstypenmix	Warenhaus, Beklei- dungskaufhäuser, Fachgeschäfte, spe- zialisierter Fach- einzelhandel	(großer) Super- markt, Discounter, Fachmärkte, Fachgeschäfte	(großer) Super- markt, Discounter, Fachmärkte, Fachgeschäfte	Supermarkt, Dis- counter, Lebens- mittelhandwerk, Fachgeschäfte
Preissegmente	i.d.R. mittleres bis gehobenes Niveau	i.d.R. unteres bis mittleres Niveau	i.d.R. unteres bis mittleres Niveau	i.d.R. unteres bis mittleres Niveau
ergänzende publi- kumsorientierte An- gebote	vielfältiges, einfa- ches bis speziali- siertes Dienstlei- stungsangebot, Gastronomie, öf- fentl. und privates Kulturangebot, öffentl. Ver- waltung, touristische Ange- bote	vielfältiges Dienst- leistungsangebot (v.a. einzelhandels- nahe Dienstleistun- gen, auch medizi- nische und Finanz- dienstleistungen, Gastronomie, z.T. kulturelle Einrich- tungen)	vielfältiges Dienstleistungs- angebot (v.a. einzelhandelsnahe Dienstleistungen, auch medizinische und Finanzdienst- leistungen, Gastronomie)	v.a. einzelhandels- nahe Dienstleistungsan- gebot, z.T. auch medizinische und Finanz- dienstleistungen, meist einfache Gastronomie (Imbiss)

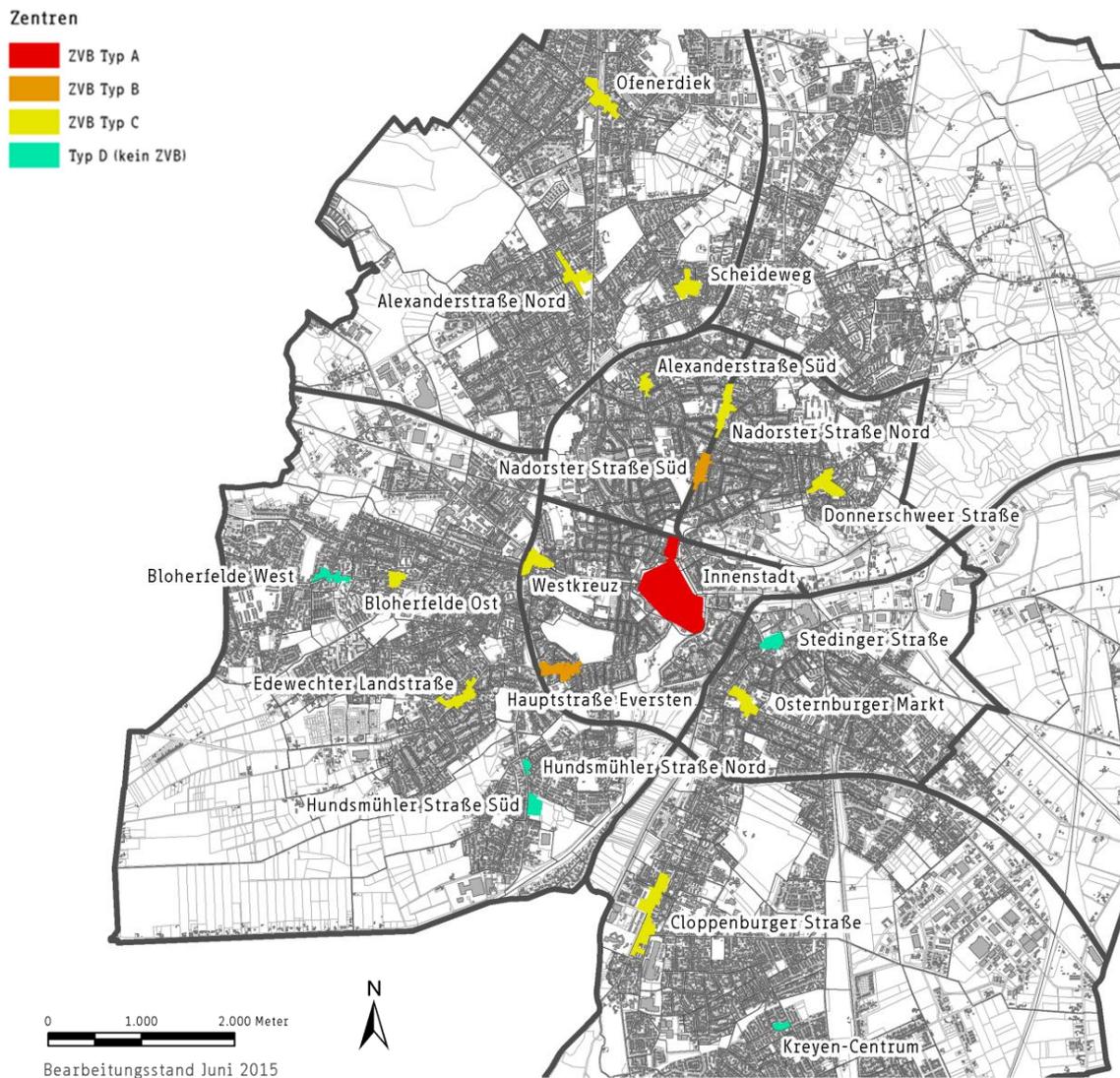
Quelle: eigene Darstellung



Insgesamt weist das Zentrensystem der Stadt Oldenburg folgende Hierarchiestruktur auf:

- eine Innenstadt Typ A,
- zwei Stadtteilzentren Typ B
- elf Stadtteilzentren Typ C und
- fünf Nahversorgungsstandorte (Typ D).

Karte 9: Perspektivische Zentrenhierarchie 2015



Quelle: eigene Erhebung September bis November 2012; eigene Berechnungen; Karte und Datenbasis Stadt Oldenburg



Die oben dargestellte Zentrenhierarchie 2015 unterscheidet sich von dem Einzelhandelsentwicklungskonzept aus dem Jahr 2007 vor allem durch eine stärkere Untergliederung der zentralen und sonstigen Versorgungsbereiche:

- Die oberste Hierarchiestufe des Oldenburger Zentrensystems ist eindeutig als Typ A die Oldenburger Innenstadt.
- Als Stadtteilzentren des Typs B lassen sich die beiden Standorte Hauptstraße Eversten und die Nadorster Straße Süd benennen. Beide weisen im Vergleich zu allen anderen Standorten eine besonders große Anzahl an Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben auf und zeichnen sich zudem durch eine hohe funktionale und städtebauliche Dichte aus.
- Zwei der drei im Einzelhandelsentwicklungskonzept von 2007 als bipolare zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesenen Standorte werden nun getrennt dargestellt. Der starke funktionale Bruch im Bereich Bloherfelde und im Bereich der Hundsmühler Straße macht eine Trennung erforderlich:
 - In Bloherfelde wird Bloherfelde Ost zum Stadtteilzentrum Typ C sowie Bloherfelde West zum Nahversorgungsstandort Typ D.
 - Der Bereich der Hundsmühler Straße wird in zwei getrennte Nahversorgungsstandorte Typ D unterteilt.
- Auf Grund der zu erwartenden Entwicklung im Bereich der Cloppenburger Straße Süd und der städtebaulichen Zielsetzung für diesen Standort werden beide Teilbereiche als ein großes Stadtteilzentrum vom Typ C eingestuft.
- Als neues Zentrum Typ C kommt das Stadtteilzentrum Scheideweg/ Eßkamp hinzu, aufgrund der Vielzahl von dort ansässigen Einzelhandelsbetrieben sowie ergänzenden Dienstleistungen und der eindeutigen Versorgungsfunktion über den Nahbereich hinaus.
- Im Stadtbezirk 4 kommt als neuer Nahversorgungsstandort Typ D der Standort Stedinger Straße mit überwiegend nahversorgungsrelevantem Sortiment hinzu.
- Das Kreyen-Centrum wird auf Grund seiner deutlich sichtbaren funktionalen Probleme (großer Leerstand) ebenfalls zu einem Nahversorgungsstandort heruntergestuft, im Vergleich zu der Wertung 2007. Der in sich geschlossene Gebäudekomplex weist einen hohen Leerstand auf und entspricht somit nicht der Versorgungsfunktion eines zentralen Versorgungsbereichs.
- Alle weiteren zentralen Versorgungsbereiche aus dem Einzelhandelsentwicklungskonzept von 2007 werden in der Zentrenhierarchie 2015 als Stadtteilzentren Typ C



eingestuft. Dies beruht auf der entsprechenden Korrelation von der Anzahl der Betriebe, der Gesamtverkaufsfläche und der jeweiligen städtebaulichen Situation.

Im folgenden Bericht werden zunächst die zentralen Versorgungsbereiche Typ A bis C (vgl. Kap. 7.4) die Nahversorgungsstandorte Typ D (vgl. Kap. 7.6) und die Fachmarktzentren Typ F (vgl. Kap. 7.7) detailliert beschrieben. Dabei wird der Nahversorgungsstandort Stedinger Straße (Typ D) gemeinsam mit dem Fachmarktzentrum Emsstraße (Maco) behandelt (vgl. Kap. 7.7.3) da diese räumlich und funktional zusammenhängen.

7.3 GRUNDSÄTZE ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDESENTWICKLUNG

Für die Erreichung der in Kap. 5 formulierten Ziele ist eine strategische räumliche Verortung von zukünftigen Einzelhandelsansiedlungen auf konzeptioneller Basis dauerhaft zu verfolgen. Zur langfristigen Sicherung der Versorgungsstrukturen wurden daher die nachstehenden Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung für künftige Einzelhandelsansiedlungen entwickelt. Diese entsprechen in weiten Teilen den Vorgaben aus dem Einzelhandelsentwicklungskonzept von 2007, sind jedoch noch weiter ausdifferenziert und entsprechen den planungsrechtlichen Möglichkeiten zur Steuerung von Einzelhandelssortimenten bzw. Betriebstypen. Es dürfen keine Anlagentypen erfunden werden, die als solche nicht in der Realität vorkommen und auch nicht eindeutig bestimmt bzw. bestimmbar sind⁶⁰.

Die Matrix in Tab. 10 stellt dar, wie bei den unterschiedlichen Standorttypen die jeweiligen Planvorhaben dem Hierarchiesystem entsprechend zu beurteilen sind. Die farblichen Darstellungen bedeuten im Einzelnen:

- grüner Hintergrund: der jeweilige Vorhabentypus **entspricht** an den definierten Standorten grundsätzlich dem Konzept.
- gelber Hintergrund: der jeweilige Vorhabentypus **kann** an den definierten Standorten grundsätzlich dem Konzept nach einer **Einzelfallprüfung** möglich sein.
- orangener Hintergrund: grundsätzlich **unerwünschter** Standorttyp für Einzelhandel; ggf. im Sinne einer Befreiung eine Abweichung von dieser Empfehlung prüffähig.
- roter Hintergrund: der jeweilige Vorhabentypus **widerspricht** an den definierten Standorten dem Konzept grundsätzlich.

⁶⁰ Vgl. dazu zuletzt VG Trier, Urteil vom 22.01.2014, Az. 5 K 837/13.TR, Rn 30 juris.



Die Zulässigkeit von Planvorhaben ergibt sich jedoch aus dem ggf. vorhandenen Bau- bzw. Planungsrecht, so dass sich aus der Matrix auch die Handlungserfordernisse, die sich aus dem Bewertungsergebnis ergeben, ableiten lassen: Ist ein Planvorhaben nach der Matrix negativ zu bewerten, ist das vorhandene Bau- und Planungsrecht hinsichtlich der gegebenen Zulässigkeit zu prüfen. Je nach Ergebnis ist das Vorhaben trotzdem zu genehmigen bzw. ein Bauleitplanverfahren einzuleiten. Zu beachten ist hierbei, dass die Nichtbeachtung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes dieses als maßgebliches Abwägungsmaterial in Bauleitplanverfahren zum Ausschluss von Einzelhandel schwächt bzw. irgendwann überhaupt nicht mehr trägt.

In Bezug auf den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel gibt es neben den Anlagentypen großflächig und nicht großflächig den Anlagentyp Nachbarschaftsladen (Convenience-Store). Hierbei handelt es sich um einen wohngebietsverträglichen Nahversorger, der die Schwelle zur Großflächigkeit erheblich unterschreitet. Ein Nachbarschaftsladen weist i.d.R. nicht mehr als 400 qm Verkaufsfläche auf⁶¹. In Oldenburg wurden bisher entsprechend des Einzelhandelsgutachtens von 2007 Lebensmittelbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 200 qm gesondert behandelt. Da dies planungsrechtlich kein bestimmter bzw. bestimmbarer Anlagentyp sein dürfte, wird in Zukunft der Nachbarschaftsladen zugrunde gelegt.

Für die sonstigen Sortimente, die nicht dem kurzfristigen Bedarf zugerechnet werden (vgl. z.B. Kap. 4.2), dennoch aber der Nahversorgung dienen können, bietet sich der Laden i.S.d. § 4 (2) Satz 2 BauNVO als Anlagentyp an.

⁶¹ BVerwG, Beschluss vom 08.11.04, AZ 4 BN 39/04.



Tab. 10: Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung

Zentrenrelevanz	nahversorgungsrelevanter Einzelhandel			sonst. zentrenrelevanter Einzelhandel			nicht zentrenrelevanter Einzelhandel	
	Nachbarschaftsladen	nicht großflächig	großflächig	Laden (§ 4 BauNVO)	nicht großfläch.	großflächig	nicht großfläch.	großflächig
ZVB Typ A - Innenstadt			standortgerechte Dimension			standortgerechte Dimension		standortgerechte Dimension
ZVB Typ B - Stadtteilzentrum			Einzelfallprüfung			Einzelfallprüfung		standortgerechte Dimension
ZVB Typ C - Stadtteilzentrum			Einzelfallprüfung					
Typ D (kein ZVB) - Nahversorgungsstandort			Einzelfallprüfung		Einzelfallprüfung			
Typ E (kein ZVB) - integrierte Einzelstandort NV	nach Einzelfallprüfung nur Erweiterung im Bestand							
sonstige integrierte Gebiete								
Typ F (kein ZVB) - durch Einzelhandel geprägter nicht integrierter Standort	keine Flächenerweiterung/ nur Modernisierung im Bestand			keine Flächenerweiterung/ nur Modernisierung im Bestand; ausnahmsweise als Randsortimente (max. 10% der Gesamt-VKF oder 800 m ²)			Randsortimente (max. 10% der Gesamt-VKF oder 800 m ²)	
Typ G (kein ZVB) - nicht geprägter und nicht integrierter (Einzel-)Standort				ausnahmsweise als Randsortimente (max. 10% der Gesamt-VKF oder 800 m ²)			vorrangig an bereits geprägten Sonderstandorten	

Quelle: eigene Darstellung



7.3.1 Umgang mit zentrenrelevantem Einzelhandel

Zentrenrelevante Sortimente (vgl. Kap. 7.1.1) sollen als Hauptsortimente von Einzelhandelsbetrieben grundsätzlich nur noch innerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Kap. 7.4) von Oldenburg angesiedelt werden. Eine weitere Differenzierung erfolgt dabei anhand der Großflächigkeit.

Die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und sonstigen zentrenrelevanten Hauptsortimenten - d.h. auf einer Verkaufsfläche von mehr als 800 qm⁶² - soll regelmäßig lediglich in der **Innenstadt** zulässig sein, wobei auch hier auf eine standortgerechte Dimensionierung geachtet werden muss. Damit soll die besondere Versorgungsfunktion der Innenstadt erhalten und gestärkt werden⁶³.

In den Stadtteilzentren des **Typs B** soll die Ansiedlung von großflächigen Betrieben mit nahversorgungs- und sonstigem zentrenrelevanten Hauptsortiment nur nach Einzelfallprüfung möglich sein, dagegen gilt für Zentren des **Typs C und des Typs D**, dass die Ansiedlung von großflächigen Betrieben mit sonstigem zentrenrelevanten Hauptsortiment auszuschließen ist. Bei Nahversorgungsstandorten **Typ D** sollen auch Ansiedlungen von Betrieben unter der Großflächigkeit mit sonstigem zentrenrelevanten Sortiment nur nach Einzelfallprüfung möglich sein⁶⁴.

Die Frage der standortgerechten Dimensionierung und die Beurteilung bei der Einzelfallprüfung kann nur individuell beantwortet werden. Die Steuerung von Betrieben mit einer Verkaufsfläche von 200 qm wird daher durch eine Regelung, die sich an den beiden Anlagentypen Nachbarschaftsladen bzw. Laden nach § 4 BauNVO orientiert, ersetzt. Denn unter Berücksichtigung der dispersen Siedlungsstruktur und vor dem Hintergrund der unterschiedlichen Einwohnerdichte ist eine gebietsbezogene Entwicklung unabdingbar. Damit soll eine möglichst flächendeckende Nah-/ Grundversorgung ermöglicht werden, zumal außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

⁶² Entsprechend dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 24.11.05 ist ein Einzelhandelsbetrieb als großflächig einzuordnen, wenn er eine Verkaufsfläche von 800 qm überschreitet. Ist dies der Fall, ist das Vorhaben nur in Kern- und Sondergebieten zulässig. BVerwG, 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05, 4 C 8.05 vom 24.11.05.

⁶³ Zu berücksichtigen ist diesbezüglich, dass ein Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 800 qm - und damit an der Schwelle zur Großflächigkeit - und Hauptsortiment Schuhe oder Spielwaren gut 20.000 Einwohner rechnerisch vollständig versorgt, mit dem Hauptsortiment Sport sind es gut 24.000 Einwohner.

⁶⁴ Auch wenn außerhalb der Zentren in MI-Gebieten (§ 6 BauNVO) i.d.R. Einzelhandel grundsätzlich möglich ist, sollte geprüft werden, ob es stadtentwicklungsplanerisch sinnvoll ist - beispielsweise zur Sicherung/ Stärkung benachbarter zentraler Versorgungsbereiche -, in bestimmten MI-Gebieten zentrenrelevanten Einzelhandel auch unterhalb der Großflächigkeit auszuschließen.



mit den Zusätzen einer "standortgerechten Dimensionierung" bzw. "zur Gebietsversorgung" deutlich auf das nähere bzw. unmittelbare Wohnumfeld abgestellt wird.

Die standortgerechte Dimensionierung ist jedoch unbedingt zu berücksichtigen und bedeutet in diesem Zusammenhang, dass die Versorgungsfunktion eines Einzelhandelsbetriebs nicht über das nähere Umfeld hinausreichen darf. Dabei ist der Bestand im Umfeld mit zu berücksichtigen: (Ungewollte) Auswirkungen gegen diesen können trotz (eigentlich) standortgerechter Dimensionierung der Fall sein, wenn z.B. ein sonstiger integrierter Vorhabenstandort in geringer Entfernung zu einem zentralen Versorgungsbereich liegt und das ihm zuzuordnende Wohnumfeld sich mit demjenigen des zentralen Versorgungsbereichs überschneidet.

An nicht integrierten Standorten **Typ F (definierte Fachmarktzentren) und G** sollen zentrenrelevante Sortimente grundsätzlich nicht erweitert bzw. angesiedelt werden. Ausnahmsweise können sie als Randsortimente bis max. 10% der Verkaufsfläche, bzw. bis 800 qm in Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment angeboten werden (vgl. Kap. 7.3.2).

7.3.2 Umgang mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel

Unter dem Aspekt der Zentrumsicherung könnte nicht zentrenrelevanter Einzelhandel zunächst im gesamten Stadtgebiet akzeptiert werden, wo Einzelhandel zulässig ist. Da jedoch insbesondere nicht großflächiger und nicht zentrenrelevanter Einzelhandel besonders in kleineren Stadtteilzentren bzw. an Nahversorgungsstandorten kaum einen Beitrag zur funktionalen Stärkung bringt bzw. möglicherweise die wenigen sinnvollen Ladenlokale belegt, könnte dieser Einzelhandel sogar für die Zentren- und Nahversorgungsentwicklung kontraproduktiv sein. Insofern ist ein differenziertes Vorgehen sinnvoll.

In den zentralen Versorgungsbereichen ist zu berücksichtigen, dass nur in begrenztem Umfang Flächen zur Verfügung stehen. Da auch nicht zentrenrelevante Angebote zur Attraktivität der Innenstadt beitragen können, erscheint hier allerdings ein vollständiger Ausschluss nicht sinnvoll. Daher muss bei der Großflächigkeit in der Innenstadt auf eine standortgerechte Dimension geachtet werden, ebenso wie bei den Stadtteilzentren Typ B.

In allen zentralen Versorgungsbereichen, auch an Nahversorgungsstandorten, sind nicht großflächige Ansiedlungen mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel uneinge-



schränkt möglich. Großflächige Ansiedlungen sind dagegen im Stadtteilzentrum **Typ C** und in Nahversorgungsstandorten **Typ D** ausgeschlossen.

Mit Flächenbereitstellungen für Einzelhandelsflächen in Gewerbegebieten bzw. gewerblichen Gebieten sollte behutsam umgegangen werden, da ansonsten u.U. die Standortqualität bezogen auf andere gewerbliche Nutzungen sinkt bzw. die Bodenpreise für andere Nutzungen zu stark erhöht werden (vgl. Kap. 5). Im Übrigen stellt sich unter dem Aspekt der Gewerbestandortsicherung die Frage, ob es sich die Stadt Oldenburg leisten kann/ will, weiterhin gewerbliche Flächen dem Einzelhandel zur Verfügung zu stellen.

In Gewerbegebieten bzw. gewerblich geprägten Gebieten, in denen bisher kein Einzelhandel vorhanden ist, sollte daher auch zukünftig kein Einzelhandel, d.h. auch kein nicht zentrenrelevanter Einzelhandel angesiedelt werden.

Neuansiedlungen von nicht zentrenrelevantem Einzelhandel können überdies an durch Einzelhandel geprägten nicht integrierten Standorten **Typ F** sowohl nicht großflächig als auch großflächig angesiedelt werden. Dies sollte vorrangig vor einer Ansiedlung an nicht geprägten und nicht integrierten Standorten **Typ G** geprüft werden. Als Standorte des Typ F sind nur die definierten Fachmarktzentrenstandorte gemeint, die regelmäßig – unter Beachtung der sonstigen bau- und planungsrechtlichen Rahmenbedingungen - für die weitere Entwicklung mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten vorgesehen sind. Die Ansiedlung an Standorten des Typ G soll nur im Sinne der Ausnahmeregelung möglich sein, so dass dieses jedes Mal im Einzelfall zu begründen ist. Dies kann im Extremfall dazu führen, dass aus einem Standort nach Typ G ein Standort nach Typ F entwickelt werden soll. Bezogen auf den Einzelfall ändert die Einstufung nichts am ggf. erforderlichen Planverfahren.

Ausnahme: Randsortimente an nicht integrierten Standorten

Problematisch bei der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten außerhalb der städtebaulich integrierten Standorte ist das inzwischen übliche Angebot von zentrenrelevanten Randsortimenten in solchen Betrieben (z.B. Haushaltswaren in Möbelgeschäften).

Das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten steht den städtebaulichen Zielen des Einzelhandelsentwicklungskonzepts entgegen. Durch die Summe der Randsortimente können mögliche schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche entstehen, allerdings wäre ein völliger Ausschluss dieses Angebotstyps unrealistisch, da er sich bereits in vielen Branchen durchgesetzt hat. Jedoch sollten diese zentren-



relevanten Randsortimente nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter Bezug zum Hauptsortiment vorhanden ist (z.B. nicht Lebensmittel im Baumarkt), zulässig sein. Als Obergrenze für die zentrenrelevanten Rand- und Ergänzungssortimente wird eine Fläche von - bezogen jeweils auf die Gesamtheit des diesbezüglichen Angebotes eines Betriebs - bis zu 10% der Gesamtverkaufsfläche, bei einer maximalen Verkaufsfläche von 800 qm (Schwelle zur Großflächigkeit), vorgeschlagen.

Unabhängig von der Größe der Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente sollte dabei sichergestellt werden, dass einerseits diese Randsortimentsfläche nicht mit einem einzelnen Sortiment belegt wird, andererseits muss darauf geachtet werden, dass eine solche Regelung nicht zur Einrichtung eines Shop-in-Shop-Systems⁶⁵ genutzt wird.

Ausnahme "Leerstandsdomino"

Vor allem auf Grund des begrenzten quantitativen Entwicklungsspielraumes nicht zentrenrelevanter Sortimente sollte die diesbezügliche Flächenbereitstellung eher zurückhaltend erfolgen. Letztlich kann es städtebaulich sinnvoll sein, in Zukunft Ansiedlungswünsche - soweit planungsrechtlich möglich - abzuwehren, wenn ersichtlich ist, dass eine entsprechende zusätzliche Zentralitätssteigerung nicht langfristig zu erzielen ist, sondern lediglich die Position funktional wesentlicher Einzelhandelslagen geschwächt wird.

Bei der Genehmigung von neuen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist zu beachten, dass - auch bei grundsätzlicher Verträglichkeit - nur eine bestimmte Tragfähigkeit für einzelne Angebote besteht. Wird diese überschritten, so ergibt sich die Gefahr eines "Leerstandsdominos": Durch Verdrängung kommt es zu (Einzelhandels-)Leerständen in gewerblich genutzten Gebieten. Ein ehemaliger Einzelhandelsstandort lässt sich nur langwierig zu einem Gewerbestandort im eigentlichen Sinne umformen, da der Preis für Grund und Boden für Einzelhandel und Gewerbe i.d.R. deutlich differiert. Stattdessen entsteht auf solchen Flächen üblicherweise ein Nachnutzungsdruck für Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten. Dem kann zwar planerisch begegnet werden, jedoch können auf diese Weise immer wieder (unnötige) Diskussionen ausgelöst werden.

⁶⁵ Ein typisches Beispiel von Shop-in-Shop-Systemen sind Shopping-Center. Mehrere selbstständige Einzelläden bilden in der Summe ein breites Angebot an Ladentypen und Sortimenten.



7.3.3 Entwicklungsoptionen für Industrie- und Gewerbegebiete

Die besondere Problematik für das produzierende Gewerbe u.ä., die sich im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Einzelhandel in gewerblichen Gebieten ergibt, wurde bereits dargelegt (vgl. Kap. 5). Daher sollte an denjenigen Standorten, an denen bisher keine oder nur in einem sehr geringen Umfang Einzelhandelsnutzungen vorhanden sind, das Planungsrecht insofern angepasst werden, dass dort zukünftig kein (weiterer) Einzelhandel zulässig ist (vgl. - auch im Folgenden - Kap. 7f). Generell sollten die Gewerbeflächen den eigentlich dort vorgesehenen gewerblichen Nutzungen (Handwerk und produzierendes Gewerbe) vorgehalten werden⁶⁶. Im Einzelfall und unter zu konkretisierenden Bedingungen kann die Zulässigkeit des Annexhandels, also Einzelhandel, der im Zusammenhang mit einem Produktions- oder Handwerksbetrieb stattfindet, zur Sicherung des gewerblichen Betriebs ermöglicht werden. Innerhalb von Industrie- und Gewerbeflächen kann atypischer Einzelhandel zulässig sein.

Eine Erweiterung der bestehenden Flächen, in den als Einzelhandelsstandort profilierten Gewerbegebieten bzw. nicht integrierten Fachmarktzentren in den nicht zentrenrelevanten Sortimenten, sollte nur erfolgen wenn in den genannten Gebieten keine Möglichkeit der Neuansiedlung oder Erweiterung mehr besteht. Daher sollten in diesen Gebieten nur in diesen konkreten Einzelfällen neue Flächen zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben ausgewiesen werden. Bei der Neuansiedlung von Betrieben an bestehenden nicht integrierten Einzelhandelsstandorten sollte eine Begrenzung der branchenüblichen zentrenrelevanten Randsortimente erfolgen und auf eine möglichst effiziente Nutzung der verfügbaren Fläche, z.B. mehrgeschossige Bebauung, geachtet werden.

Die bestehenden zentrenrelevanten Einzelhandelsbetriebe sollten weitgehend auf ihren Bestand festgeschrieben werden. Neuansiedlungen von derartigen Betrieben in gewerblich geprägten Gebieten/ Gewerbegebieten sowie auch an den sonstigen nicht integrierten Standorten sind in jedem Fall zu vermeiden.

⁶⁶ "Gewerbegebiete zeichnen sich zunächst dadurch aus, dass in ihnen gearbeitet wird. Nach dem Leitbild der BauNVO sind sie den produzierenden und artverwandten Nutzungen vorbehalten." Vgl. BVerwG, Beschluss vom 20.12.2005, Az.: 4 B 71.05.



7.3.4 Maßnahmvorschläge zur Nahversorgung

Wie in Kap. 4.2.4 festgestellt wurde, ist in der Gesamtstadt Oldenburg in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten eine rechnerische Vollversorgung zu verzeichnen. Im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel, welches für die Nahversorgung in besonderem Maße bedeutsam ist, wird dies bei einer Bindungsquote von rd. 98% nicht ganz erreicht. Räumlich differenziert zeigen sich jedoch erhebliche Unterschiede: Insbesondere der Stadtbezirk 8 weist mit 0% eine besonders prekäre Nahversorgungssituation auf, auch wenn dies ein sehr einwohnerarmer Bezirk ist. Die Stadtbezirke 2, 5 und 9 weisen ebenfalls geringe Bindungsquote unter 100% im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel auf (vgl. Abb. 10).

Bei der zukünftigen Sicherung der Nahversorgung im eigentlichen Sinne, nämlich eine den Wohnorten nahe Versorgungsstruktur, ist jedoch zu beachten, dass dies allein mit den Standardbetriebsformen möglicherweise auf Dauer nicht gelingen wird. Der Grund liegt vor allem in den Standortanforderungen des Lebensmitteleinzelhandels:

- Die großen Betreiber von Discountern möchten bei Neuansiedlungen üblicherweise mindestens rd. 1.000 qm Verkaufsfläche realisieren und bei den Betreibern von Supermärkten liegt die Mindestverkaufsfläche für Neuansiedlungen mittlerweile i.d.R. zwischen 1.200 und 1.600 qm.
- Ein Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche im Bereich der Schwelle zur Großflächigkeit, d.h. mit knapp über 800 qm Verkaufsfläche, versorgt rein rechnerisch bereits rd. 2.500 Einwohner.
- Die seitens der Betreiber veranschlagte Mantelbevölkerung⁶⁷ im engeren Einzugsgebiet beträgt rd. 5.000 Einwohner und mehr.
- Selbst für kleinflächige Lebensmittelbetriebe wird i.d.R. von einer Mindesteinwohnerzahl im unmittelbaren Umfeld (Wohnsiedlungsbereich) von rd. 1.000 Einwohnern ausgegangen.

⁶⁷ Der Begriff Mantelbevölkerung umfasst weit mehr als den fußläufigen Einzugsbereich, da Betreiber von Lebensmittelmärkten ihre Standortkriterien überwiegend auf die Autokunden ausrichten.



Tab. 11: Standortanforderungen Lebensmittelbetriebe nach Betriebstypen

Betriebstyp	kleinflächiger Lebensmittelbetrieb	Supermarkt (inhabergeführt)	Supermarkt (regiegeführt)	Discounter
Grundstücksgröße	kein wesentliches Kriterium	rd. 2.500 qm	rd. 6.000 qm	rd. 5.000 qm
Verkaufsfläche	ab rd. 100 qm	ab rd. 600 qm	ab rd. 1.600 qm	ab rd. 800 bis 1.000 qm
Pkw-Stellplätze	ab rd. 10 Stellplätzen	ab rd. 40 Stellplätzen	rd. 120 bis 160 Stellplätze	rd. 80 bis 120 Stellplätze
Standortlage	integriert	integriert/ teilintegriert	zumindest teilintegriert	teil- bzw. nicht integriert
Erreichbarkeit	fußläufig, Pkw nachrangig	fußläufig, Pkw	Pkw, fußläufig	v.a. Pkw, tlw. auch fußläufig
Wettbewerb	keine benachbarten Wettbewerber	i.d.R. keine benachbarten Wettbewerber	auch Mehrfachstandorte (Bio-markt, Discounter)	auch Mehrfachstandorte (Supermarkt, Biomarkt)

Quelle: eigene Expertengespräche mit verschiedenen Betreibern von Lebensmittelbetrieben

Auf Grund der Anforderung an die Betriebsgrößen und der deshalb erforderlichen Mantelbevölkerung bedeutet dies, dass

- der Standorttyp entscheidend ist und ein integrierter Standort - zentraler Versorgungsbereich, Nahversorgungsstandort oder sonstige integrierte Gebiete - eine unabdingbare Voraussetzung ist, da somit die Erreichbarkeitsmöglichkeiten auch unabhängig vom Pkw am größten sind.
- eine größenbeschränkte, standortgerechte Dimensionierung unter Berücksichtigung bestehender Angebotsstrukturen gewährleistet sein muss,
- an sonstigen integrierten Standorten zusätzliche Lebensmittelbetriebe nur bei Schließung von räumlichen Nahversorgungslücken angesiedelt werden sollten.

Zur Verbesserung der Nahversorgung in den Wohnsiedlungsbereichen mit geringer Einwohnerzahl in Teilbereichen der Stadtgebiete 5, 7, 8 - sowie auch in einwohnerarmen und peripher gelegenen Wohnsiedlungsbereichen in anderen Teilen von Oldenburg - sollten zur Verbesserung des Nahversorgungsangebotes alternative Maßnahmen realisiert werden:

- **Kleinflächige Lebensmittelbetriebe** stellen eine Renaissance des Tante-Emma-Ladens dar. Zur Sicherstellung der Wirtschaftlichkeit bieten sich gegebenenfalls die Integration von Dienstleistungen (z.B. Postagentur, Reinigungsannahme, Toto-/Lotto-Aannahme) an. Weiterhin kann es sich bei einem derartigen Betrieb um einen **Bäcker (oder auch Metzger) mit einem umfangreichen Lebensmittelangebot** handeln.



- Weiterhin stellen **Direktvermarkter** bzw. **Hofläden** eine alternative Nahversorgungsmöglichkeit bzw. wichtige Ergänzung sonstiger Grundversorgungsangebote dar.
- **Verkaufswagen** sind mittlerweile eine traditionelle Form der Nahversorgung und nehmen vielerorts eine ergänzende bzw. kompensierende (Versorgungs-)Funktion wahr. Der überwiegende Anteil der Verkaufswagen bietet nur ein sehr begrenztes Angebot, meist handelt es sich dabei um Back- bzw. Fleisch-/ Wurstwaren oder um Fisch. Eine Ausnahme stellen "rollende Supermärkte" dar, die ein relativ umfassendes Lebensmittelangebot mit sich führen.
Der Nachteil von Verkaufswagen gegenüber stationären Nahversorgungseinrichtungen liegt - neben ihrem meist spezialisierten Angebot - in ihren engen "Versorgungszeiten"/ Zeitfenstern vor Ort und in der mangelnden Sozialfunktion, die integrierte Nahversorgungsstandorte ansonsten haben.
- In den letzten Jahren ist ein Trend hin zum **Liefer-/ Bringservice** zu verzeichnen. Dabei handelt es sich einerseits um reine Lieferdienste, d.h. der Kunde kauft die Ware im Geschäft und lässt sie sich nach Hause liefern. Andererseits bieten Lebensmittelbetriebe, i.d.R. Supermärkte, darüber hinaus auch Bestellmöglichkeiten von zu Hause aus per Internet, Fax oder Telefon an. Zunehmend gibt es Konzepte, die als reine Onlineportale angeboten werden. Der Liefer-/ Bringservice bietet dabei gerade für "kleine" Einzelhändler eine Möglichkeit, sich von den werbe- und preisaggressiven Discountern abzuheben und sich ein gewisses Stammkundenpotenzial zu sichern.
- Alternativ zum Bringservice tragen organisierte **Fahrgemeinschaften/ -dienste** zur Verbesserung der Nahversorgung bei. Im Gegensatz zum Bringservice besteht dabei die Möglichkeit des individuellen und erlebnisorientierten Einkaufs. Zudem dient der Einkauf im Geschäft als wichtige Treff- und Kommunikationsmöglichkeit insbesondere für ältere und/ oder alleinstehende Menschen. Fahrgemeinschaften werden sowohl von öffentlichen Trägern - soziale Dienste, Kommunen - als auch von privaten Gruppen organisiert, bei der Durchführung ist jedoch i.d.R. ein hohes bürgerschaftliches Engagement auf ehrenamtlicher Basis erforderlich.



7.4 STÄRKEN-SCHWÄCHEN, ABGRENZUNG UND PERSPEKTIVEN DER ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHE

Nachfolgend werden sämtliche zentralen Versorgungsbereiche dargestellt. Die Ausführungen enthalten

- eine kartographische Darstellung und eine textliche Begründung der Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche,
- ein städtebaulich-funktionales Stärken-Schwächen-Profil und
- Empfehlungen zur künftigen räumlichen, städtebaulichen und funktionalen Entwicklung des jeweiligen zentralen Versorgungsbereichs.

Voraus geschickt können bereits drei Empfehlungen für alle im Folgenden vorgestellten Zentren ausgesprochen werden. Es ist zum einen zu empfehlen, innerhalb aller beschriebenen zentralen Versorgungsbereiche eine restriktive Steuerung der Vergnügungsstätten vorzunehmen, sowie ein Ladenflächenmanagement einzuführen. Darüber hinaus ist die konsequente Einhaltung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes, zur Konzentration der Entwicklung auf den zentralen Versorgungsbereich unabdingbar.

Die in den Tabellen enthaltenen Zahlen beziehen sich auf den Erhebungszeitpunkt September bis November 2012 und die perspektivische Abgrenzungen der Zentren.

7.4.1 Innenstadt⁶⁸

Lage und Abgrenzung

Die Innenstadt ist in fußläufiger Entfernung zum Hauptbahnhof erreichbar. Die natürliche Grenze der Innenstadt bildet in nördliche und westliche Richtungen der Stadtgraben, im Nordosten fließt der Fluss Haaren und im Südosten die Mühlenhunte. Die gesamte Innenstadt ist von einem vierspurigen Verkehrsring umgeben (Heiligengeistwall, Staulinie, Poststraße, Paradewall, Schlosswall, Theaterwall), der das Zentrum gut erschließt. Nur am nördlichen Ende der Innenstadt ist die Fußgängerzone verlängert worden und reicht entlang der Heiligengeiststraße bis zur 91er Straße, wo durch die Hochtrasse der Bahn eine deutliche Grenze gegeben ist. Der gesamte Stadtkern ist als Fußgängerzone ausgewiesen, lediglich am östlichen Rand sind die Ritter- und Mühlenstraße, im Süden der Schloßplatz sowie im Norden die Wallstraße für Autoverkehr freigegeben. Die Innenstadt zeichnet sich durch eine dichte Blockrandbebauung aus, die Größtenteils zwei- bis maximal dreigeschossig ist. Prägend ist

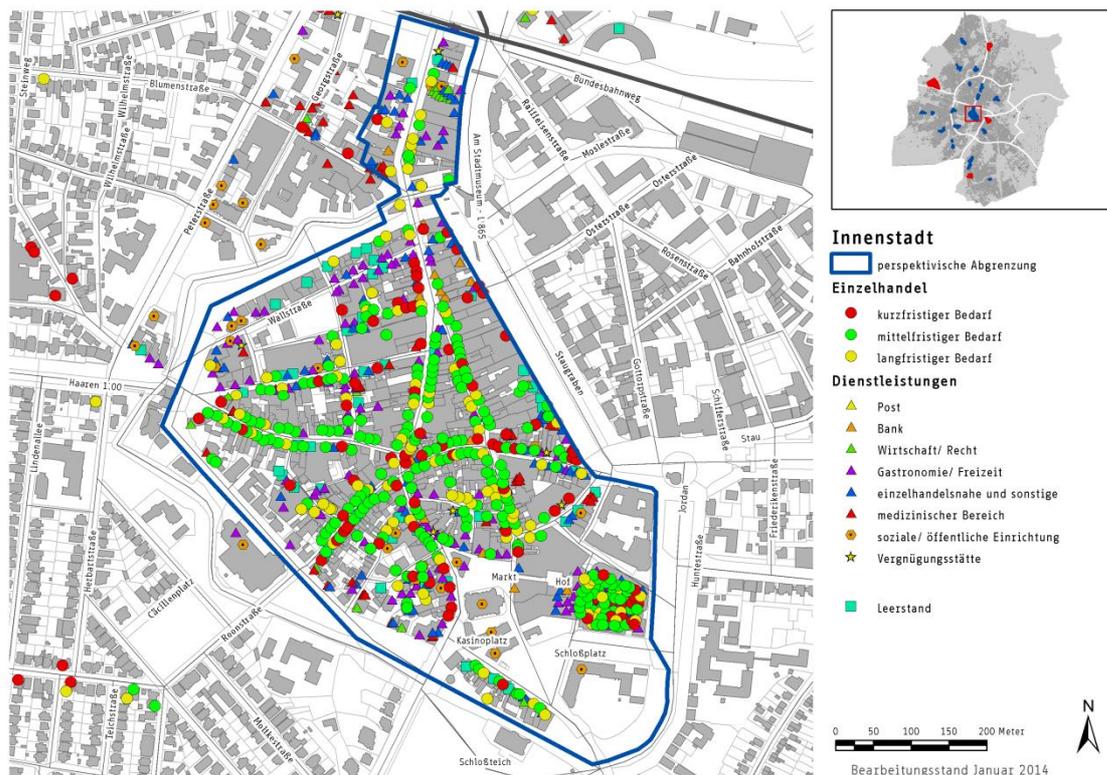
⁶⁸ Im Gegensatz zum step2025 (erweiterter Innenstadtbereich) erfolgt die Innenstadtabgrenzung in diesem Kontext vor dem Hintergrund der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche.



die gut erhaltene historische Bauweise. Neubauten sind in der Regel gut an die bestehende Substanz angepasst.

Die Oldenburger Innenstadt weist in Nord-Süd-Richtung eine Ausdehnung von rd. 1000 Metern auf, wobei die beiden Hauptgeschäftsstraßen (Lange Straße, Achternstraße) sich nur auf rd. 700 Metern⁶⁹ erstrecken. In Ost-West-Richtung beträgt die Ausdehnung rd. 450 Meter.

Karte 10: Innenstadt Oldenburg - Typ A



Quelle: eigene Erhebung und Begehung September bis November 2012; Juli 2013; eigene Darstellung; Karte und Datenbasis Stadt Oldenburg

Städtebaulich-funktionale Situation

Die charakteristische Nutzungs- und Funktionsvielfalt des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt zeigt sich in der großen Anzahl der Einzelhandelsbetriebe insgesamt und der ausgeprägten Dominanz von sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten.

⁶⁹ Erfahrungsgemäß funktioniert eine Innenstadt bei einer Ausdehnung von jeweils 600 Metern optimal. Dies entspricht i.d.R. auch historischen Stadtgrundrissen. Innenstädte die deutlich größere Ausdehnungen aufweisen sind häufig an den Rändern von Leerständen geprägt. In Großstädten sind die Innenstädte in entsprechende Viertel gegliedert.

Tab. 12: Einzelhandelsangebot Innenstadt

Innenstadt Typ A		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	412	nahversorgungsrelevant	9.900
Lebensmittelbetriebe	7	sonst. zentrenrelevant	86.475
Gesamtverkaufsfläche in qm ¹⁾	101.600	nicht zentrenrelevant	5.200

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung September bis November 2012

Foto 1: funktionale Dichte Achternstraße



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 2: integriertes Einkaufszentrum Schlosshöfe



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 3: inhabergeführte Geschäfte



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 4: Filialisten



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 5: Geschäftsschließung



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 6: mangelnde Frequenz



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013



Stärken	Schwächen
funktional	
<p>Einzelhandel</p> <ul style="list-style-type: none"> • vielfältiges Angebot: Filialisten (kleinere Ladenlokale und große Magnetbetriebe - C&A, Leffers, Kaufhof), kleine spezialisierte Fachgeschäfte und inhabergeführte Läden (insbesondere in den Randlagen), großes integriertes Einkaufszentrum (Schlosshöfe) am Schlossplatz), weitere EKZ an der Heiligengeiststraße (CityCenter Oldenburg); • alle Bedarfsbereiche werden abgedeckt, inkl. Lebensmittelbetrieb (Netto Mottenstraße, Rewe im UG der Schlosshöfe); • breites Preisniveau; • Wochenmarkt an der St. Lamberti-Kirche; Öko-Wochenmarkt am Julius-Mosen-Platz; • 1A-Lage Lange Straße und Achternstraße, Julius-Mosen-Platz; 1B-Lage alle dazu querenden Straßen, Heiligengeiststraße; 2a/b Lage parallele Seitenstraßen westlich der Lange Straße und der Heiligengeiststraße; <p>Gastronomie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Konzentrationen an der Wallstraße (Gastromeile), am Markt, in der Baumgartenstraße, Heiligengeiststraße; • unterschiedliche Angebote mit breitem Preisniveau - Cafe, Restaurant, Kneipe; • ausgedehnte Außengastronomie mit hoher Aufenthaltsqualität; <p>Alle Leerstände befinden sich in den Nebengebäuden oder klassischen Randbereichen. Die beiden Hauptachsen Lange Straße und Achternstraße sind durchgehend besetzt.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Fußgängerzone teilweise stark durch Warenständer/ Kundenstopper zugestellt • vereinzelt einfache introvertierte Fassaden; • stark frequentierter Verkehrsring um die Innenstadt → hohe Trennungswirkung; • funktionale Dichte fällt in der Heiligengeiststraße deutlich ab: viel Dienstleistung, Finanzamt, 2 Leerstände → wenig Frequenz; • Aufenthaltsqualität in der Heiligengeiststraße geringer, da bestehendes Mobiliar veraltet und der öffentliche Raum wenig gestaltet, Straßenraum deutlich durch Radverkehrsnutzung geprägt (Durchfahrt und Stellplätze); • großer Wochenmarkt am Pferdemarkt von der Innenstadt getrennt - außerhalb des zentralen Bereiches, durch Hauptstraße und Bahnbrücke getrennt; • nördlich der Wallstraße bis zum Heiligengeistwall hohe Anzahl an Leerständen in dem gesamten Block, insbesondere entlang des Heiligengeistwalls → teilweise wurde hier bereits abgebrochen (Neugestaltung Quartier am Waffenplatz); • Leerstände sind zwar vorhanden, aber im Verhältnis sehr gering und unauffällig;
städtebaulich	
<p>Wohnen</p> <ul style="list-style-type: none"> • im 1. OG häufig Wohnnutzung; • Bergstraße ganz alte Gasse mit überwiegend Wohnnutzung; <p>Bausubstanz:</p> <ul style="list-style-type: none"> • gut erhaltene historische Bausubstanz, 2-3 geschossig; Burgstraße aufwendig saniert; • der Neubau der Schlosshöfe ist gestalterisch hervorragend an die alte Fassade angepasst; • Staatstheater, St. Lamberti-Kirche, Verwaltungsgericht und das ehemalige Schloss sind stadtbildprägende Merkmale; Aufenthaltsqualität • alle Plätze weisen eine hohe Aufenthaltsqualität auf, durch die gut erhaltene historische Gebäudesubstanz, den gepflegten und freundlich gestalteten öffentlichen Raum, hohe Passantenfrequenz und Nutzung durch Gastronomie; 	<ul style="list-style-type: none"> • rund um den Markt sind die Fassaden zum Teil aus den 1970er Jahren, im Gegensatz zur übrigen Bebauung in der Innenstadt • der Platz am Markt wirkt außerhalb der Markttage Dienstag/ Donnerstag und Freitag sehr leer und nur in den Bereichen der Gastronomiebetriebe stark belebt • die Geschäfte an der Haarenstraße und den anliegenden Seitenstraßen haben früher geschlossen als der übrige Teil der Innenstadt • teilweise historische Fassaden durch neue Werbeanlagen verbaut • vom Hauptbahnhof kommend ist die Innenstadt nur schlecht zu finden und unübersichtlich ausgeschildert. Dass der Zugang über die deutlich verwahrloste Kaiserstraße führt - Sexkino, -shops, Spielhallen, Wettbüros - entspricht nicht der hohen Qualität, die das Stadtzentrum hat (Die Kaiserstraße wird in 2014/ 2015 saniert bzw. neu gestaltet)

<ul style="list-style-type: none"> • der Platz am Kreuzungspunkt von Lange- und Achternstraße (Lefferseck) hat durch die Gestaltung mit Brunnen und Skulptur eine hohe Qualität; • der Waffenplatz war zum Zeitpunkt der Begehung als Ausstellungsort für das Projekt "Stadtgarten" genutzt und dadurch sehr gut angenommen; <p>Parken:</p> <ul style="list-style-type: none"> • entlang des Verkehrsrings sind vier Parkhäuser zu erreichen und eine Tiefgarage; • im Bereich am Schloßplatz und am Theater gibt es einige kostenpflichtige Parkplätze; • für Fahrräder gibt es zahlreiche Sammelstellplätze an den wichtigsten Stadteingängen: Kasinoplatz, Julius-Mosen-Platz, Heiligengeiststraße; <p>Potenzialflächen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • östlich der Heiligengeiststraße direkt am Heiligengeistwall - ungeordnete Hinterhoffläche; • westlich der Heiligengeiststraße direkt an der 91er Straße - unbebaute Fläche; • Waffenplatz und angrenzende Flächen in Richtung Heiligengeistwall (diese Flächen werden 2014 neu gestaltet bzw. neu entwickelt); • Ecke Schloßplatz / Schloßwall; <p>sonstiges:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Fortsetzung der Fußgängerzone in Heiligengeiststraße schafft Anschluss an Pferdemarkt mit Wochenmarkt und Bushaltestellen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Telekomgebäude an der Poststraße steht teilweise leer
--	---

Empfehlungen

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt soll auch in Zukunft vorrangig der Ansiedlungsschwerpunkt des zentrenrelevanten Einzelhandels in der Stadt Oldenburg sein. Um die Kompaktheit des gesamten innerstädtischen Einkaufsbereiches weiter zu stärken, ist die westliche Begrenzung durch den Heiligengeist- und Theaterwall eine wichtige Zäsur.

Bereits heute liegt eine gute Mischung zwischen kleinen und großflächigen Betrieben vor, die in Zukunft in dieser Form weiter stabilisiert werden sollte. Jedoch ist vor dem Hintergrund der großen Konkurrenz insbesondere durch das Einkaufszentrum Wechloy verstärkt die Ansiedlung von größeren Betrieben mit Magnetwirkung in Betracht zu ziehen. Hierfür könnten z.B. frei werdende Flächen im derzeit durch Leerstände geprägten CityCenter Oldenburg genutzt werden.

Da angesichts der kleinteiligen, oft denkmalgeschützten Bausubstanz die räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs begrenzt



sind, kommt einer konsequenten Steuerungspolitik in Oldenburg eine besondere Bedeutung zu. Nur bei einer entsprechenden Investitionssicherheit wird es gelingen, baulich schwierige Immobilien für Einzelhandelsnutzungen zu entwickeln.

Angesichts der besonderen und qualitativ hoch attraktiven städtebaulichen Situation, insbesondere in den Haupteinkaufslagen und an den Plätzen, sollte das vorrangige Ziel in der Erhaltung dieser Gegebenheiten liegen.

Der gesamte in sich geschlossene Innenstadtbereich ist bereits gut miteinander vernetzt. Lediglich die Heiligengeiststraße ist gestalterisch und funktional abgekoppelt. Um eine stärkere Anbindung an die Haupteinkaufszone zu erreichen, sollte der Übergang gestalterisch aufgewertet werden oder für den Bereich Heiligengeiststraße eine erkennbare eigenständige Identität entwickelt werden. Derzeit sind bereits erste Schritte dazu unternommen worden. Die Anlieger der Heiligengeiststraße haben sich unter dem Begriff Heiligengeistquartier zu einer Gemeinschaft zusammengeschlossen, um das Quartier zu stärken und eine deutlichere Anbindung an den übrigen Innenstadtbereich zu erreichen.

Handlungsbedarf im Hinblick auf eine höhere Nutzung ergibt sich für den Schlossplatz und den Marktplatz. Beide sollten auf Grund ihrer Bedeutung, der zentralen Lage und der vorhandenen historischen Qualitäten noch stärker ihrer Funktion als wichtige Orte des Verweilens gerecht werden. Zum Zeitpunkt der Begehung war der Waffenplatz durch laufende Baumaßnahmen beeinträchtigt und wurde als Ausstellungsort für die „Stadtgärten“ genutzt, daher kann keine abschließende Empfehlung geben werden. Klar ist jedoch, dass die Nutzungsmöglichkeit für ungewöhnliche Events an diesem Ort bestehen bleiben sollte.

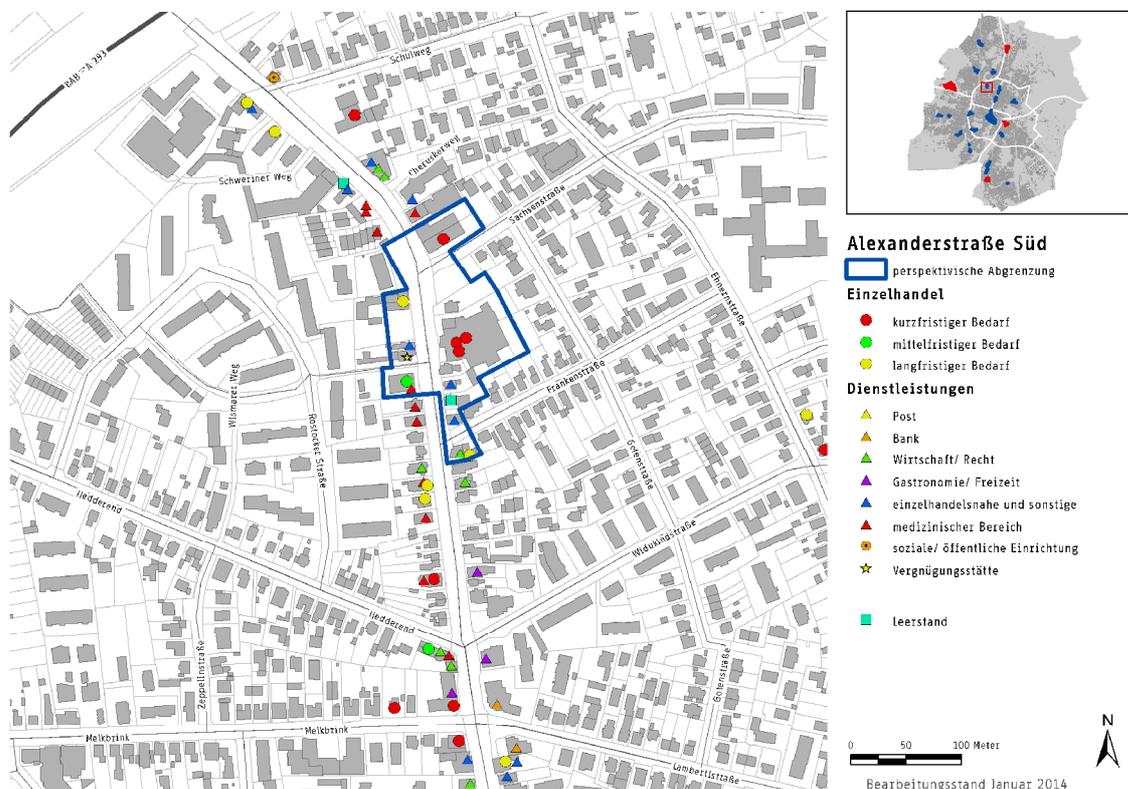
Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none">• gesamtstädtische und oberzentrale Versorgungsfunktion erhalten und stärken• keine weitere räumliche Ausdehnung• Standort für großflächigen zentrenrelevanten Einzelhandel• weitere Ergänzung durch große Magnetbetriebe anstreben• Umnutzung/ Entwicklung im Bestand, Zusammenlegung von Verkaufsflächen• Wohnen in der Innenstadt weiterhin stärken• bisherige Steuerungspolitik beibehalten	<ul style="list-style-type: none">• Übergang von der Lange Straße als lesbare Wegebeziehung vom Hauptbahnhof zur Innenstadt gestalten• Heiligengeiststraße gestalterisch aufwerten• Schlossplatz und Marktplatz noch stärker als innerstädtischen Aufenthaltsbereich entwickeln• funktionale und gestalterische Stabilisierung des Waffenplatzes

7.4.2 Alexanderstraße Süd

Lage und Abgrenzung

Der zentrale Versorgungsbereich Alexanderstraße Süd liegt nördlich der Innenstadt an einer der Hauptausfallstraßen. Er erstreckt sich entlang der Hauptverkehrsstraße von der Sachsenstraße bis zur Frankenstraße auf rd. 120 Metern. Durch die umliegende dichte Wohnbebauung kann der Standort als integriert angesehen werden, er ist jedoch in seiner Ausprägung sehr klein. Die weiteren insbesondere nach Süden sich anschließenden Dienstleistungsangebote können keinen Zentrumscharakter entwickeln, weil die hier vorzufindende lose Randbebauung städtebaulich keinen entsprechenden Zentrumscharakter vermittelt.

Karte 11: Alexanderstraße Süd - Typ C



Quelle: eigene Erhebung und Begehung September bis November 2012; Juli 2013; eigene Darstellung; Karte und Datenbasis Stadt Oldenburg

Städtebaulich-funktionale Situation

In erster Linie ist der zentrale Versorgungsbereich Alexanderstraße Süd von dem zentral gelegenen Einzelhandelsangebot geprägt, der durch einige wenige Dienstleistungsangebote ergänzt wird. Auf Grund des vorhandenen Bekleidungs-geschäftes und des Bettengeschäftes kann von einer überörtlichen Versorgungsfunktion ausgegangen werden, jedoch hat der gesamte Bereich eher die Qualität eines Nah-



versorgungszentrums. Dies wird durch die bauliche Struktur noch verstärkt. Die gewerbliche Nutzung ist hier größtenteils im Erdgeschoss der Wohnhäuser angesiedelt und nur der Getränkemarkt, das Lebensmittelgeschäft und die Bank heben sich durch den funktionalen Baustil ab.

Tab. 13: Einzelhandelsangebot Alexanderstraße Süd

Alexanderstraße Süd - Typ C		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	7	nahversorgungsrelevant	1.800
Lebensmittelbetriebe	1	sonst. zentrenrelevant	150
Gesamtverkaufsfläche in qm ¹⁾	2.075	nicht zentrenrelevant	125

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung September bis November 2012

Foto 7: Nahversorgungsangebot



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 8: Straße als Barriere



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Stärken	Schwächen
funktional	
<ul style="list-style-type: none"> Nahversorgung und tlw. Dienstleistung mit ergänzender überörtlicher Funktion 	<ul style="list-style-type: none"> eher einseitiges Angebot im Bereich Einzelhandel kaum Frequenz, Parkplatz des Lebensmittelbetriebs sehr leer (tagsüber) Vergnügungsstätte
städtebaulich	
<ul style="list-style-type: none"> neue attraktiv gestaltete Fassade des Lebensmittelmarktes kurze Wege und gute Querungsmöglichkeit der Alexanderstraße durch Fußgängerampel zentrale Bushaltestelle straßenbegleitendes Parken für Kunden und Anwohner 	<ul style="list-style-type: none"> alte, teilweise sanierungsbedürftige Bausubstanz Alexanderstraße stellt verkehrliche Barriere dar zusammenhängender Versorgungsbereich nur begrenzt zu erkennen



Empfehlungen

Der überwiegend durch Nahversorgung geprägte Standort ist für die Versorgung der umliegenden Bevölkerung relevant und bedient zudem auch in besonderen Branchen eine überörtliche Funktion. Auf Grund der baulichen Struktur ist hier jedoch keine Entwicklungsmöglichkeit auszumachen. Daher ist es sinnvoll, den Bereich sehr kompakt festzuschreiben, um der Entwicklung des Bestandes eine größere Chance zu eröffnen. Eine Vergrößerung ist nicht gerechtfertigt, da entlang der Alexanderstraße zwar einige kleinere Einzelstandorte oder weitere Ansiedlungen vorhanden sind, allerdings die städtebauliche Situation in absehbarer Zeit keinerlei städtebaulich ablesbare Weiterentwicklung möglich macht. Eine funktionale Ausdehnung ist ebenfalls auf Grund der funktionalen Aufgabe des Standortes nicht erforderlich.

Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none">• vorrangig nahversorgungsrelevante Sortimente oder nicht großflächige nicht zentrenrelevante Sortimente ermöglichen• Ergänzung durch weitere Dienstleistungsbetriebe• konsequente Steuerung der Vergnügungstätten	<ul style="list-style-type: none">• Nachverdichtung im Bestand, um Raumkante entlang der Alexanderstraße zu schaffen• Aufwertung Parkplatzbereich des Lebensmittelbetriebes• Verbesserung der Querungsmöglichkeiten



7.4.3 Alexanderstraße Nord

Lage und Abgrenzung

Entlang der Alexanderstraße, rd. 1,5 Kilometer nördlich des Bereiches Süd, liegt der zentrale Versorgungsbereich Alexanderstraße Nord. Auf der östlichen Seite entlang der Alexanderstraße ist auf einer Länge von rd. 500 Metern ein zusammenhängender Bereich abgegrenzt. Im Mündungsbereich der Liegnitzer Straße auf der gegenüberliegenden Straßenseite ergänzen u.a. die dort ansässigen wichtigen sozialen Einrichtungen das Stadtteilzentrum.

Karte 12: Alexanderstraße Nord - Typ C



Quelle: eigene Erhebung und Begehung September bis November 2012; Juli 2013; eigene Darstellung; Karte und Datenbasis Stadt Oldenburg

Städtebaulich-funktionale Situation

Maßgeblich geprägt wird der zentrale Versorgungsbereich Alexanderstraße Nord durch die neu angesiedelten Einzelhandelsbetriebe gegenüber der Liegnitzer Straße. Richtung Norden wird der Besatz immer dünner und ist vornehmlich durch Dienstleistungen geprägt. Es gibt keine geschlossene Raumkante, sondern nur eine größtenteils durch Wohnhäuser geprägte lose Bebauung, in denen im Erdgeschoss die Betriebe angesiedelt sind. Der Bereich in der Liegnitzer Straße ist sehr kleinteilig und größtenteils

stark renovierungsbedürftig. Durch die aktuelle Struktur gehört dieser Bereich jedoch deutlich zum zentralen Versorgungsbereich dazu.

Tab. 14: Einzelhandelsangebot Alexanderstraße Nord

Alexanderstraße Nord - Typ C		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	11	nahversorgungsrelevant	1.800
Lebensmittelbetriebe	4	sonst. zentrenrelevant	150
Gesamtverkaufsfläche in qm ¹⁾	2.075	nicht zentrenrelevant	125

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung September bis November 2012

Foto 9: Nahversorgung



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 10: ergänzende Funktionen



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 11: sanierungsbedürftige Bausubstanz



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 12: stark abfallende Dichte



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013



Stärken	Schwächen
funktional	
<ul style="list-style-type: none"> • starkes Angebot für die Nahversorgung • gewachsenes Stadtteilzentrum • Ergänzung durch Dienstleistungen und soziale Einrichtungen 	<ul style="list-style-type: none"> • zu den Rändern hin stark abnehmende Dichte und geringe Frequenz • zunehmend Leerstände • Vergnügungsstätten
städtebaulich	
<ul style="list-style-type: none"> • attraktiv gestaltete Neuansiedlung von Lebensmittelmärkten und Drogerie • Fußweg, Bushaltestellen und Parkflächen im zentralen Bereich modern gestaltet • gute Querungsmöglichkeit der Alexanderstraße durch Fußgängerampel • zentrale Bushaltestelle 	<ul style="list-style-type: none"> • Alexanderstraße als massive Barriere • sehr lang gezogener Versorgungsbereich • Bereich an der Liegnitzer Straße baulich in sehr schlechtem Zustand • weiterer Straßenraum der Alexanderstraße in sehr schlechtem Zustand

Empfehlungen

Der gut integrierte zentrale Versorgungsbereich dient überwiegend der Nahversorgung und sollte insbesondere unter diesem Aspekt gestärkt werden. Die noch bestehenden räumlichen Entwicklungspotenziale sind vor diesem Hintergrund zu betrachten und daher verträglich zu überplanen. Dabei ist ein besonderes Augenmerk auf den Bereich in der Liegnitzer Straße zu legen, um eine weitere Zergliederung des langgezogenen Bereiches zu verhindern. Die Stärkung des zentralen Bereiches sollte Vorrang vor einer Neubebauung und einer Nachverdichtung an den Rändern haben.

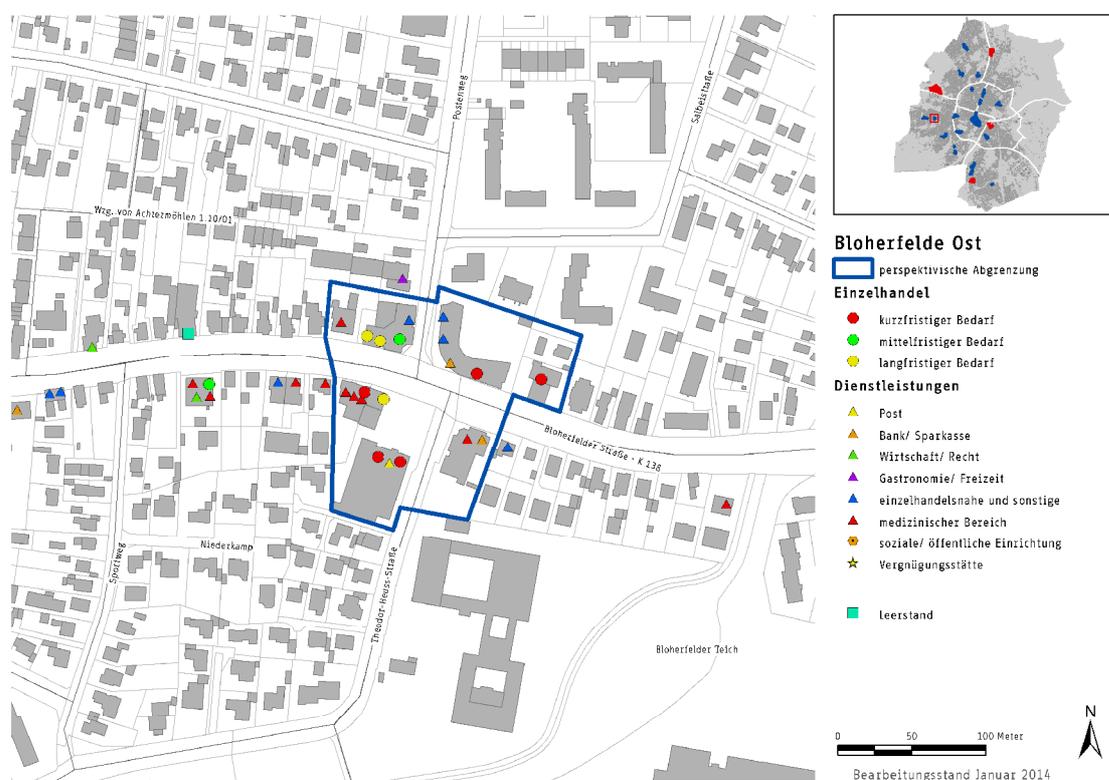
Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none"> • ausschließlich nicht großflächige Betriebe, sowohl im zentrenrelevanten wie nicht zentrenrelevanten Sortiment • Ergänzung durch weitere Dienstleistungsbetriebe • konsequente Steuerung der Vergnügungsstätten 	<ul style="list-style-type: none"> • Nachverdichtung im Bestand, um Raumkante entlang der Alexanderstraße zu schaffen • Abriss und Neubau (entlang Liegnitzer Straße) - gesamten Bereich als Einheit entwickeln • Potenzialflächen gemäß Bebauungsplan ausnutzen

7.4.4 Bloherfelde Ost

Lage und Abgrenzung

Der zentrale Versorgungsbereich Bloherfelde Ost umfasst den Kreuzungsbereich Bloherfelder Straße und Theodor-Heuss-Straße im Osten der Stadt. Die funktionalen Angebote konzentrieren sich nahezu ausschließlich in den Gebäuden, die die „Platzkanten“ zum Kreuzungsbereich bilden. Städtebaulich grenzt sich dieser Bereich (außer nach Nordosten) vor allem durch die Gebäudetypologie und das Gebäudevolumen von der umgebenden Bebauung ab, so dass das Zentrum auch städtebaulich vergleichsweise leicht ablesbar ist.

Karte 13: Bloherfelde Ost - Typ C



Quelle: eigene Erhebung und Begehung September bis November 2012; Juli 2013; eigene Darstellung; Karte und Datenbasis Stadt Oldenburg

Städtebaulich-funktionale Situation

Durch die Bebauungsstruktur an den vier Eckpunkten der Kreuzung ist ein deutlicher funktionaler Zusammenhang zu erkennen, wobei der Lebensmittelbetrieb mit dem davorliegenden Parkplatz den städtebaulichen Rahmen unterbricht. Die markanten Eckgebäude setzen sich gestalterisch von der umliegenden Wohnbebauung ab. Entlang der Bloherfelder Straße ist ein deutlicher funktionaler Bruch hinter den Eckgebäuden zu erkennen, so dass sich darin die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs be-



gründet. Der Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz strahlt über den Nahversorgungsbereich hinaus, da es einige spezielle Angebote für den langfristigen Bedarf und spezialisierte Dienstleistungsangebote gibt.

Tab. 15: Einzelhandelsangebot Bloherfelde Ost

Bloherfelde Ost - Typ C		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	9	nahversorgungsrelevant	1.475
Lebensmittelbetriebe	1	sonst. zentrenrelevant	150
Gesamtverkaufsfläche in qm ¹⁾	1.900	nicht zentrenrelevant	275

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung September bis November 2012

Foto 13: kompakte Gebäudetypologie



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 14: langfristiger, überörtlicher Bedarf



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 15: Kreuzung als Barriere



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 16: städtebaulich nicht eingebunden



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013



Stärken	Schwächen
funktional	
<ul style="list-style-type: none"> • auf kleinem Bereich relativ breites Angebot des kurz- und langfristigen Bedarfs, ergänzt mit Dienstleistung • übernimmt für das umliegende Wohngebiet Nahversorgungsfunktion • relativ hohe Passantenfrequenz • Gelände der Tankstelle als Potenzialfläche 	<ul style="list-style-type: none"> • fehlende Aufenthaltsqualität • keine ergänzenden funktionalen Angebote
städtebaulich	
<ul style="list-style-type: none"> • moderne Eckgebäude, die eine attraktive Raumkante bilden • Schule in direkter Nähe 	<ul style="list-style-type: none"> • stark frequentierter Kreuzungsbereich → hohe Trennungswirkung • keine gewachsene Struktur • Lebensmittelbetrieb städtebaulich nicht eingepasst

Empfehlungen

Der zentrale Versorgungsbereich ist zwar in seiner Ausdehnung klein und durch die starke Zäsur im Kreuzungsbereich nicht optimal angelegt, übernimmt aber eine wichtige Funktion als Nahversorgungsstandort. Um das Gesamtensemble der Kreuzung zu verbessern, sollte perspektivisch der Lebensmittelbetrieb der hochwertigen Architektur der anderen Eckbereiche angepasst werden.

Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none"> • keine zusätzliche Erweiterung, sondern Konzentration • Lebensmitteleinzelhandel muss als Frequenzbringer bleiben • Nachverdichtung bestehender Leerstände 	<ul style="list-style-type: none"> • Abriss und Neubau des Lebensmittelbetriebes um neue Raumkante zu schaffen

7.4.5 Cloppenburger Straße

Lage und Abgrenzung

Entlang der Cloppenburger Straße im Ortsteil Kreyenbrück konnten im Rahmen der Analyse zwei deutlich ausgeprägte Ansammlungen von Einzelhandelsbetrieben festgestellt werden: Die Cloppenburger Straße Nord südlich der A 28 erstreckt sich beidseitig der Cloppenburger Straße auf einer Strecke von 400 Metern zwischen Ewigkeit und An der Großen Wisch. Der südliche Bereich erstreckt sich auf Höhe der Justizvollzugsanstalt auf der Ostseite der Cloppenburger Straße zwischen Klingenbergplatz und Dr. Behring-Straße.

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs an der Cloppenburger Straße ist insofern einzigartig in Oldenburg, da - ähnlich wie an der Nadorster Straße - für die Perspektive eine Zweiteilung des zentralen Versorgungsbereichs in unterschiedlichen Zentrenstufen sinnvoll wäre. Durch den bereits im Bau befindlichen neuen großflächigen Supermarkt und den geplanten gestalterischen Aufwertungen am

Der südliche Teil ist geprägt durch zwei unterschiedliche Qualitäten. Einerseits gibt es an dem Klingenbergplatz eine gewachsene Struktur kleiner Betriebe am südlichen Rand des Marktplatzes, der zugleich Parkplatz und Ort für den Wochenmarkt ist. Andererseits gibt es einen Lebensmitteldiscounter mit einem großen Parkplatz, an dem auch ein Bäcker angesiedelt ist. Beide Bereiche ergänzen sich gut, da am Marktplatz vornehmlich Dienstleistungen und kleine Fachgeschäfte angesiedelt sind. Der Versorgungsbereich ist mit dem ÖPNV und dem PKW gut zu erreichen und auch für die umliegende Wohnnutzung gut erschlossen. Im Umfeld des Klingenbergplatzes wird sich hier im Zuge der Neuansiedlung des Lebensmittelmarktes auch eine städtebauliche Aufwertung ergeben, die gleichzeitig auch zu einer Erhöhung der Aufenthaltsqualität beitragen soll.

Tab. 16: Einzelhandelsangebot Cloppenburg Straße

Cloppenburg Straße Nord - Typ C		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	17	nahversorgungsrelevant	2.575
Lebensmittelbetriebe	5	sonst. zentrenrelevant	375
Gesamtverkaufsfläche in qm ¹⁾	3.175	nicht zentrenrelevant	225

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung September bis November 2012

Foto 17: eingebundener Supermarkt - Nord



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 18: ergänzende Funktionen - Nord



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013



Foto 19: Nahversorgung - Süd



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 20: Potenzialfläche - Süd



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 21: Straße als Barriere - Nord



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 22: funktionaler Bruch - Süd



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013



Stärken nördlicher Teil	Schwächen nördlicher Teil
funktional	
<ul style="list-style-type: none"> • breite Angebotspalette des kurz- und langfristigen Bedarfs (Lebensmittel, Bäcker, Blumen, Juwelier), hoher Dienstleistungsbesatz (Frisör, Ärzte, Anwälte) • Ergänzung durch div. Gastronomieangebote, tlw. mit Außengastronomie • im OG weitestgehend Wohnen 	<ul style="list-style-type: none"> • Vergnügungsstätten • langgezogener heterogener Bereich
städtebaulich	
<ul style="list-style-type: none"> • einige Lebensmittelbetriebe und neues Ärztehaus, gute gestalterische Qualität 	<ul style="list-style-type: none"> • stark frequentierte Hauptverkehrsstraße → hohe Trennungswirkung • keine einheitliche städtebauliche Qualität • fehlende Raumkante
Stärken südlicher Teil	Schwächen südlicher Teil
funktional	
<ul style="list-style-type: none"> • gewachsene Struktur rund um Marktplatz mit kleinteiliger Angebotspalette im Einzelhandel und hohem Dienstleistungsbesatz; funktionale Mischung durch Wohnen im OG • Potenzialfläche auf der Nordseite der Klingenbergstraße - Neuansiedlung Lebensmittelmarkt (ehemalige Kinderklinik) 	<ul style="list-style-type: none"> • mangelnde Qualität des Wochenmarktes, sehr geringer Händlerbesatz
städtebaulich	
<ul style="list-style-type: none"> • gute Erreichbarkeit - PKW, ÖPNV: 2 Haltestellen, zu Fuß • Querungsmöglichkeit durch Fußgängerampel über Cloppenburger Straße und Querungshilfe am Klingenbergplatz • städtebauliche Umgestaltungsmöglichkeiten Klingenbergplatz 	<ul style="list-style-type: none"> • fehlende Verbindung am Alten Postweg zwischen den beiden Bereichen → Unterbrechung durch Wohnen • Hauptverkehrsstraße stellt verkehrliche Zäsur dar • entlang der Cloppenburger Straße eher schlechte städtebauliche Qualität, tlw. sanierungsbedürftig • Marktplatz hat außerhalb der Markttage Mittwoch und Freitag keine Aufenthaltsqualität, da nur Parkplatz, bzw. Gastronomie zur Straße hin geöffnet

Empfehlungen

Da der zentrale Versorgungsbereich Cloppenburger Straße sowohl für die umliegende Bevölkerung eine wichtige Funktion der Nahversorgung übernimmt, aber auch für Autokunden eine hohe Bedeutung hat, sollte dieser Standort in diesem Sinne weiter stabilisiert werden. Eine besondere Herausforderung für die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs stellt die Neuansiedlung des großflächigen Lebensmittelbetriebes in Verbindung mit der städtebaulichen Aufwertung des Klingenbergplatzes dar. In Zukunft wird verstärkt auf eine maßstäbliche und räumlich ausgewogene Entwicklung des sehr langen zentralen Versorgungsbereichs zu achten sein. Insbesondere sollte verhindert werden, dass es zu einer Ansiedlung weiterer großflächiger Betriebe in den Randbereichen des zentralen Bereiches kommt, um eine Verlagerung des Angebotes zu verhindern.



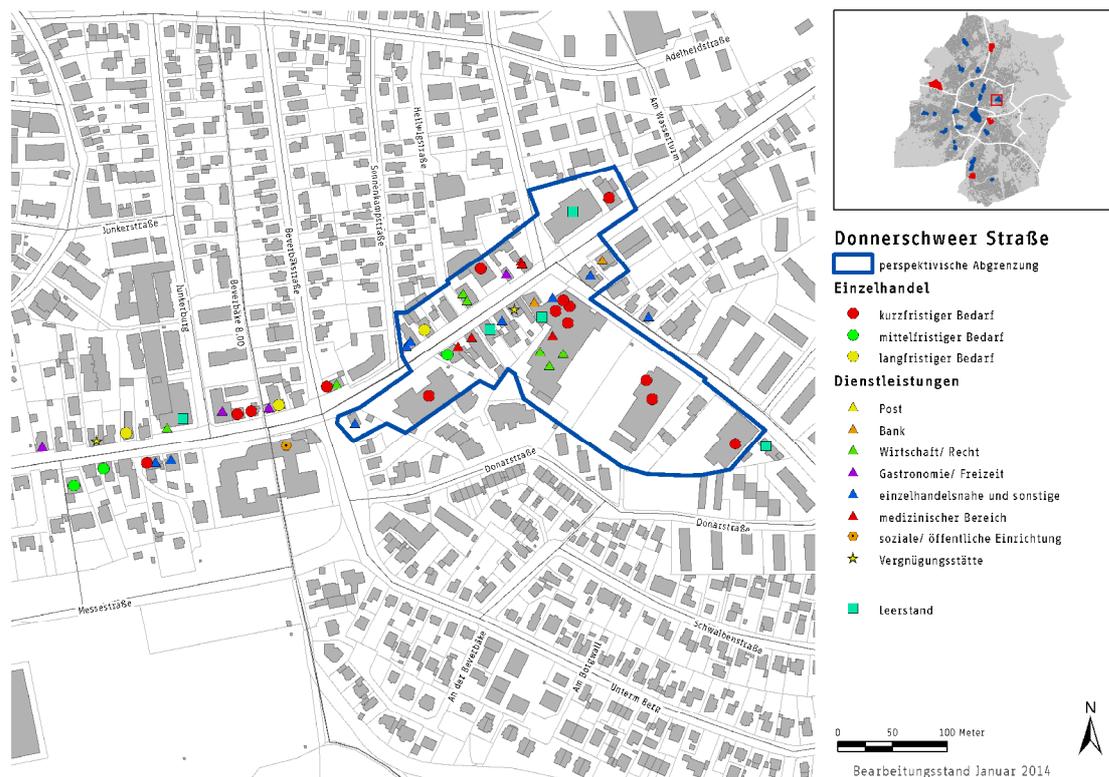
Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none"> räumlich und größenbezogen ausgewogene Flächenentwicklung Nachverdichtung an den möglichen Entwicklungsflächen Steuerung der Vergnügungsstätten 	<ul style="list-style-type: none"> Schaffung einer Raumkante zur Cloppenburgstraße hin Aufwertung der funktionalen Einfach-Bauweise städtebauliche Stärkung mit Aufenthaltsqualitäten auch im nördlichen Teilbereich

7.4.6 Donnerschwer Straße

Lage und Abgrenzung

Der zentrale Versorgungsbereich liegt nordöstlich der Innenstadt an einer der Hauptausfallstraßen, der Donnerschwer Straße auf Höhe der Wehdestraße. Im Westen bildet die Beverbäkstraße die Grenze, im Osten erfolgt die Abgrenzung kurz hinter dem Kreuzungsbereich mit der Kranbergstraße. In der Wehdestraße selbst zählen die drei großen Lebensmittelbetriebe auf der südlichen Straßenseite noch zum zentralen Versorgungsbereich hinzu.

Karte 15: Donnerschwer Straße - Typ C



Quelle: eigene Erhebung und Begehung September bis November 2012; Juli 2013; eigene Darstellung; Karte und Datenbasis Stadt Oldenburg

Städtebaulich-funktionale Situation

Deutlich geprägt wird der zentrale Versorgungsbereich Donnerschweer Straße durch den Lebensmitteleinzelhandel. Ein stadtbildprägender Ort innerhalb des Gebietes ist der Gebäudekomplex direkt an der Kreuzung, in dem sich mehrere Dienstleistungsbetriebe und neben einem Lebensmittelmarkt zwei weitere kleine Einzelhandelsbetriebe befinden. Der Bereich südlich davon entlang der Wehdestraße ist eher funktional durch zwei Lebensmittelbetriebe in einfacher Bauweise mit einer großen Anzahl von Parkplätzen gestaltet. Entlang der Donnerschweer Straße gibt es in einem Terrassenhaus mit Wohnungen in den Obergeschossen noch ein weiteres größeres Lebensmittelgeschäft. Die übrige städtebauliche Situation ist funktional durch kleine Dienstleistungsanbieter geprägt und wird immer wieder durch Wohnen unterbrochen; insgesamt wirkt der Bereich sanierungsbedürftig. Insbesondere das große leerstehende Eckgebäude (ehemaliges VfB Vereinsheim) an der Kreuzung Donnerschweer Straße/ Kranbergstraße ist in einem baulich schlechten Zustand.

Tab. 17: Einzelhandelsangebot Donnerschweer Straße

Donnerschweer Straße - Typ C		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	12	nahversorgungsrelevant	3.675
Lebensmittelbetriebe	4	sonst. zentrenrelevant	100
Gesamtverkaufsfläche in qm ¹⁾	4.125	nicht zentrenrelevant	375

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung September bis November 2012

Foto 23: funktionales Stadtteilzentrum



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 24: Supermärkte in Einfach-Bauweise



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013



Foto 25: viele Leerstände



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 26: funktionaler Bruch



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Stärken	Schwächen
funktional	
<ul style="list-style-type: none"> gewachsene Struktur mit kleinteiliger Angebotspalette im Dienstleistungsbereich entlang der Donnerschweer Straße Potenzialfläche im Kreuzungsbereich → leerstehendes Gebäude (ehemaliges VfB-Vereinsheim) 	<ul style="list-style-type: none"> starke Konzentration großflächiger Lebensmittelbetriebe im gesamten Bereich sehr wenig Frequenz einige Leerstände Vergnügungsstätte
städtebaulich	
<ul style="list-style-type: none"> zentraler Gebäudekomplex mit unterschiedlichen Nutzungen gut frequentiert gute Erreichbarkeit - PKW, ÖPNV, zu Fuß 	<ul style="list-style-type: none"> zentraler Versorgungsbereich und gesamtes Umfeld wenig attraktiv Querungshilfe nur durch Fußgängerampel im Kreuzungsbereich Donnerschweer Straße stellt Zäsur dar, auch wenn wenig befahren Wohnen in einfacher Bauweise. In einigen Zeilen Fenster verhangen und von außen sehr ungepflegt

Empfehlungen

Für die umliegende Wohnbevölkerung hat der zentrale Versorgungsbereich eine wichtige Funktion als Nahversorgungsstandort, was sich insbesondere in der deutlichen Prägung durch nahversorgungsrelevante Sortimente ausdrückt. Ungeachtet der starken Autokundenorientierung nimmt der zentrale Versorgungsbereich nur eine sehr geringe überörtliche Funktion wahr. Auf Grund dieser Tatsache und vor dem Hintergrund der im Umfeld noch weiter steigenden Wohnbevölkerung (Konversion der ehemaligen Donnerschweer-Kaserne), sollte in der Zukunft eine Erhöhung des Branchenmixes im zentralen Versorgungsbereich angestrebt werden. Dazu sollten Möglichkeiten zur Ansiedlung von Betrieben mit sonstigen und nicht zentrenrelevanten Sortimenten geprüft werden. Außerdem sollte die Ansiedlung von Dienstleistungsbetrieben unterstützt werden. Dies kann jedoch nicht allein durch das Handeln der Stadtverwaltung gesteuert werden, sondern ist insbesondere auch von den Immobilieneigentümern abhängig.

Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none"> • Nachverdichtung im Bestand, keine weitere Flächenausweisung • Zulässigkeit von ausschließlich nicht großflächigen Betrieben mit sonstigen zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortiment • Steuerung der Vergnügungsstätten 	<ul style="list-style-type: none"> • Schaffung einer Raumkante an der Donnerschweer Straße • Aufwertung der riesigen Parkplatzflächen in der Wehdestraße • Gesamtkonzept für den Kreuzungsbereich Donnerschweer Straße Wehdestraße

7.4.7 Edewechter Landstraße

Lage und Abgrenzung

Westlich der Innenstadt an einer der Hauptausfallstraßen, der Edewechter Landstraße, liegt der zentrale Versorgungsbereich auf Höhe des Kasperswegs. Auf einer Länge von 400 Metern erstreckt er sich größtenteils beidseitig der Straße.

Karte 16: Edewechter Landstraße - Typ C



Quelle: eigene Erhebung und Begehung September bis November 2012; Juli 2013; eigene Darstellung; Karte und Datenbasis Stadt Oldenburg

Städtebaulich-funktionale Situation

Durch die sehr lose Bebauung ist der zentrale Versorgungsbereich in seiner Struktur kaum erkennbar. Es gibt keine klare Raumkante, da alle Häuser unterschiedlich zurückgesetzt sind und einen voneinander abweichenden Baustil haben. Sowohl durch die architektonischen Gegebenheiten, als auch durch den sehr geringen Besatz fehlt es



insgesamt an funktionaler Dichte. Der für den zentralen Bereich frequenzbringende Lebensmittelmarkt liegt am südwestlichen Ende weit zurück gesetzt und von der Straße her kaum zu erkennen. Der Landhandel am nordwestlichen Ende des Versorgungsbereichs ist ebenfalls weit zurückgesetzt. Beide sind gemessen an der beobachteten Auslastung der Parkplätze wenig frequentiert. Der Sprung über die Edewechter Landstraße auf die andere Straßenseite begründet sich in der funktionalen Ergänzung durch die soziale Einrichtung und die Betriebe des mittelfristigen Bedarfs.

Tab. 18: Einzelhandelsangebot Edewechter Landstraße

Edewechter Landstraße - Typ C		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	10	nahversorgungsrelevant	2.250
Lebensmittelbetriebe	1	sonst. zentrenrelevant	350
Gesamtverkaufsfläche in qm ¹⁾	3.025	nicht zentrenrelevant	400

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung September bis November 2012

Foto 27: Lebensmitteleinzelhandel



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 28: mittelfristiger, überörtlicher Bedarf



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013



Stärken	Schwächen
funktional	
<ul style="list-style-type: none"> • insbesondere Nahversorgungsfunktion mit Lebensmitteln, ergänzt mit div. Dienstleistungen • überörtliche Versorgungsfunktion durch Landhandel und Sportbekleidung • Potenzialfläche im Kreuzungsbereich Edewechter Landstraße/ Kaspersweg - Abriss • Außengastronomie an der Kreuzung 	<ul style="list-style-type: none"> • im gesamten Bereich sehr wenig Frequenz • geringes Angebot im Bereich nicht zentrenrelevanter Sortimente
städtebaulich	
<ul style="list-style-type: none"> • Neugestaltung des Straßenraumes bei Begehung November 2013 • durch ÖPNV angebunden 	<ul style="list-style-type: none"> • zentraler Versorgungsbereich und gesamtes Umfeld sehr lose bebaut, keine Raumkanten und zusammenhängenden Strukturen • Edewechter Landstraße stellt Zäsur dar, auch wenn wenig befahren • im gesamten Gebiet keine Aufenthaltsqualität

Empfehlungen

Durch die räumliche Lage in Oldenburg übernimmt der zentrale Versorgungsbereich Edewechter Landstraße eine wichtige Nahversorgungsfunktion. Um den Bereich nachhaltig zu stärken und Entwicklungsoptionen zu ermöglichen, ist es wichtig, diesen größer zu fassen und alle bestehenden Einrichtungen mit einzubeziehen. Um die Struktur des zentralen Versorgungsbereichs zu verbessern und Aufenthaltsqualitäten zu schaffen, sollten bei einer weiteren (städte)baulichen Entwicklung insbesondere an der Edewechter Landstraße städtebaulich-funktionale Kriterien wie eine klare Raumkante, Platzbereiche etc. beachtet werden. Gegenwärtig erfolgt eine Umgestaltung der Edewechter Landstraße. Nach Abschluss dieser Maßnahmen kommt es ggf. zu einer Verbesserung der städtebaulichen Qualität innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs.

Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none"> • insbesondere Nachverdichtung im Bestand • Zulässigkeit von ausschließlich nicht großflächigen Betrieben, dabei vornehmlich sonst. zentrenrelevante Sortimente und nicht zentrenrelevante Sortimente • auf Grund der bereits bestehenden Verkaufsfläche für nahversorgungsrelevante Sortimente keine Erweiterung 	<ul style="list-style-type: none"> • Schaffung einer Raumkante an der Edewechter Landstraße • Schaffung weiterer Querungshilfen insbesondere am Lebensmittelbetrieb • Aufwertung des gesamten Straßenraums • Verbesserung der Aufenthaltsqualität

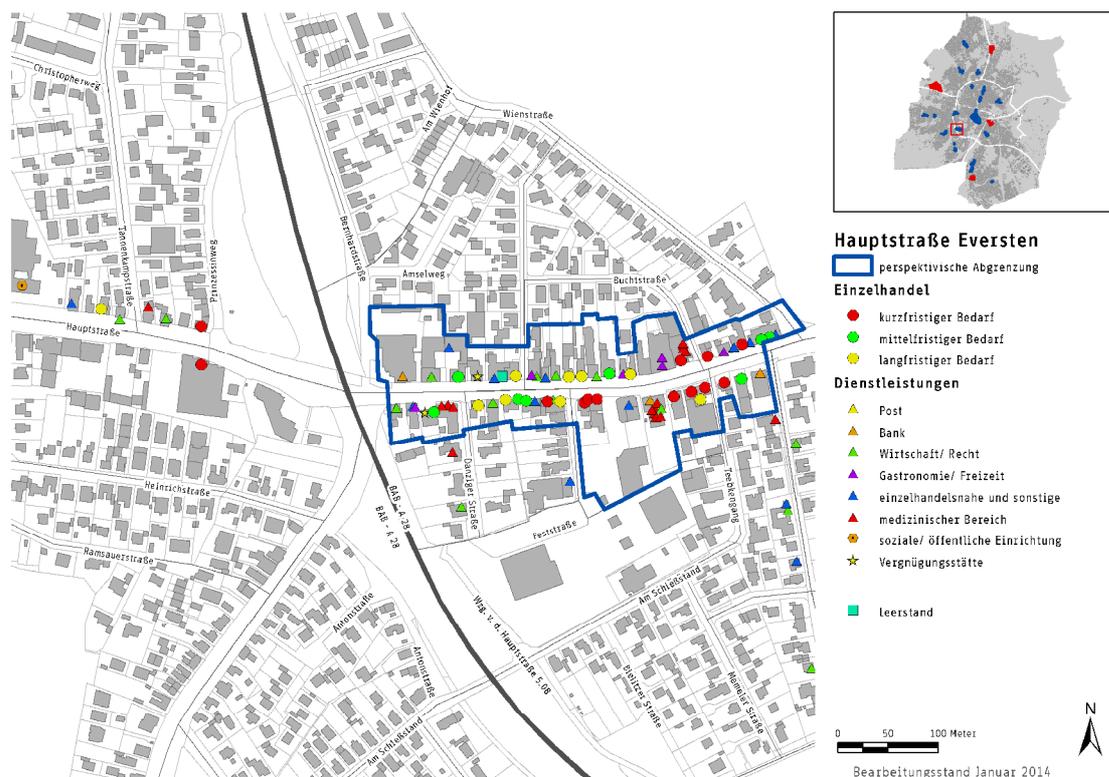


7.4.8 Hauptstraße Eversten

Lage und Abgrenzung

Der Bereich Hauptstraße Eversten ist einer der beiden zentralen Versorgungsbereiche, die dem Typ B zuzuordnen sind. Er liegt westlich der Innenstadt an der Zufahrtstraße Hauptstraße und ist im Westen maßgeblich durch die Autobahn A 28 begrenzt. Im Osten reicht der rund 400 Meter lange Versorgungsbereich bis zur Wienstraße und ist dort durch das Eversten Holz deutlich begrenzt.

Karte 17: Hauptstraße Eversten - Typ B



Quelle: eigene Erhebung und Begehung September bis November 2012; Juli 2013; eigene Darstellung; Karte und Datenbasis Stadt Oldenburg

Städtebaulich-funktionale Situation

Die Hauptstraße Eversten ist unter dem Aspekt der idealtypischen Vorstellung eines Stadtteilzentrums ein besonders gutes Beispiel für einen zentralen Versorgungsbereich. Die kompakte Struktur der kleinteiligen Betriebe zeigt deutlich, dass es sich hier um ein gewachsenes Stadtteilzentrum handelt. Die Gestaltung des Straßenraums unterstützt die hohe Aufenthaltsqualität, die bereits durch die zum größten Teil attraktive Gestaltung der Betriebe gegeben ist. Auffällig ist, dass hier - anders als in vielen anderen zentralen Versorgungsbereichen - der Schwerpunkt des Einzelhandelsangebots auf sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten liegt. Hinzuzufügen ist, dass es,

gemessen an der gesamten Anzahl der ansässigen Betriebe, einen hohen Anteil an Dienstleistern innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs gibt. Obwohl hier ein großer Lebensmittelbetrieb als Frequenzbringer fehlt, gibt es in der Hauptstraße Eversten kaum Anzeichen für einen Trading-Down-Prozess⁷⁰, das Quartier wirkt sehr stabil. Lediglich im Westen gibt es einige wenige Leerstände und zwei Vergnügungsstätten. Zu ergänzen ist, dass der Supermarkt, welcher außerhalb der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs, jenseits der Autobahn liegt, einen großen Anteil zur Nahversorgung des Bereiches beiträgt.

Tab. 19: Einzelhandelsangebot Hauptstraße Eversten

Hauptstraße Eversten Typ B		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	27	nahversorgungsrelevant	925
Lebensmittelbetriebe	2	sonst. zentrenrelevant	1.150
Gesamtverkaufsfläche in qm ¹⁾	2.150	nicht zentrenrelevant	75

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung September bis November 2012

Foto 29: hohe funktionale Dichte



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 30: attraktiver öffentlicher Raum



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

⁷⁰ Als Trading-down-Prozess wird die kontinuierliche städtebaulich-funktionale Abwertung eines Standortbereiches verstanden.



Foto 31: Vergnügungsstätten



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 32: verkehrliche Zäsur



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Stärken	Schwächen
funktional	
<ul style="list-style-type: none"> • gute funktionale Mischung, Ergänzung der sonstig. zentrenrelevanten Sortimente durch Lebensmittelhandwerk, Dienstleistung und Gastronomie • viele inhabergeführte Fachgeschäfte • kompakter Besatz und dadurch hohe Frequenz 	<ul style="list-style-type: none"> • wenige Leerstände • Vergnügungsstätten
städtebaulich	
<ul style="list-style-type: none"> • besonders attraktive Gestaltung des Straßenraums, zusammenhängendes Erscheinungsbild • hohe Aufenthaltsqualität durch Verweilmöglichkeiten 	<ul style="list-style-type: none"> • starke Zäsur am westlichen Ende durch Autobahn

Empfehlungen

Da der zentrale Versorgungsbereich in seiner jetzigen Struktur besonders gut funktioniert, ist es wichtig diesen so zu stabilisieren und zu sichern. Auf Grund des besonderen Besatzes durch viele kleine inhabergeführte Fachgeschäfte ist abzuwägen, in welchem Maße eine - entsprechend der Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung zulässige - Ansiedlung eines großflächigen Betriebs mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel Verdrängungsmechanismen freisetzen würde. Des Weiteren muss ein besonderes Augenmerk auf die Steuerung von Vergnügungsstätten gelegt werden, da diese nachhaltig das Image und insbesondere das Bodenpreisgefüge negativ beeinflussen.

Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none"> insbesondere Nachverdichtung im Bereich des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels Unterstützung von weiteren Ansiedlungen im zentralen Versorgungsbereich Sicherstellung der inhabergeführten Anbieterstruktur; ggf. Einleiten eines Ladenflächenmanagements Steuerung der Vergnügsstätten 	<ul style="list-style-type: none"> hohe Qualität der Gestaltung des Straßenraums beibehalten keine städtebauliche Ausdehnung

7.4.9 Nadorster Straße Süd

Lage und Abgrenzung

In fußläufiger Entfernung von unter einem Kilometer zur Innenstadt befindet sich der zentrale Versorgungsbereich Nadorster Straße Süd. Dies ist der zweite Standort in Oldenburg, der dem Typ B zugeordnet werden kann. In dem Abschnitt zwischen Gertrudenfriedhof und Bürgereschstraße wurde der zentrale Versorgungsbereich auf einer Länge von 400 Metern festgesetzt. Nördlich und südlich sind zwar weitere Dienstleistungen vorhanden, weder ist hier die städtebaulich-funktionale Dichte vorhanden, die einem Zentrum entsprechen würde, noch prägen diese Dienstleistungen selbst den abgegrenzten Bereich funktional bzw. tragen zu seiner Zentralität bei.

Karte 18: Nadorster Straße Süd - Typ B



Quelle: eigene Erhebung und Begehung September bis November 2012; Juli 2013; eigene Darstellung; Karte und Datenbasis Stadt Oldenburg



Städtebaulich-funktionale Situation

Der zentrale Versorgungsbereich weist eine hohe funktionale Dichte auf, die überwiegend durch Angebote im zentrenrelevanten Sortiment geprägt ist. Ein wichtiger Frequenzbringer ist der Bio-Supermarkt, der den Standort maßgeblich aufwertet. Ansonsten gibt es viele kleine inhabergeführte Fachgeschäfte, die die besondere Qualität des zentralen Versorgungsbereichs ausmachen. Städtebaulich wirkt der Straßenabschnitt größtenteils eher vernachlässigt: sowohl die Gebäudesubstanz zeigt einen deutlichen Sanierungsstau als auch der Straßenraum eine mangelnde Gestaltung. Die hohe Passantenfrequenz, der gute Branchenmix und die hohe Dichte sorgen für eine gewisse Aufenthaltsqualität, wobei tatsächliche Orte des Verweilens fehlen. Die unterschiedlichen Gastronomiebetriebe unterstützen den Eindruck eines lebendigen gewachsenen Quartiers. Als problematisch sind die Leerstände zu werten, die sich insbesondere an den Rändern des zentralen Versorgungsbereichs befinden, sowie die Anzahl der Vergnügungsstätten. Insbesondere die mittlerweile in den Obergeschossen entstandene Wohnungsprostitution stellt ein weiteres Hemmnis dieses Standortes dar.

Tab. 20: Einzelhandelsangebot Nadorster Straße Süd

Nadorster Straße Süd - Typ B		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	22	nahversorgungsrelevant	1.875
Lebensmittelbetriebe	2	sonst. zentrenrelevant	1.650
Gesamtverkaufsfläche in qm ¹⁾	4.025	nicht zentrenrelevant	525

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung September bis November 2012

Foto 33: wichtiger Frequenzbringer



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 34: hohe funktionale Dichte



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 35: Leerstand



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 36: Sanierungsbedarf



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Stärken	Schwächen
funktional	
<ul style="list-style-type: none"> • sehr hohe funktionale Dichte • guter Branchenmix in den unterschiedlichen Bedarfsbereichen, Ergänzung durch Dienstleistung und Gastronomie 	<ul style="list-style-type: none"> • geringer Anteil von Lebensmitteleinzelhandel • teilweise Leerstände • Vergnügungsstätten
städtebaulich	
<ul style="list-style-type: none"> • funktionale Mischung durch Wohnen im Obergeschoss • größtenteils geschlossene Raumkante zur Nadorster Straße • teilweise historische Fassaden • gute Anbindung an den ÖPNV 	<ul style="list-style-type: none"> • hoher Sanierungsstau • teilweise alte Einfach-Bauweise • mangelnde Qualität und Sauberkeit im öffentlichen Straßenraum • massive Werbeanlagen

Empfehlungen

Das lebendige Quartier sollte in seiner Struktur als funktionierendes Stadtteilzentrum dringend gestärkt werden. Dazu ist es wichtig, die bestehenden Angebote zu sichern und die Leerstände durch neue Magnete wiederzubeleben. Dabei kann eine Zusammenlegung benachbarter Immobilien eine Möglichkeit sein, um neue angemessene Flächenzuschnitte zu erreichen. Um die Standortentwicklung nicht weiter negativ zu beeinflussen ist es wichtig, die Vergnügungsstätten bzw. soweit möglich die Rotlichtangebote restriktiv zu steuern. Zudem sollte im Hinblick auf die Leerstände und Vermietungspraxis ein Ladenflächenmanagement bzw. zumindest eine intensive Vermietungsberatung angestrebt werden.



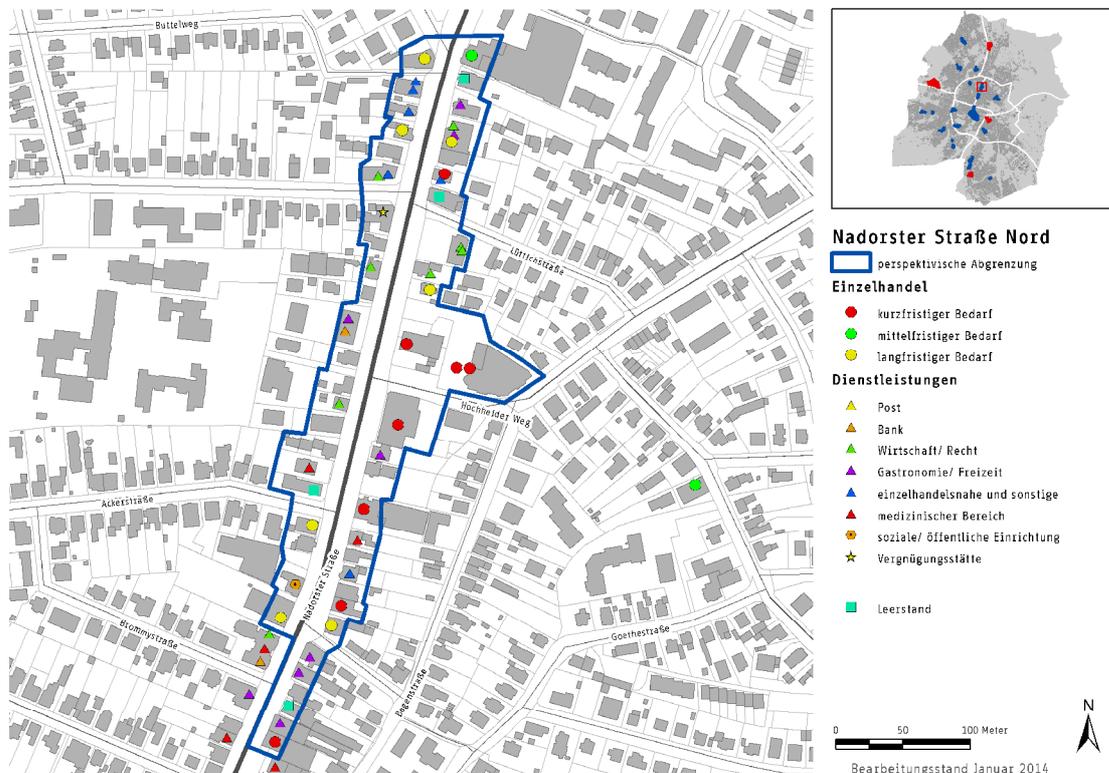
Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none"> • Nachverdichtung durch einen ggf. großflächigen Betriebe im nicht zentrenrelevanten Sortiment als Magnetbetrieb • weitere Stärkung der inhabergeführten Fachgeschäfte • Steuerung der Vergnügungsstätten/ Rotlicht • Ladenflächenmanagement bzw. Vermietungsberatung 	<ul style="list-style-type: none"> • Abriss und Neubau der teilweise stark sanierungsbedürftigen Einfach-Bauweise • qualitative und gestalterische Verbesserung des öffentlichen Raums • konsequente Aufwertung der gesamten Gebäudesubstanz, dies kann nur durch die Immobilieneigentümer erfolgen

7.4.10 Nadorster Straße Nord

Lage und Abgrenzung

Nur 250 Meter entfernt vom zentralen Versorgungsbereich Nadorster Straße Süd beginnt der zentrale Versorgungsbereich Nadorster Straße Nord. Die alte Abgrenzung aus dem Jahr 2007 sah lediglich einen Bereich mit drei Gebäuden - zwei Lebensmittelbetriebe, eine Tankstelle - vor. Die jetzige, den räumlichen Gegebenheiten und der hohen Passantenfrequenz entsprechende Abgrenzung sieht einen Bereich von rd. 500 Metern entlang der Nadorster Straße vor. Dieser erstreckt sich von der Brommystraße im Süden bis zum Buttelweg im Norden.

Karte 19: Nadorster Straße Nord - Typ C



Quelle: eigene Erhebung und Begehung September bis November 2012; Juli 2013; eigene Darstellung; Karte und Datenbasis Stadt Oldenburg

Städtebaulich-funktionale Situation

Die wichtigsten Magnetbetriebe in diesem zentralen Versorgungsbereich sind die zwei Lebensmittelbetriebe, die jedoch in eher sehr einfachen und sanierungsbedürftigen Gebäuden angesiedelt sind, so dass deren Beitrag zur städtebaulichen Qualität gering ist. Der zurückgesetzt gelegene Supermarkt ist zudem von der Nadorster Straße schlecht einsehbar und unterbricht damit auch optisch den städtebaulich-funktionalen Gesamteindruck. Der umliegende Bereich entlang der Nadorster Straße vom Butteltweg bis zur Bogenstraße ist stark frequentiert und durch eine lose Verteilung diverser Angebote der unterschiedlichen Bedarfsbereiche mit ergänzenden Dienstleistungsangeboten geprägt. Der sich südlich anschließende Teil, der nahezu bis zur Lambertistraße reicht, ist maßgeblich durch Gastronomie geprägt und stellt sich als deutlicher Kristallisationspunkt des Stadtteilzentrums dar. Zwar lässt sich anhand der funktionalen Dichte ein entsprechender Zusammenhang des Gebietes feststellen, doch ist der Besatz immer wieder durch Wohnen unterbrochen und zeigt keine einheitliche Baustruktur oder Qualität auf. Ebenso mangelt es an Aufenthaltsqualität im öffentlichen Straßenraum, was auch hier durch die Lage entlang der stark befahrenen Nadorster Straße zu begründen ist. Das Zentrum in seiner neuen Abgrenzung, die den Gegebenheiten gerecht wird, erreicht eine deutlich über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehende Versorgung.

Tab. 21: Einzelhandelsangebot Nadorster Straße Nord

Nadorster Straße Nord - Typ C.		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	16	nahversorgungsrelevant	2.350
Lebensmittelbetriebe	2	sonst. zentrenrelevant	625
Gesamtverkaufsfläche in qm ¹⁾	3.850	nicht zentrenrelevant	875

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung September bis November 2012

Foto 37: hohe funktionale Dichte



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 38: positive Entwicklung



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013



Stärken	Schwächen
Funktional	
<ul style="list-style-type: none"> • breites Spektrum an Angeboten, insbesondere des kurz- und langfristigen Bedarfs und ergänzende Dienstleistung 	<ul style="list-style-type: none"> • geringe funktionale Dichte auf Grund loser Baustruktur • teilweise Leerstände und eine Vergnügungsstätte • keine Potenzialfläche vorhanden
städtebaulich	
<ul style="list-style-type: none"> • funktionale Mischung durch Wohnen im Obergeschoss • gute ÖPNV-Anbindung 	<ul style="list-style-type: none"> • bauliche Struktur nicht einheitlich, lose Bebauung mit unterschiedlichen Bautypen • wenig Parkplätze - kleiner Parkplatz und Ergänzung durch straßenbegleitendes Parken

Empfehlungen

Trotz der unmittelbaren Nähe zum anderen zentralen Versorgungsbereich Nadorster Straße Süd ist es wichtig, den zentralen Versorgungsbereich in diesem Maße abzugrenzen und auch zu stabilisieren. Dabei sollte auf Dauer eine Konzentration auf das Stadtteilzentrum erfolgen, um die vorhandenen Betriebe zu sichern. Aktuell weist das Zentrum eine lineare, langgezogene Struktur auf. Eine Aufwertung des Kerns mit den beiden großen Lebensmittelbetrieben und der davor liegenden Tankstelle ist unbedingt erforderlich, um hier eine attraktive Mitte zu schaffen. Insgesamt wäre es wichtig, dem gesamten Straßengefüge ein einheitliches Bild zu geben, um hier den bereits funktional bestehenden Zusammenhang auch räumlich besser zu verdeutlichen. Eine Verknüpfung der beiden zentralen Versorgungsbereiche (Nadorster Straße Nord und Süd) ist nicht anzustreben. Damit würde ein Stadtteilzentrum mit einer erfahrungsgemäß labilen Länge entstehen. Auf Dauer würde eine Konzentration auf nur noch ein Zentrumsbereich mit den damit zusammenhängenden städtebaulich negativen Folgen für den anderen Teilbereich entstehen.

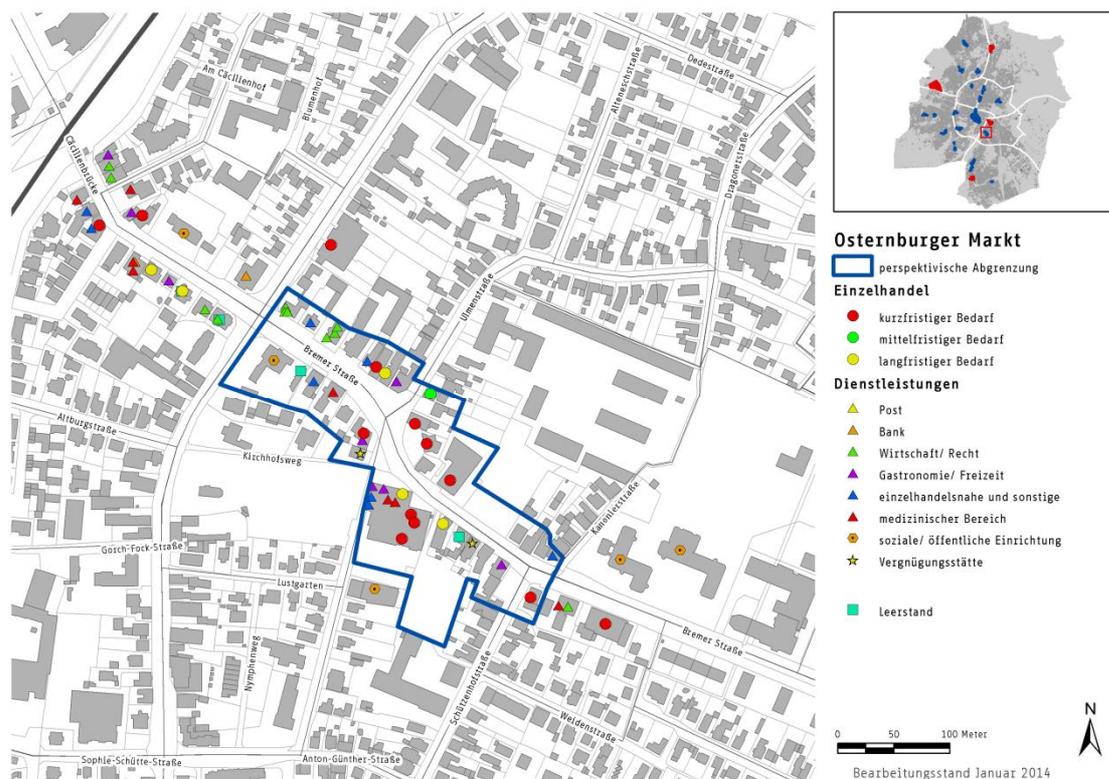
Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none"> • keine weiteren Flächenausweisungen am Rand, sondern nur Nachverdichtung innen • zur Verbesserung des Branchenmix vorrangig nicht großflächige Betriebe mit sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten • weitere Stärkung der inhabergeführten Fachgeschäfte • Steuerung der Vergnügungsstätten 	<ul style="list-style-type: none"> • Sanierung des vernachlässigten Bereichs der Lebensmittelbetriebe • Schaffung eines zusammenhängenden Stadtbildes, insbesondere durch Fassadengestaltung und Aufwertung des öffentlichen Raums

7.4.11 Osterburger Markt

Lage und Abgrenzung

Der Osterburger Markt befindet sich südöstlich der Innenstadt, jenseits des Küstenkanals. Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich beidseitig entlang der Bremer Straße auf einer Länge von 350 Metern zwischen Cloppenburgstraße und Schützenhofstraße. Ein Überspringen der Cloppenburgstraße in Richtung Küstenkanal wurde auf Grund der deutlichen Zäsur durch die Cloppenburgstraße und der dann folgenden vergleichsweise vor allem geringen funktionalen Dichte verworfen.

Karte 20: Osterburger Markt - Typ C



Quelle: eigene Erhebung und Begehung September bis November 2012; Juli 2013; eigene Darstellung; Karte und Datenbasis Stadt Oldenburg

Städtebaulich-funktionale Situation

Das Stadtteilzentrum ist durch eine hohe funktionale Dichte geprägt. Überwiegend sind Betriebe mit Sortimenten des kurzfristigen Bedarfs angesiedelt, die durch kleinere Fachgeschäfte, Dienstleistungsbetriebe und gastronomische Angebote ergänzt werden. Die qualitativ unterschiedlichen Lebensmittelmärkte übernehmen eine wichtige Nahversorgungsfunktion. Entlang der Bremer Straße herrscht eine lose Randbebauung, mit einzeln stehenden Gebäuden, die im Erdgeschoss gewerblich und in den Obergeschossen durch Wohnen genutzt sind. Der Platz ist der zentrale Ort mit der



höchsten Aufenthaltsqualität, die aus verschiedenen Gründen gestört ist: die allgemein sichtbare Vernachlässigung im öffentlichen wie privaten Raum, die gleichzeitige Nutzung des zentralen Platzes als Aufenthaltsort und als zentraler Parkplatz. Zusätzlich kann die funktionale Entwicklung durch die vorhandene Vergnügungsstätte negativ beeinflusst werden. Zum Zeitpunkt der letzten Begehung im Juni 2013 entstand auf der nördlichen Seite der Straße in östlicher Randlage ein neues Wohn- und Geschäftshaus. Es ist davon auszugehen, dass durch die attraktive Gestaltung der umliegende Bereich nachhaltig aufgewertet wird. Aktuell ist dieser auch durch die vorhandenen Leerstände deutlich negativ geprägt.

Tab. 22: Einzelhandelsangebot Osternburger Markt

Osternburger Markt - Typ C		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	13	nahversorgungsrelevant	1.875
Lebensmittelbetriebe	2	sonst. zentrenrelevant	175
Gesamtverkaufsfläche in qm ¹⁾	2.225	nicht zentrenrelevant	175

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung September bis November 2012

Foto 39: Außengastronomie am Platz



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 40: beginnender Trading-Down-Prozess



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013



Stärken	Schwächen
funktional	
<ul style="list-style-type: none"> • kleinteiliges Angebot des kurz- und langfristigen Bedarfs in allen Bedarfsbereichen (Lebensmittel, Bäcker, Blumen, Juwelier, Sport), teilweise kleine spezialisierte Fachgeschäfte des mittleren und hohen Preisniveaus • am zentralen Platz Ergänzung durch div. Gastronomieangebote, tlw. mit Außen-gastronomie 	<ul style="list-style-type: none"> • funktionale Dichte fällt Richtung Kanonierstraße deutlich ab • eher geringe Warenpräsentation • einziger Platz ist als zentraler Parkplatz gestaltet • eher geringe Passantenfrequenz • teilweise Leerstände und Vergnügungsstätten
städtebaulich	
<ul style="list-style-type: none"> • ins städtebauliche Bild integriert - lose heterogene Randbebauung • Neubau eines Wohn- und Geschäftshauses in der Nähe der Kreuzung Schützenhofstraße • funktionale Mischung durch Wohnen im Obergeschoss • ÖPNV-Anbindung 	<ul style="list-style-type: none"> • stark frequentierte Bremer Straße → hohe Trennungswirkung • keine einheitliche städtebauliche Qualität, Bausubstanz aus unterschiedlichen Epochen und mit unterschiedlichem Sanierungsstand - fällt zu der Randlage Schützenhofstraße deutlich ab • nur eine Querungsmöglichkeit durch Fußgängerampel in der Mitte des Geschäftsbereiches • erneuerungsbedürftige Gestaltung des öffentlichen Raums - stark aufgeworfene Bürgersteige

Empfehlungen

Der zentrale Versorgungsbereich Osterburger Markt übernimmt nicht nur eine deutliche Nahversorgungsfunktion, sondern ist zudem auch Treffpunkt und weist eine überörtliche Versorgungsfunktion auf. Um dies weiterhin zu erhalten, ist eine Stabilisierung des Bereiches dringend erforderlich. Ein erster wichtiger Schritt ist mit dem bereits neu gebauten Wohn- und Geschäftshaus erfolgt. Nun muss eine weitere funktionale Nachverdichtung insbesondere mit Einzelhandel aller Sortimentsbereiche erfolgen. Damit wird der Branchenmix wieder gestärkt und die Aufenthaltsdauer der Kunden erhöht. Zudem ist eine restriktive Steuerung der Vergnügungsstätten unabdingbar, damit sich nicht weitere Vergnügungsstätten in den Leerständen ansiedeln und damit potenziell eine geordnete städtebauliche Entwicklung beeinträchtigen. Zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität sollte der Platz Osterburger Markt als zentraler Treffpunkt städtebaulich aufgewertet werden, was möglicherweise auch die Neuordnung der Parkplatzsituation erfordert.



Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none"> • städtebaulich-funktionale Nachverdichtung • Steuerung der Vergnügungsstätten 	<ul style="list-style-type: none"> • Aufenthaltsqualität auf dem Eichenplatz verbessern, durch Neuordnung der Parkplatzsituation und städtebauliche Gestaltung • Instandhaltung des öffentlichen Raums und gestalterische Aufwertung (Bsp. Hauptstraße Eversten) • Verbesserung des Stadtbildes durch Fassadensanierung

7.4.12 Scheideweg/ Eßkamp

Lage und Abgrenzung

Relativ zentral zwischen den zentralen Versorgungsbereichen Alexanderstraße und Nadorster Straße befindet sich der zentrale Versorgungsbereich Scheideweg/ Eßkamp. Der Standort wird westlich vom Scheideweg und nördlich vom Eßkamp abgegrenzt und ist im Wesentlichen durch einen großflächigen Lebensmittelmarkt und der davor liegenden großen Parkplatzfläche geprägt. Funktional besteht dieser Standort aus unterschiedlichen Einzelhandelsbetrieben vornehmlich aus dem nahversorgungsrelevanten Bereich sowie einzelnen ergänzenden Dienstleistungen.

Karte 21: Scheideweg/ Eßkamp - Typ C



Quelle: eigene Erhebung und Begehung September bis November 2012; Juli 2013; eigene Darstellung; Karte und Datenbasis Stadt Oldenburg



Städtebaulich-funktionale Situation

Der zentrale Versorgungsbereich Scheideweg/ Eßkamp ist vollständig von Wohnbebauung umgeben und befindet sich in integrierter Lage. Die funktionale Einfachbauweise des großflächigen Lebensmittelbetriebes grenzt sich jedoch deutlich von der umliegenden Struktur ab. Die Anordnung der Betriebe an einem großen Parkplatz macht die - trotz der unmittelbar umliegenden Wohnbebauung - Autokundenorientierung deutlich. Dem entgegen steht die klare Ausrichtung auf nahversorgungsrelevante Sortimente. Die gesamte Struktur bietet eine geringe Aufenthaltsqualität. Auch wenn die Dimension und die Pkw-Orientierung eine überörtliche Ausrichtung deutlich macht, ist die Nahversorgungsfunktion des Standortes nicht zu verkennen. Diese wird neben dem großflächigen Lebensmittelbetrieb durch weitere kleinere Betriebe innerhalb des gleichen Gebäudes, aber auch in angrenzenden kleineren Gebäuden ausgeübt. Hinzu kommen einzelne Dienstleistungen und gastronomische Angebote.

Tab. 23: Einzelhandelsangebot Scheideweg/ Eßkamp

Eßkamp/ Scheideweg Typ C		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	14	nahversorgungsrelevant	4.225
Lebensmittelbetriebe	1	sonst. zentrenrelevant	1.750
Gesamtverkaufsfläche in qm ¹⁾	6.200	nicht zentrenrelevant	250

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung September bis November 2012

Stärken	Schwächen
funktional	
<ul style="list-style-type: none"> umfangreiches Angebot für den kurzfristigen Bedarf 	<ul style="list-style-type: none"> geringe Aufenthaltsqualität nicht maßstäblich, potenzielle Beeinträchtigung benachbarter Zentren
städtebaulich	
<ul style="list-style-type: none"> Nähe zum Wohnumfeld 	<ul style="list-style-type: none"> nicht maßstäblich funktionale Einfach-Bauweise ausgedehnte Parkplatzfläche geringe städtebauliche Einbindung in die Umgebung

Empfehlungen

Die Nahversorgungsqualität ist unbestritten, so dass der Bereich gesichert und insbesondere gestalterisch aufgewertet werden sollte. Dabei liegt die Einbindung in die umgebende Wohnbebauung im Fokus.

Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none"> Stärkung der Nahversorgungsfunktion 	<ul style="list-style-type: none"> Städtebauliche Aufwertung nach innen und außen

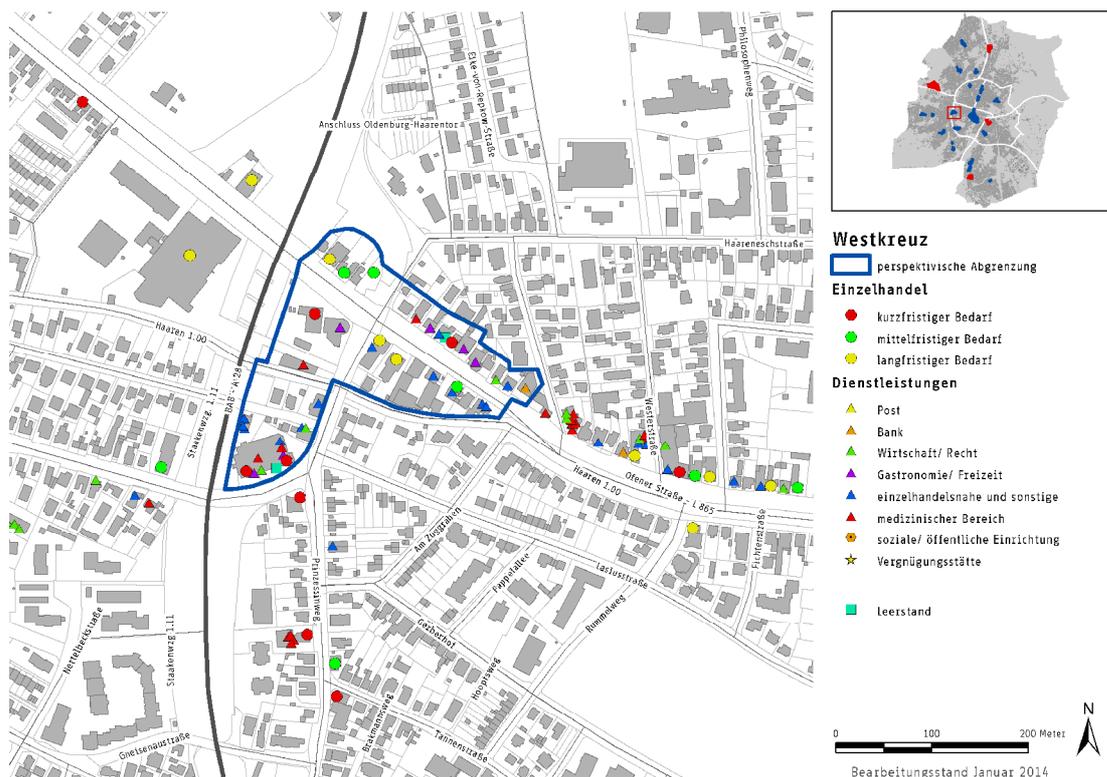


7.4.13 Westkreuz

Lage und Abgrenzung

Etwa einen Kilometer westlich der Innenstadt liegt in Verlängerung des attraktiv gestalteten Haareufers der zentrale Versorgungsbereich Westkreuz. Er erstreckt sich entlang der Ofener Straße bis zur Autobahnüberführung der A 28 und verläuft in südliche Richtung entlang der Bloherfelder Straße ebenfalls bis zur Autobahn.

Karte 22: Westkreuz - Typ C



Quelle: eigene Erhebung und Begehung September bis November 2012; Juli 2013; eigene Darstellung; Karte und Datenbasis Stadt Oldenburg

Städtebaulich-funktionale Situation

Der zentrale Versorgungsbereich Westkreuz hat deutlich zwei sehr unterschiedliche Bereiche. Entlang der Ofener Straße befindet sich ein gut frequentierter Bereich, der durch einen kleinteiligen und dichten Besatz der unterschiedlichen Branchen von Einzelhandel und Dienstleistung geprägt ist. Durch die vorhandene Außengastronomie wirkt der Bereich sehr belebt und die Aufenthaltsqualität ist durch den überwiegend gepflegten Straßenraum hoch. Schon auf der Verlängerung, der Ammerländer Heerstraße, ist die Nutzung bis zur Autobahnunterführung deutlich verändert: großflächigere Strukturen, Tankstelle und Fast-Food-Gastronomie. Entlang der Bloherfelder Straße besteht ein einzelhandelsbezogener funktionaler Bruch, der durch Dienstleis-

tungsbetriebe ausgefüllt wird; dahinter schließt sich das kleine Einkaufszentrum an. Dieses wirkt alt, sanierungsbedürftig und durch den Leerstand untergenutzt. Neben einem kleinen Lebensmittelmarkt gibt es noch einen Bäcker; ergänzt wird dieses Angebot durch Gastronomie und unterschiedliche Dienstleistungsangebote. Der zentrale Versorgungsbereich scheint überwiegend auf die Nahversorgung ausgerichtet zu sein, wobei vier Betriebe auf der Ofener Straße und Ammerländer Heerstraße eine deutliche überörtliche Ausstrahlungskraft haben.

Tab. 24: Einzelhandelsangebot Westkreuz

Westkreuz - Typ C		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	10	nahversorgungsrelevant	675
Lebensmittelbetriebe	1	sonst. zentrenrelevant	250
Gesamtverkaufsfläche in qm ¹⁾	1.975	nicht zentrenrelevant	1.050

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung September bis November 2012

Foto 41: kleinteilige Versorgung



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 42: Einkaufszentrum



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 43: Verkehrliche Zäsur



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 44: fehlende Verbindung



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013



Stärken	Schwächen
funktional	
<ul style="list-style-type: none"> kleinteiliges Angebote des kurz- und langfristigen Bedarfs in unterschiedlichen Branchen Gastronomie und Dienstleistung als frequenzbringende Ergänzung 	<ul style="list-style-type: none"> zwei deutlich getrennte Bereiche Einkaufszentrum nicht mehr zeitgemäß und zu geringer Besatz stark durch Dienstleistung geprägt nördlicher Teil der Ammerländer Heerstraße wirkt sehr ungeordnet
städtebaulich	
<ul style="list-style-type: none"> Bereich an der Ofener Straße starkes gewachsenes Stadtteilzentrum mit hoher Aufenthaltsqualität ansprechende neue Architektur entlang der Bloherfelder Straße Entwicklungsflächen im südwestlichen Bereich 	<ul style="list-style-type: none"> Kreuzungsbereich durch Tankstelle, Fast-Food-Kette, Querung der Autobahnauffahrt und ungeordneten Bereich städtebaulicher und gestalterischer Bruch Einkaufszentrum veraltet und heruntergekommen, keine städtebauliche Einbindung und klare Raumkanten gesamter Bereich zur Autobahnüberführung hin ungeordnet und ungepflegt.

Empfehlungen

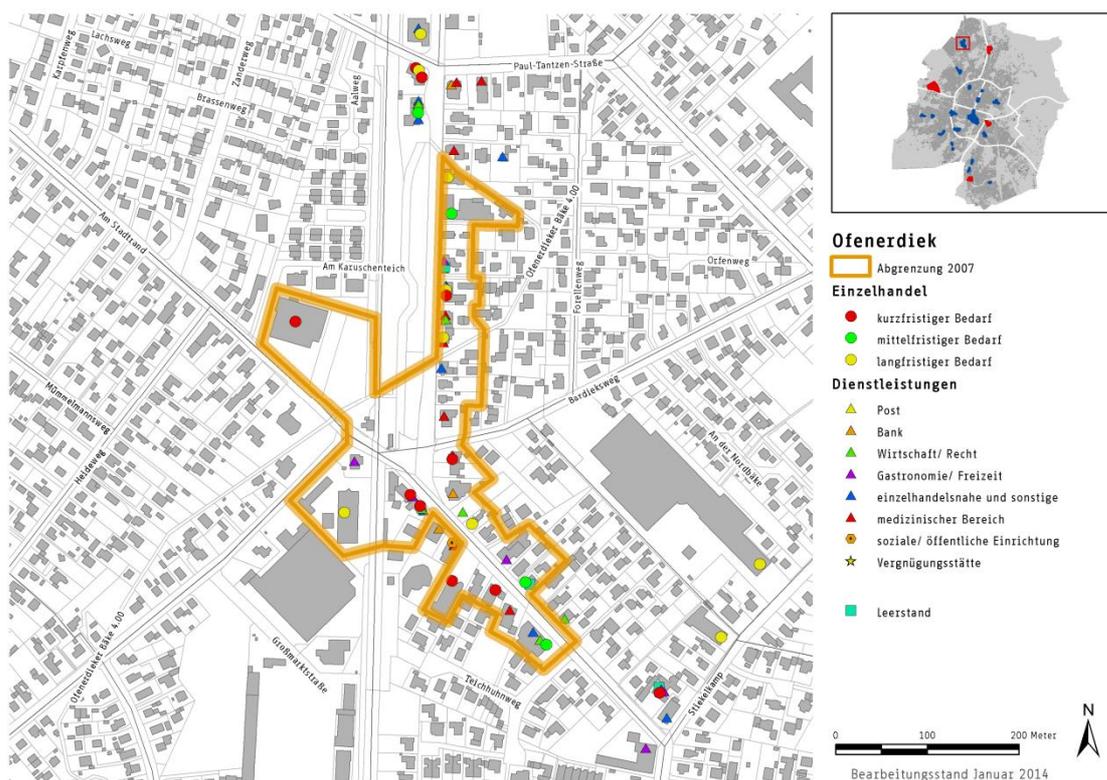
Insgesamt ist empfehlenswert, wenn die beiden Teilbereiche stärker zusammenwachsen. Am Standort des kleinen Einkaufszentrums ist ein zeitgemäßer Neubau oder eine umfassende Sanierung zu einer erheblichen städtebaulichen und funktionalen Aufwertung beitragen. Um eine bessere städtebauliche Verbindung und eine stärkere Identifikation des zentralen Versorgungsbereichs zu erreichen, ist eine einheitliche Gestaltung des öffentlichen Raums sinnvoll.

Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none"> Nachverdichtung in der Ofener Straße ganzheitliche Entwicklung des Einkaufszentrums an der Bloherfelder Straße unter Berücksichtigung des Besatzes der Ofener Straße 	<ul style="list-style-type: none"> ggf. Abriss und Neubau des Einkaufszentrums; zumindest gestalterische Aufwertung Aufwertung des öffentlichen Raums

7.5 SONDERFALL ENTWICKLUNGSPERSPEKTIVEN OFENERDIEK

Der aktuell abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich Ofenerdiek befindet sich am äußeren nördlichen Rand des Siedlungsgefüges von Oldenburg. Funktional geprägt wird dieser Bereich durch einen Lebensmittelmarkt im Zentrum. Weiterhin sind jedoch weitere Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote vorhanden, die z.T. deutlich über den unmittelbaren Nahbereich des Zentrums hinaus reichen.

Karte 23: Ofenerdiek - Typ B (bestehende Abgrenzung)



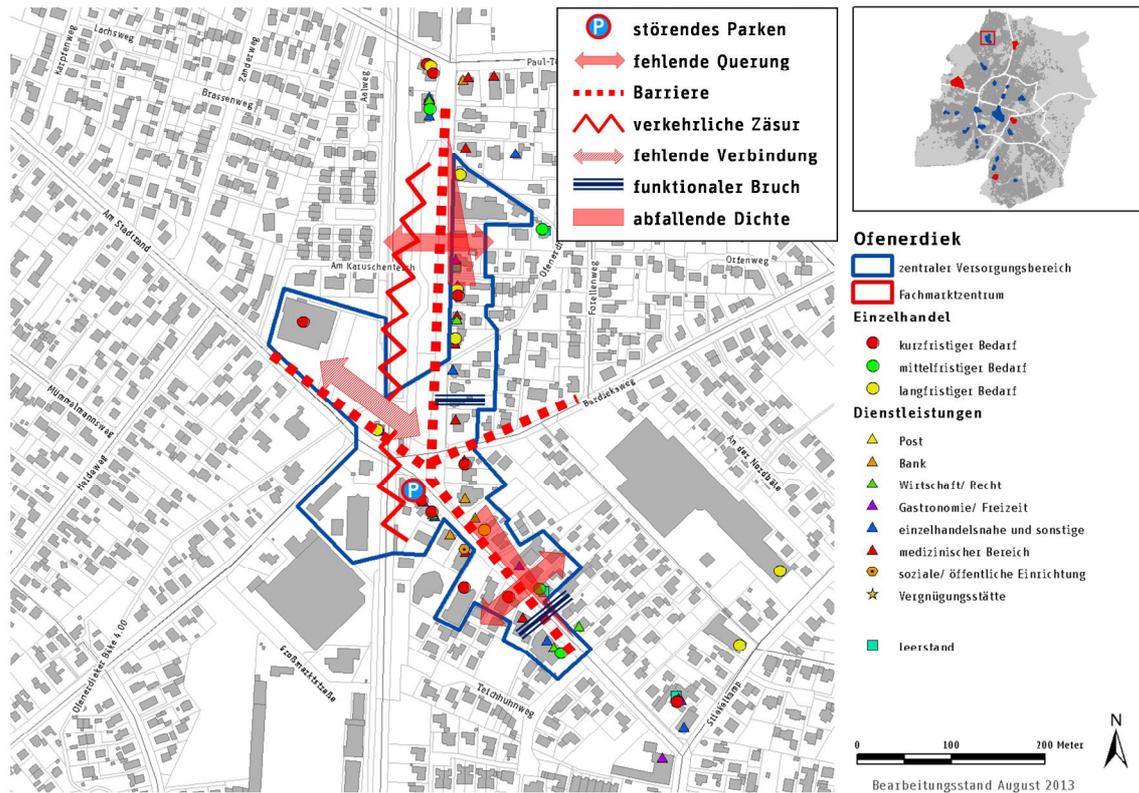
Quelle: eigene Erhebung und Begehung September bis November 2012; Juli 2013; eigene Darstellung; Karte und Datenbasis Stadt Oldenburg

Städtebaulich fällt vor allem die deutliche Prägung durch die Verkehrsinfrastruktur (Bahnlinie, Kreuzung) auf.

Gerade diese macht jedoch die Festlegung einer perspektivischen Abgrenzung unmöglich, denn aktuell besteht eine planerische Unsicherheit bzgl. der zukünftigen Bahntrassen etc. und der sich daraus ergebenden unterschiedlichen Entwicklungsmöglichkeiten für das Stadtteilzentrum Ofenerdiek. Jegliche zum jetzigen Zeitpunkt vorgenommene Abgrenzung ist reine Spekulation, so dass der zentrale Bereich erst abgegrenzt wird, wenn die planerischen Spielräume geklärt sind. Bis zu einer neuerlichen Abgrenzung behält die Abgrenzung gemäß des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes aus dem Jahr 2007 weiterhin seine Gültigkeit.



Karte 24: Schwächen im zentralen Versorgungsbereich Ofenerdick



Quelle: eigene Erhebung und Begehung September bis November 2012; Juli 2013; eigene Darstellung; Karte und Datenbasis Stadt Oldenburg

Die unterschiedlichen Möglichkeiten der städtebaulichen Entwicklung befassen sich einerseits mit Veränderungen bezüglich der Bahntrasse und andererseits mit einer möglichen Verlagerung des derzeitigen Lebensmittelmarktes in nördliche Richtung. Durch die starke Wechselwirkung aller Veränderungen untereinander, die jeweils massive Auswirkungen auf die Ausdehnung und Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs haben, ist eine Abgrenzung zum jetzigen Zeitpunkt nicht möglich. Somit sollte vermieden werden, auf dieser Basis Entscheidungen zu treffen, die einer späteren Entwicklung im Weg stehen. Die richtige Vorgehensweise sieht vor, zunächst einen abgestimmten Rahmenplan für das Gebiet zu erstellen, um somit eine entsprechende Planungssicherheit zu erhalten. Sollten in der Zwischenzeit Anfragen zur Verlagerung oder Ansiedlung erfolgen, besteht die Möglichkeit auf die Planungssicherungsinstrumente des Baugesetzbuches zurück zu greifen.

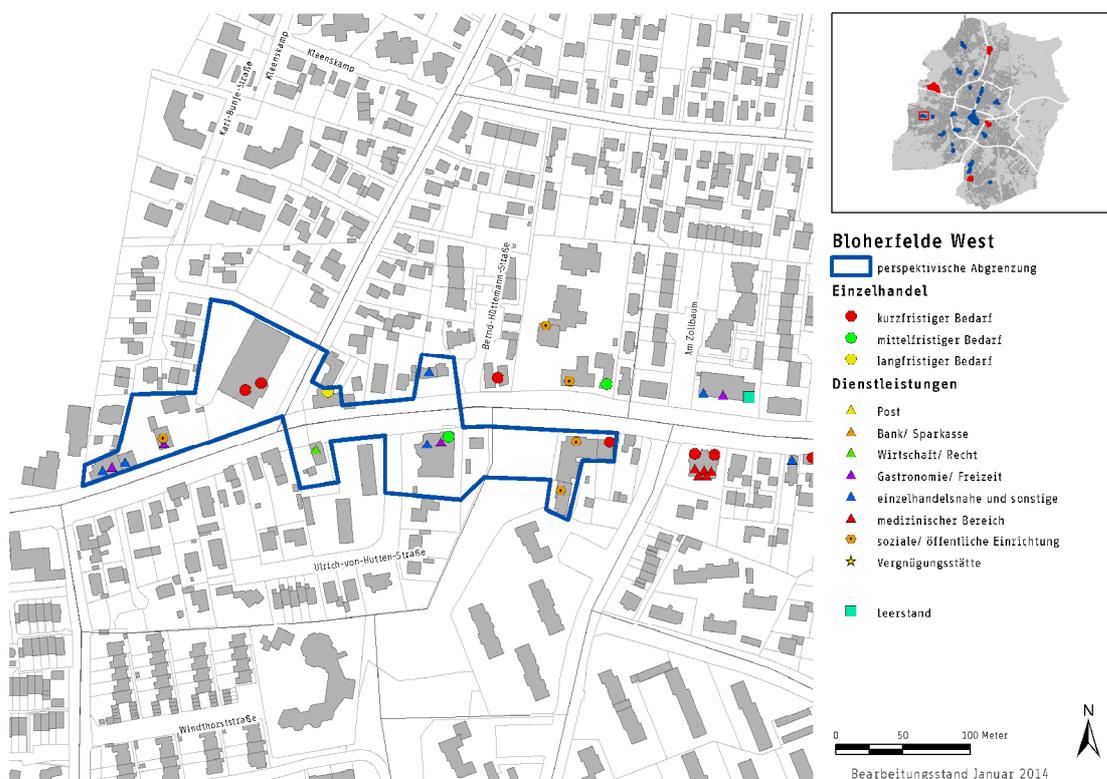
7.6 STÄRKEN-SCHWÄCHEN, ABGRENZUNG UND PERSPEKTIVEN DER INTEGRIERTEN NAHVERSORGUNGSSTANDORTE

7.6.1 Nahversorgungsstandort Bloherfelde West

Lage und Abgrenzung

Der Nahversorgungsbereich Bloherfelde West liegt westlich der Innenstadt in einem dichten Wohngebiet beidseitig der Bloherfelder Straße auf Höhe des Hartenscher Damms. Er umfasst einen stark auseinandergezogenen Bereich mit einem Lebensmittelgeschäft und dem Bloherfelder Markt, auf dem der Wochenmarkt stattfindet.

Karte 25: Bloherfelde West - Typ D



Quelle: eigene Erhebung und Begehung September bis November 2012; Juli 2013; eigene Darstellung; Karte und Datenbasis Stadt Oldenburg

Städtebaulich-funktionale Situation

Auf Grund der losen Struktur der Gewerbebetriebe ist kaum ein funktionaler Zusammenhang zu erkennen, was zusätzlich durch die Trennwirkung der Bloherfelder Straße begünstigt wird. Es gibt insgesamt nur einen minimalen Handels- und Dienstleistungsbesatz, überwiegend ist das Gebiet durch Wohnen geprägt. Durch die neue Abgrenzung werden wichtige ergänzende Funktionen sowie das frequenzbringende Schreibwarengeschäft am östlichen Rand hinzugenommen. Von seinem



ganzen Gefüge ist der Bereich deutlich als Nahversorgungsstandort einzustufen, vor allem weil der Wochenmarkt nur zwei Mal in der Woche stattfindet.

Tab. 25: Einzelhandelsangebot Bloherfelde West

Bloherfelde West - Typ D		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	5	nahversorgungsrelevant	1.300
Lebensmittelbetriebe	1	sonst. zentrenrelevant	375
Gesamtverkaufsfläche in qm ¹⁾	1.775	nicht zentrenrelevant	75

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung September bis November 2012

Foto 45: Nahversorgung



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 46: zentraler Platz- Wochenmarkt



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 47: Kreuzung als Barriere



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 48: geringe Frequenz



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013



Stärken	Schwächen
funktional	
<ul style="list-style-type: none"> Nahversorgung durch lokalen Wochenmarkt, Lebensmittelbetrieb, Bäcker gegeben Ergänzung durch Fachgeschäft und soziale Einrichtungen derzeitige Werkstatt kann Potenzialfläche bilden 	<ul style="list-style-type: none"> kaum Passantenfrequenz sehr geringer Einzelhandelsbesatz
städtebaulich	
<ul style="list-style-type: none"> Lebensmittelbetrieb und Bäckerei mit Café attraktiv saniert nach Abschluss der Bauarbeiten wird die Ecke Bloherfelder Straße/ Hartenscher Damm städtebaulich aufgewertet sein 	<ul style="list-style-type: none"> kein Zusammenhang erkennbar eher alte Bausubstanz

Empfehlungen

Der Nahversorgungsstandort Bloherfelde West hat für die umliegende Bevölkerung einen wichtigen Stellenwert zur fußläufigen Versorgung im Bereich des kurzfristigen Bedarfs. Die getroffene Erweiterung hat für die zukünftige Entwicklung eine hohe Relevanz, da dieser abgegrenzte Bereich für eine Nachverdichtung vorgesehen ist. An dem im Konzept von 2007 noch dargestellten bipolaren Standort Bloherfelde wird nicht weiter festgehalten, da diese beiden Bereiche keine funktionale Verbindung aufweisen.

Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none"> vorrangig nahversorgungsrelevante Sortimente, die sich standortgerecht einfügen Stabilisierung des Wochenmarktes weitere Stärkung des westlichen Bereiches rund um den Lebensmittelbetrieb 	<ul style="list-style-type: none"> bei Wegfall einzelner Betriebe Nachverdichtung, um den Bestand zu sichern gestalterische Aufwertung des Platzes für den Wochenmarkt



7.6.2 Nahversorgungsstandort Hundsmühler Straße Nord

Lage und Abgrenzung

Im Süden der Stadt in deutlicher Randlage des Siedlungsgebietes liegt der Nahversorgungsstandort Hundsmühler Straße Nord in Höhe Sodenstich. Die Abgrenzung umfasst einen kleinen Bereich von 150 Metern ab dem Ahlkenweg und endet kurz hinter dem Sodenstich.

Karte 26: Hundsmühler Straße Nord - Typ D



Quelle: eigene Erhebung und Begehung September bis November 2012; Juli 2013; eigene Darstellung; Karte und Datenbasis Stadt Oldenburg

Städtebaulich-funktionale Situation

Der Nahversorgungsstandort ist entlang der Hauptverkehrsstraße insbesondere durch Dienstleistung geprägt; die Angebote des kurzfristigen Bedarfs beziehen sich auf eine Apotheke und einen Kiosk. In zweiter Reihe dahinter, mit dem Eingang zum Sodenstich, liegt ein Lebensmittelmarkt, dessen Zufahrt von der Hundsmühler Straße kaum zu erkennen ist. Die Gebäude innerhalb dieses Nahversorgungsbereichs weisen alle eine unterschiedliche Gestaltung auf, somit fehlt ein städtebaulicher Zusammenhalt. Da die Hundsmühler Straße eine deutliche Barriere darstellt und auf der westlichen Straßenseite der funktionale Besatz nur aus einem Betrieb besteht und dieser gemeinsam mit der städtebaulichen Situation keinen Bezug zwischen den beiden Straßenseiten

herstellt, wird der einzelne Betrieb auf der anderen Straßenseite nicht in die Abgrenzung des Nahversorgungsstandortes aufgenommen. Anhand des minimalen Parkplatzangebotes im Umfeld des Nahversorgungsbereichs und beim Lebensmittelmarkt ist zu erkennen, dass dieser Bereich nicht auf Autokunden ausgerichtet ist, sondern überwiegend der Nahversorgung im fußläufigen Bereich dient.

Tab. 26: Einzelhandelsangebot Hundsmühler Straße Nord

Hundsmühler Straße Nord - Typ D		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	6	nahversorgungsrelevant	675
Lebensmittelbetriebe	1	sonst. zentrenrelevant	100
Gesamtverkaufsfläche in qm ¹⁾	800	nicht zentrenrelevant	25

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung September bis November 2012

Foto 49: Nahversorgung in 2. Reihe



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 50: ergänzende Dienstleistung



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Stärken	Schwächen
funktional	
<ul style="list-style-type: none"> Nahversorgungszentrum mit Angeboten des kurzfristigen Bedarfs 	<ul style="list-style-type: none"> nur Versorgungskauf, geringe Aufenthaltsqualität keine geschlossene Funktionsdichte zu erkennen
städtebaulich	
<ul style="list-style-type: none"> ÖPNV-Anbindung vorhanden 	<ul style="list-style-type: none"> Hundsmühler Straße als Barriere zur Anbindung (Wohnnutzung) insgesamt eher geringe Dichte auf Grundloser Baustruktur



Empfehlungen

In der jetzigen Form ist das Angebot deutlich auf die reine Nahversorgung in fußläufiger Entfernung ausgerichtet. Da räumlich kaum ein Entwicklungsspielraum vorhanden ist und der Anteil der umliegenden Bevölkerung eher niedrig ist, sollte die bisherige Ansiedlung nicht erweitert werden.

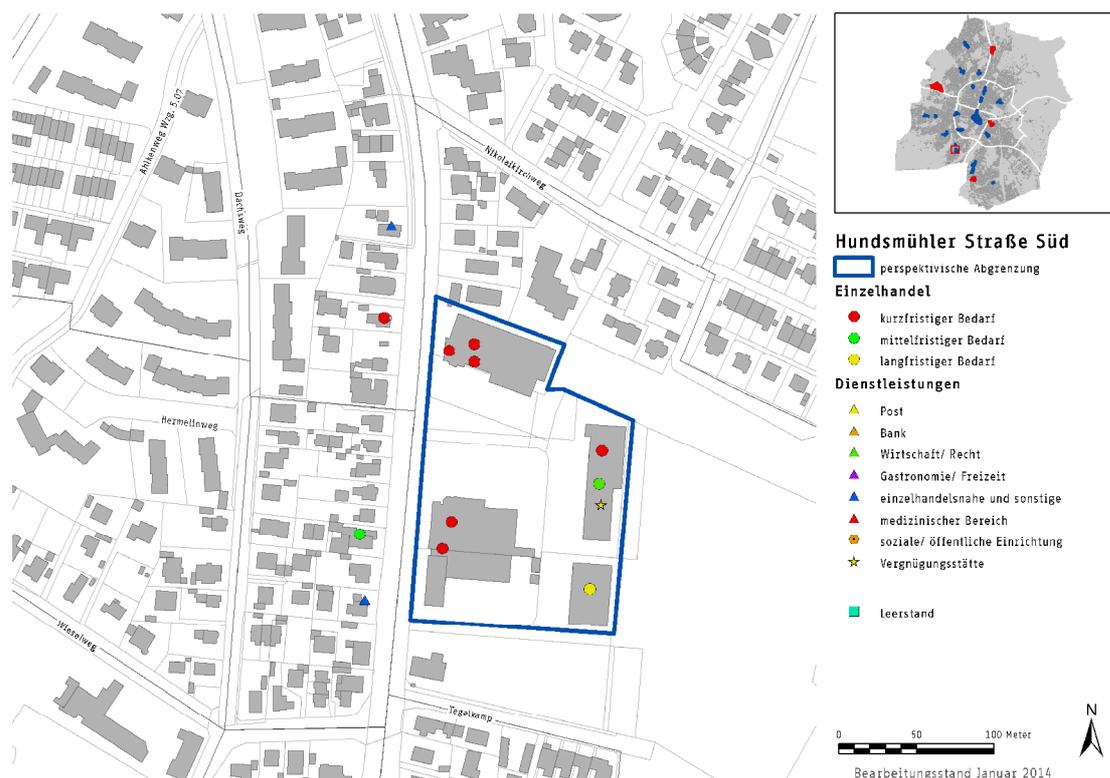
Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none">• ausschließlich Nachverdichtung im Bereich des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels• keine Flächenerweiterung	<ul style="list-style-type: none">• bestehende Ansiedlungen stärker als funktionale Einheit herausstellen

7.6.3 Nahversorgungsstandort Hundsmühler Straße Süd

Lage und Abgrenzung

Etwa 350 Meter südlich vom Nahversorgungsstandort Hundsmühler Straße Nord, zwischen Nikolaikirchweg und Tegelkamp, befindet sich der Nahversorgungsstandort Hundsmühler Straße Süd. Der Standort ist rund um eine große Parkplatzfläche östlich der Hundsmühler Straße abgegrenzt und besteht aus einem funktional zusammenhängenden Gebiet unterschiedlicher Einzelhandelsbetriebe, im Wesentlichen aus dem nahversorgungsrelevanten Bereich.

Karte 27: Hundsmühler Straße Süd - Typ D



Quelle: eigene Erhebung und Begehung September bis November 2012; Juli 2013; eigene Darstellung; Karte und Datenbasis Stadt Oldenburg

Städtebaulich-funktionale Situation

Der Nahversorgungsstandort Hundsmühler Straße Süd ist von Wohnbebauung umgeben, jedoch ist er städtebaulich nicht vollständig in das Umfeld integriert. Die funktionale Einfach-Bauweise der vornehmlich großflächigen Lebensmittelbetriebe grenzt sich deutlich von der umliegenden Struktur ab. Die Anordnung der Betriebe rund um einen großen Parkplatz macht die starke Autokundenorientierung deutlich. Dem entgegen steht die klare Ausrichtung auf nahversorgungsrelevante Sortimente. Negativ prägt die große Vergnügungsstätte, die hier ebenfalls angesiedelt ist, den Standort. Die gesamte Struktur bietet wenig Aufenthaltsqualität und weist keine ergänzenden Funktionen auf. Gleichwohl ist eine Nahversorgungsfunktion zu konstatieren.

Tab. 27: Einzelhandelsangebot Hundsmühler Straße Süd

Hundsmühler Straße Süd- Typ D		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	6	nahversorgungsrelevant	2.525
Lebensmittelbetriebe	2	sonst. zentrenrelevant	125
Gesamtverkaufsfläche in qm ¹⁾	2.825	nicht zentrenrelevant	175

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung September bis November 2012



Foto 51: Nahversorgungsangebot



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 52: funktionale Einfach-Bauweise



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Stärken	Schwächen
Funktional	
<ul style="list-style-type: none"> umfangreiches Angebot für den kurzfristigen Bedarf 	<ul style="list-style-type: none"> nicht maßstäblich geringe Aufenthaltsqualität Vergnügungsstätte
städtebaulich	
<ul style="list-style-type: none"> durch Querungshilfe verbesserte Anbindung an Wohnbebauung 	<ul style="list-style-type: none"> nicht maßstäblich Hauptverkehrsstraße als Barriere funktionale Einfach-Bauweise, ausgedehnte Parkplatzfläche geringe städtebauliche Einbindung in die Umgebung

Empfehlungen

Die Nahversorgungsqualität ist unbestritten, so dass der Bereich durchaus gesichert und ggf. sogar gestalterisch aufgewertet werden sollte. Allerdings sollte dieser Bereich lediglich im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente sowohl quantitativ (zus. Verkaufsfläche) als auch qualitativ (zusätzliche Angebote) ausgedehnt werden. Eine großflächige Erweiterung des Angebotes sollte nur nach Einzelfallprüfung erfolgen.

Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none"> Steuerung der Vergnügungsstätten 	<ul style="list-style-type: none"> städtebauliche Aufwertung nach innen und außen

7.6.4 Nahversorgungsstandort Kreyen-Centrum

Lage und Abgrenzung

Nahezu am südlichen Rand des Siedlungsgebietes von Oldenburg befindet sich der Nahversorgungsstandort Kreyen-Centrum. Dies ist ein in sich geschlossener Baukörper, in dem einige Betriebe angesiedelt sind. Das Kreyen-Centrum liegt in einem reinen Wohngebiet.

Karte 28: Kreyen-Centrum - Typ D



Quelle: eigene Erhebung und Begehung September bis November 2012; Juli 2013; eigene Darstellung; Karte und Datenbasis Stadt Oldenburg

Städtebaulich-funktionale Situation

Rein optisch ist das Kreyen-Centrum gut in seine Umgebung eingebunden, da es als kompaktes Klinkergebäude angelegt ist. In diesem befinden sich unterschiedliche Ladenlokale, Ladendienstleistungen und Büros. Funktional weist der als Quartierszentrum geplante Komplex deutliche Defizite auf. Neben einem kleinen Lebensmittelbetrieb gibt es zahlreiche Leerstände. Das Centrum wirkt verwaist, da die noch verbliebenen Nutzungen nur eine sehr geringe Frequenz erzeugen.

Tab. 28: Einzelhandelsangebot Kreyen-Centrum

Kreyen Centrum - Typ D		Sortimente	Verkaufsfläche in qm ¹⁾
Betriebe insgesamt	6	nahversorgungsrelevant	675
Lebensmittelbetriebe	1	sonst. zentrenrelevant	175
Gesamtverkaufsfläche in qm ¹⁾	875	nicht zentrenrelevant	0

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet (durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen)

Quelle: eigene Erhebung September bis November 2012



Foto 53: städtebaulich Eingebunden



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 54: Nahversorgungsangebot



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 55: Leerstand



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 56: fehlende Verbindung



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Stärken	Schwächen
funktional	
<ul style="list-style-type: none"> • Lebensmittelbetrieb für Nahversorgung • Ergänzung durch Dienstleistung und Ärzte 	<ul style="list-style-type: none"> • viele Leerstände • nur einseitige Versorgung
städtebaulich	
<ul style="list-style-type: none"> • in das Wohngebiet eingepasste Dimensionierung und Gestaltung 	<ul style="list-style-type: none"> • Gebäudekomplex zu wenig flexibel, um sich neuen Bedingungen anzupassen

Empfehlungen

Damit das Kreyen-Centrum in seiner jetzigen Form als fußläufiger Nahversorgungsstandort und Nachbarschaftstreffpunkt weiter bestehen kann, sind umfassende zeitgemäße Anpassungen und ein aktives Management des Komplexes notwendig. Zur Sicherung bzw. zur Schaffung einer Investitionssicherheit ist ein weiterer Ausbau bzw. die Schaffung von nicht integrierten Einkaufslagen soweit möglich zu unterbinden. Wie weit die bauliche und funktionale Anpassung gehen kann, ist letztlich eine Entscheidung des Eigentümers.



Empfehlungen - funktional	Empfehlungen - städtebaulich
<ul style="list-style-type: none">• Minimierung der Leerstände durch nahversorgungsbezogene Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote	<ul style="list-style-type: none">• Verbesserung der Aufenthaltsqualität, um der Funktion als Nachbarschaftstreffpunkt wieder gerecht zu werden

7.6.5 Nahversorgungsstandort Stedinger Straße

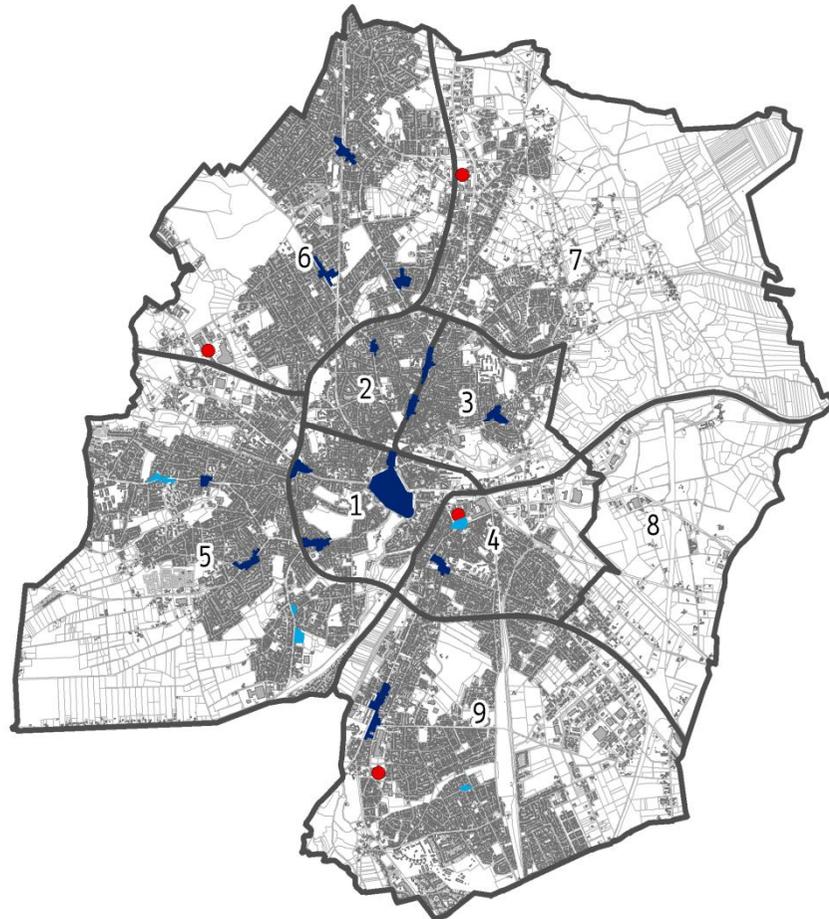
Da der Nahversorgungsstandort Stedinger Straße räumlich und funktional nicht von dem Fachmarktzentrum Emsstraße (Maco) zu trennen ist, werden diese in einem gemeinsamen Kapitel (vgl. Kap. 7.7.3) beschrieben.

7.7 FACHMARKTZENTREN (FMZ)

Als Fachmarktzentren werden Einzelhandelsagglomerationen mit einer eigenen, durch ihre absolute Größe generierten (über)regionalen Attraktivität in nicht integrierter Lage verstanden. Diese werden in der Matrix der Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung (vgl. Tab. 10 S. 78) dem Typen F zuordnen. (Nur die vier in diesem Kapitel beschriebenen Fachmarktzentren stellen Zentren des Typs F im Sinne des Konzeptes dar.) Dadurch soll eine deutliche Beschränkung bei der Steuerung und Zulässigkeit erfolgen. An diesem Standorttyp sollte eine weitere Flächenausweisung für zentrenrelevante Sortimente ausgeschlossen sein und lediglich im Rahmen einer Bestandssanierung ein Randsortiment mit sonst. zentrenrelevantem Einzelhandel zulässig sein. Dagegen sind dies die Standorte, an denen nicht zentrenrelevanter Einzelhandel auch in großflächiger Dimensionierung realisiert werden kann.



Karte 29: Nicht integrierte Fachmarktzentren in Oldenburg



Oldenburg

-  zentraler Versorgungsbereich
-  Nahversorgungsstandort
-  Fachmarktzentrum

0 1.000 2.000 3.000 Meter



Bearbeitungsstand Juni 2015



Quelle: eigene Erhebung und Begehung September bis November 2012; Juli 2013; eigene Darstellung; Karte und Datenbasis Stadt Oldenburg



In Oldenburg sind die Fachmarktzentren Wechloy, Stubbenweg, Emstraße (Maco) und KaufParkKreyenbrück eindeutig abgrenzbar, diese Abgrenzung (siehe Karte 30ff.) erfolgte jedoch nur als Berechnungsgrundlage der im Folgenden aufgeführten Kennzahlen. Ihre Verkaufsflächen umfassen insgesamt rd. 114.500 qm, so dass allein diese vier Standorte einen Anteil von rd. 25% an der Gesamtverkaufsfläche in Oldenburg darstellen. Einerseits wird dadurch die große Bedeutung für den Einzelhandelsstandort Oldenburg deutlich; andererseits zeigt es aber auch, dass der Umfang von rd. 68.000 qm Verkaufsflächen mit nahversorgungs- bzw. zentrenrelevanten Sortimenten zumindest für die Stadtteilzentren nicht unproblematisch sein kann bzw. ist.

Eine kartographische parzellenscharfe Abgrenzung der Fachmarktstandorte sollte nicht erfolgen, da eine solche keinerlei planerische bzw. planungsrechtliche Relevanz hätte. Konzeptionell ist es entsprechend der Konzeptmatrix (vgl. Kap. 7.3) wünschenswert, dass weiterer nicht zentrenrelevanter Einzelhandel sich an diesen Standorten entwickelt. Dabei ist es vor allem wichtig, dass neue Vorhaben sich an den Bestand anschließen, sich nicht aber zwingend innerhalb der jetzigen Einzelhandelsflächen ansiedeln müssen. Für die Frage der Weiterentwicklung wäre eine Abgrenzung demnach sogar kontraproduktiv, weil dann gewünschte und konzeptverträgliche Neuansiedlungen nur noch innerhalb der parzellenscharfen Abgrenzungen stattfinden dürften.

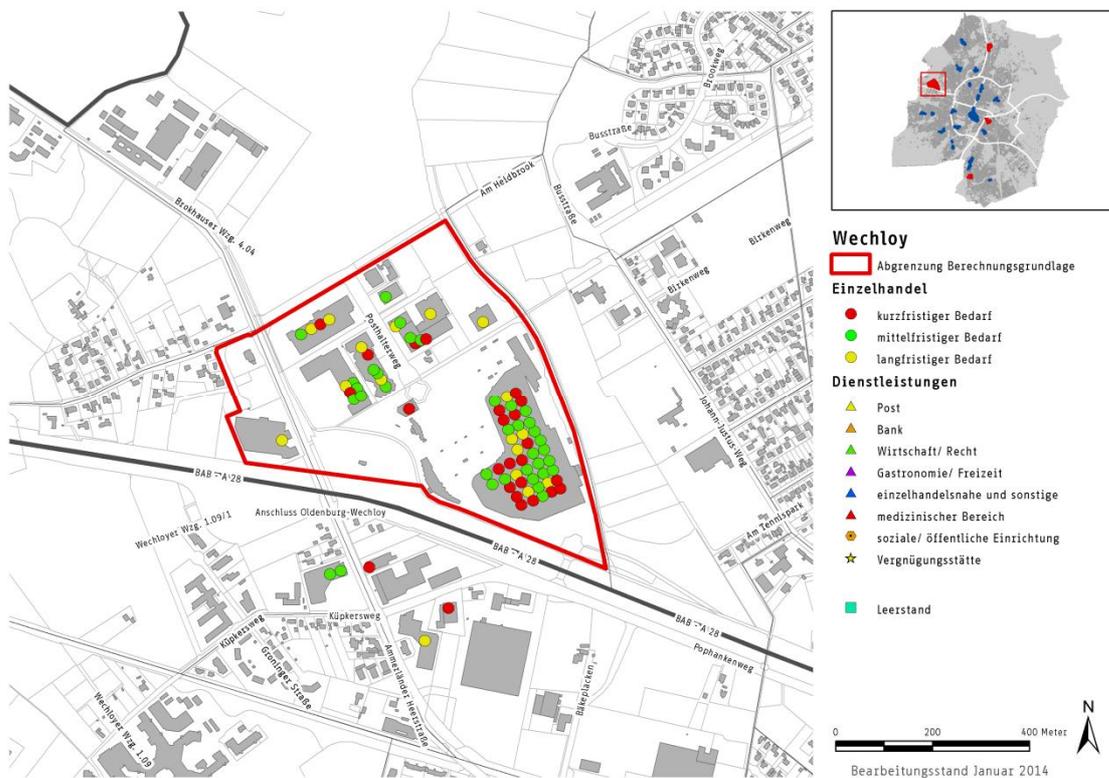
Grundsätzlich ist eine Weiterentwicklung mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten unter Beachtung der Randsortimentsregelung an allen Fachmarktzentren Typ F möglich. Gleichzeitig sollten auch die an diesen Standorten vorhandenen Angebote mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten nicht weiter ausgebaut werden. Insofern sollten die vorhandenen Bau- und Planungsrechte an diesen Standorten überprüft werden.



7.7.1 Fachmarktzentrum Wechloy - Typ F

Im Westen der Stadt Oldenburg wurde nahe des Autobahnanschlusses der A 28 Wechloy das mit rd. 65.000 qm Verkaufsfläche größte Fachmarktzentrum an einem nicht integrierten Standort angesiedelt. Die Sortimentsschwerpunkte bilden vor allem die zentrenrelevanten Sortimente und hier die Sortimente Bekleidung und Nahrungs-/ Genussmittel mit rd. 14.500 qm bzw. rd. 8.800 qm. Im nicht zentrenrelevanten Bereich liegt der Schwerpunkt zum Zeitpunkt der Erhebung mit rd. 7.500 qm Verkaufsfläche bei den Bau- und Gartenmarktsortimenten. Auf Grund der Insolvenz des ansässigen Baumarktes im Jahr 2013 ist an dieser Stelle ein großer Leerstand zu verzeichnen.

Karte 30: Fachmarktzentrum Wechloy - Typ F



Quelle: eigene Erhebung und Begehung September bis November 2012; Juli 2013; eigene Darstellung; Karte und Datenbasis Stadt Oldenburg

Foto 57: Fachmarktzentrum Wechloy



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 58: umliegende Ansiedlungen

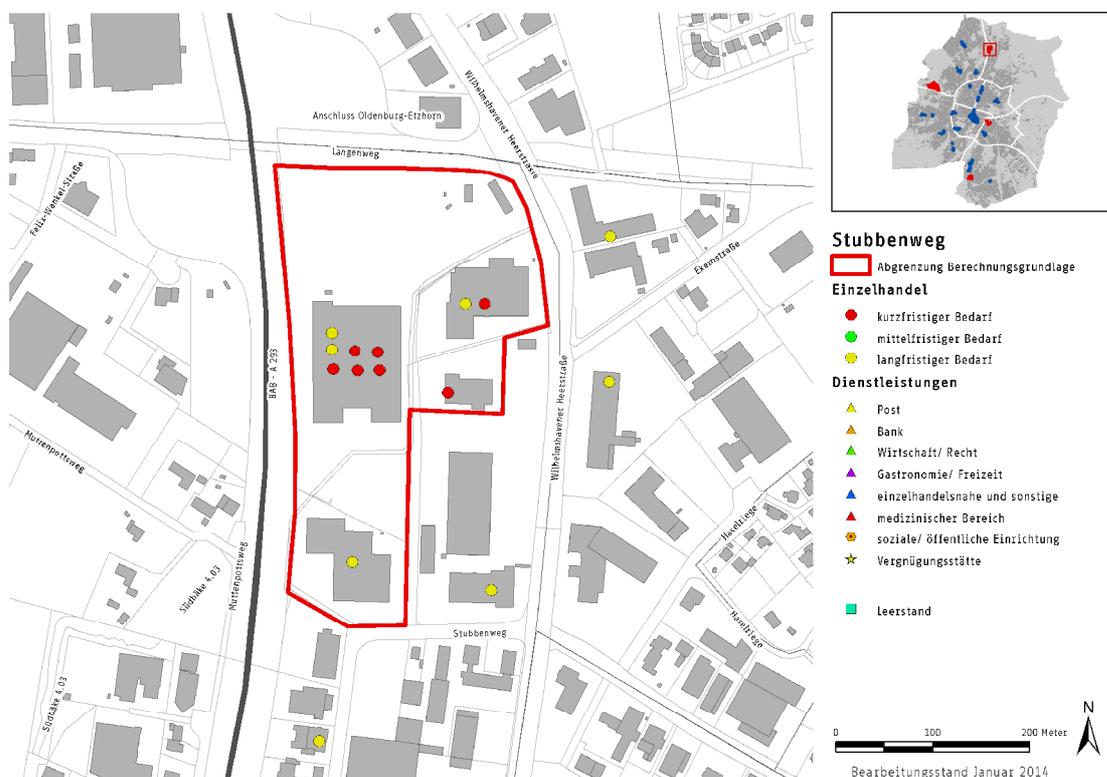


Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

7.7.2 Fachmarktzentrum Stubbenweg- Typ F

Anders als im Fachmarktzentrum Wechloy überwiegt im Fachmarktzentrum Stubbenweg im Oldenburger Norden mit rd. 10.300 qm von 17.200 qm Verkaufsfläche der nicht zentrenrelevante Sortimentsanteil. Der zweite Sortimentsschwerpunkt mit rd. 3.200 qm liegt allerdings wie auch im FMZ Wechloy im Nahrungs-/ Genussmittelbereich. Auch dieses Fachmarktzentrum ist nicht integriert, da es in einem gewerblichen Umfeld angesiedelt ist. Seit der Insolvenz des Baumarktes ist hier ebenfalls ein großer Betrieb leerstehend.

Karte 31: Fachmarktzentrum Stubbenweg - Typ F



Quelle: eigene Erhebung und Begehung September bis November 2012; Juli 2013; eigene Darstellung; Karte und Datenbasis Stadt Oldenburg



Foto 59: funktionale Einfach-Bauweise



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 60: ausschließlich autokundenorientiert

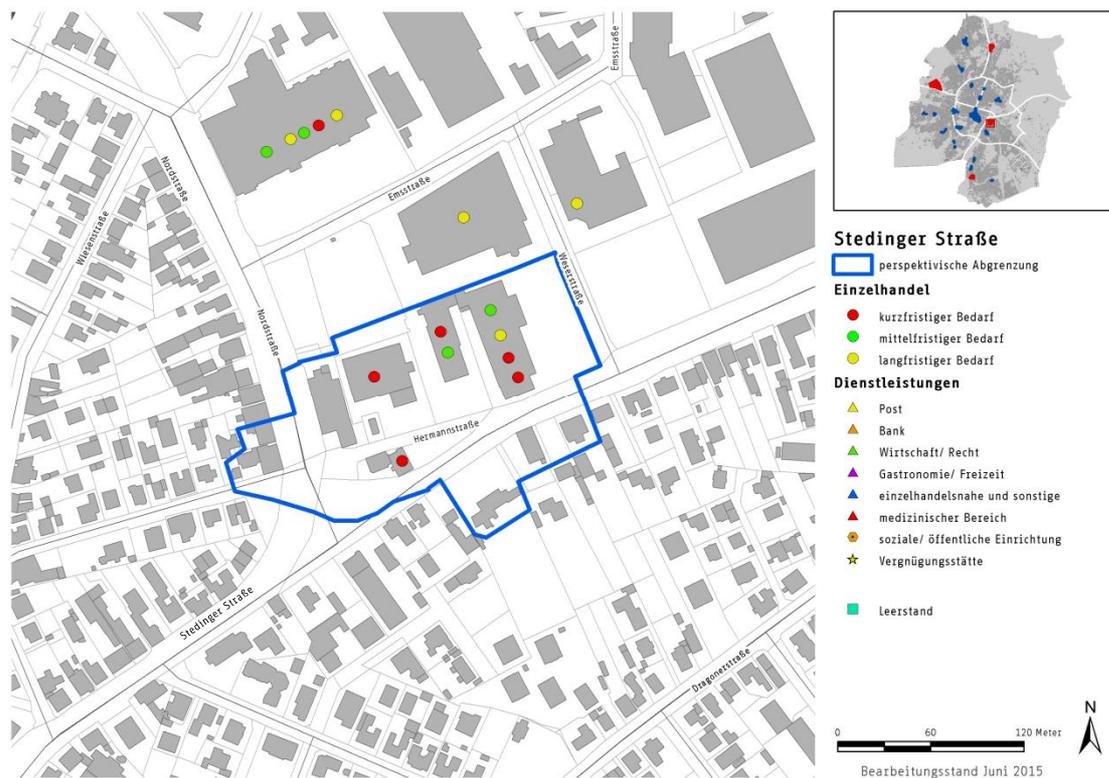


Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

7.7.3 Fachmarktzentrum Emsstraße (Maco) - Typ F

Anders als die beiden vorher genannten Fachmarktzentren liegt das Fachmarktzentrum Emsstraße (Maco) zwar ebenfalls an einer Ausfallstraße, gleichwohl aber im östlichen Kernstadtbereich innerhalb des Siedlungskörpers, so dass die Zuordnung zu einem nicht integrierten Fachmarktzentrum durchaus kontrovers diskutiert werden könnte. Auch wenn bei genauerer Betrachtung jedoch deutlich wird, dass die überwiegenden Kriterien (Ansammlung von Einfachbauten mit Autokundenorientierung, geringe städtebauliche Qualität im Gebiet, keine vertikale und nur eine sehr geringe horizontale Nutzungsmischung, kein Wohnen, in einem (z.T. ehemaligen) gewerblichen Umfeld für eine Einstufung als nicht integriert sprechen, soll – entgegen der gutachterlichen Auffassung - unter Einbeziehung der südlichen Randbebauung das Fachmarktzentrum in einen Teil Fachmarktzentrum und einen Teil Zentrentyp D unterteilt werden. Daraus ergibt sich der Nahversorgungsstandort Stedinger Straße (vgl. Karte 32). Die dargestellte Abgrenzung des Nahversorgungsstandortes ergibt sich aus der gutachterlichen Standortbewertung Maco Einkaufscenter in Oldenburg welches im Oktober 2014 von der Cima Beratung und Management GmbH Lübeck im Auftrag des Eigentümers erstellt worden ist. Die darin getroffene Begründung zur Abgrenzung des Standortes entspricht nicht der Auffassung des Gutachters.

Karte 32: Stedinger Straße - Typ D



Quelle: eigene Erhebung und Begehung September bis November 2012; Juli 2013; eigene Darstellung; Karte und Datenbasis Stadt Oldenburg

Der gesamte Bereich (Nahversorgungsstandort Stedinger Straße und Fachmarktzentrum Emsstraße) welcher insgesamt rd. 14.400 qm Verkaufsfläche umfasst, hat einen erheblichen Umfang an Angeboten aus dem zentrenrelevanten Sortimentsbereich, obwohl es aus einem Möbelstandort entwickelt worden ist. Das Möbelsortiment umfasst allerdings mit 5.500 qm Verkaufsfläche immer noch das größte Einzelsortiment. Das zweitgrößte Einzelsortiment mit rd. 2.100 qm Verkaufsfläche ist der Bereich Nahrungs-/ Genussmittel. Der zentrenrelevante Sortimentsanteil beträgt wie im FMZ Stubbenweg hier rd. 40% der Gesamtverkaufsfläche.



Karte 33: Fachmarktzentrum Emsstraße (Maco) - Typ F



Quelle: eigene Erhebung und Begehung September bis November 2012; Juli 2013; eigene Darstellung; Karte und Datenbasis Stadt Oldenburg

Foto 61: funktionale Einfach-Bauweise



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 62: städtebaulich nicht eingebunden

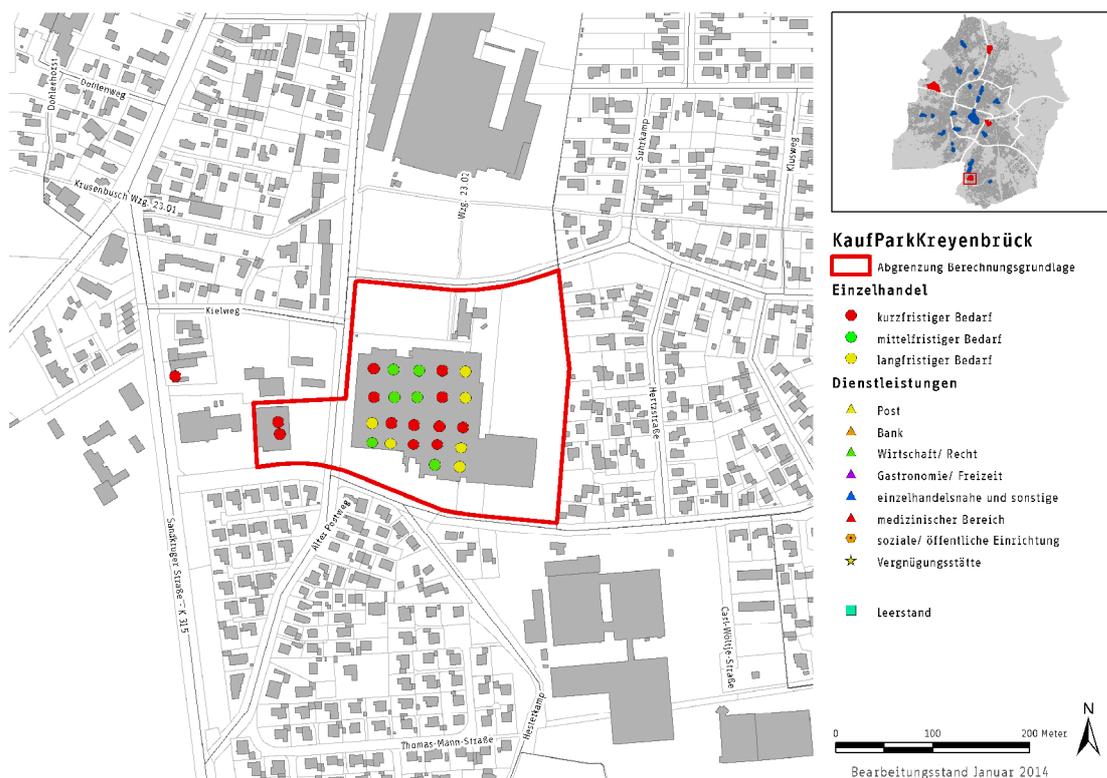


Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

7.7.4 Fachmarktzentrum KaufParkKreyenbrück - Typ F

Das im Süden gelegene Fachmarktzentrum am KaufParkKreyenbrück hat ebenso wie das Fachmarktzentrum Wechloy einen stärkeren Schwerpunkt im zentrenrelevanten Sortimentsbereich. Das größte Einzelsortiment mit rd. 6.900 qm Verkaufsfläche ist zwar das Bau- und Gartenmarktsortiment, allerdings umfasst das nicht zentrenrelevante Sortiment mit 55% der Verkaufsfläche etwas geringeren Anteil als in den beiden vergleichbar großen Fachmarktzentren Stubbenweg und Emsstraße (Maco).

Karte 34: Fachmarktzentrum KaufParkKreyenbrück - Typ F



Quelle: eigene Erhebung und Begehung September bis November 2012; Juli 2013; eigene Darstellung; Karte und Datenbasis Stadt Oldenburg

Foto 63: funktionale Einfach-Bauweise



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013

Foto 64: kleinteilige Ladenzeile



Quelle: eigenes Foto, Juli 2013



8. VORGEHENSWEISE ZUR UMSETZUNG

Als Grundlagen für das Konzept zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels dienen insbesondere die dargestellten Arbeitsschritte

- zur Abgrenzung der Zentren (vgl. Kap. 7.4ff) und ihrer Hierarchisierung (vgl. Kap.7.2),
- zur Sortimentszuordnung (vgl. Kap. 7.1),
- zur weiteren Entwicklung des Einzelhandels (vgl. Kap. 5 und Kap. 7.3) sowie
- zur Verkaufsflächenprognose (vgl. Kap. 6).

Im Folgenden sind die Vorgehensweise für Verwaltung/ Politik für die Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes und die sich daran anschließenden Arbeitsschritte dargestellt.

8.1 BETEILIGUNG DER ÖFFENTLICHKEIT

Damit das kommunale Einzelhandelsentwicklungskonzept seine planungsrechtliche Wirkung voll entfalten kann - dies betrifft z.B. die Anwendung des § 9 (2a) BauGB, bei der ein städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 (6) Nr. 11 BauGB zu berücksichtigen ist -, ist u.E. eine Beteiligung der Öffentlichkeit in Anlehnung an § 3 BauGB erforderlich.

Dafür sollte eine Auslegung des Gutachtens als *Entwurf eines Einzelhandelsentwicklungskonzeptes* (vgl. Kap. 8.2 und 8.3) - unter Beteiligung der Träger öffentlicher Belange - erfolgen. Die eingehenden Anregungen sollten dann einer Würdigung unterzogen und bewertet werden. Das *endgültige Einzelhandelsentwicklungskonzept* ist unter Berücksichtigung der eingegangenen Anregungen, dazu gehören auch die aus der eigenen Politik, vom Rat zu beschließen.

Der Entwurf des vorliegenden Gutachtens wurde im Rahmen einer öffentlichen Auslegung welche vom 08.02.2015 bis zum 11.03.2015 stattfand, der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Im gleichen Zeitraum fand sowohl eine Beteiligung der Behörden und sonstiger Träger öffentlicher Belange sowie der Nachbargemeinden statt. Zusätzlich wurden die Inhalte des Gutachtens im Rahmen einer Bürgerinformationsveranstaltung am 26.02.2015 präsentiert.

Die Umsetzung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes sollte u.E. wie im Weiteren dargestellt erfolgen.



8.2 FESTLEGEN EINER SORTIMENTSLISTE

Die in Kap. 7.1 beschriebene örtliche Sortimentsliste, die eine Unterscheidung nach nahversorgungsrelevanten, sonstigen zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten vornimmt, stellt zunächst einen Vorschlag dar, der u.E. der Öffentlichkeitsbeteiligung zugänglich gemacht werden sollte. Die politischen Gremien sollten letztlich diese - nach Abwägung der ggf. durch Anregungen aus der Öffentlichkeitsbeteiligung geänderten - Liste beschließen, damit für jeden Betroffenen (z.B. zukünftige Investoren, vorhandene Betriebe) die Verbindlichkeit und damit die Bedeutung als investitionssicherndes Instrument deutlich wird. Mit einem solchen Beschluss wird deren zentraler Stellenwert signalisiert.

Mit diesen Einstufungen - und insbesondere mit der politischen Verabschiedung einer solchen Sortimentsliste - signalisiert die Stadt Oldenburg, welcher Einzelhandel aus städtebaulichen Gründen in Zukunft wo angesiedelt werden soll. Allerdings muss das Konzept auch planungsrechtlich in Form von Bebauungsplänen umgesetzt werden.

Die Sortimentsliste muss zukünftig Teil der Bebauungspläne mit Aussagen zur Steuerung von Einzelhandel sein, wenn in diesen Aussagen zur Begrenzung von Einzelhandel hinsichtlich seiner Zentrenrelevanz enthalten sind.

8.3 FESTLEGEN VON GEBIETEN, IN DENEN ALLE SORTIMENTE BZW. NUR NICHT ZENTRENRELEVANTE SORTIMENTE ZULÄSSIG SEIN SOLLEN - AUCH GROßFLÄCHIG

In Verbindung mit der o.g. Sortimentsliste ist deutlich zu machen, an welchen Standorten der Stadt welche Art von Einzelhandel auch künftig noch zulässig sein wird. Dafür werden im vorliegenden Gutachten Vorschläge für die Abgrenzung der Zentren in Oldenburg unterbreitet; diese entsprechen dem zentralen Versorgungsbereich gemäß BauGB und sind in Bebauungsplänen nach Beschluss gleichsam parzellenscharf darzustellen⁷¹. Darüber hinaus bietet sich an, Festsetzungstypen für die jeweiligen Bereiche zu entwickeln.

Sofern die u.E. erforderliche Öffentlichkeitsbeteiligung durchgeführt wird, sind die Abgrenzung sowie evtl. vorgesehene Komplettausschlüsse von Einzelhandel in bestimmten Gebieten und die Festsetzungstypen zunächst im Entwurf zu erstellen.

Auch die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche, die Entscheidung über einen vollständigen/ teilweisen Ausschluss von Einzelhandel in bestimmten Bereichen sowie

⁷¹ BVerwG: Urteil vom 11.10.2007, Az. 4 C 7/07.



die Typen sind letztlich vom Rat der Stadt zu beschließen. Auf diese Weise können An- und Umsiedlungsanträge sehr schnell bewertet werden (vgl. - auch im Folgenden - Kap. 7.3): Grundsätzlich zulässige Betriebe können entsprechend schnell weiterbearbeitet werden, so dass dieses Vorgehen auch zur Verfahrensbeschleunigung bzw. zur Erhöhung der Effizienz im Verwaltungshandeln dient.

Die Grundsätze zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels beziehen sich im Wesentlichen auf die Innenstadt und die sonstigen zentralen Versorgungsbereiche sowie auf Gewerbe- bzw. gewerblich geprägte Gebiete bzw. auf entsprechend zu definierende unbeplante Innenbereiche gemäß § 34 BauGB. Eine konkrete bauplanungsrechtliche Definition der zukünftigen einzelhandelsbezogenen Nutzungen ist nur durch eine Einzelbeurteilung des jeweiligen Standorts möglich. Im Grundsatz lassen sich jedoch folgende *Festsetzungstypen für gewerblich geprägte Standorte* (§ 34 BauGB bzw. § 8 oder 9 BauNVO) unterscheiden:

1. **Festsetzungstyp** *Einzelhandel ist gemäß § 1 (5) BauNVO nicht zulässig.*
 2. **Festsetzungstyp** *Einzelhandel ist gemäß § 1 (5) BauNVO nicht zulässig. Ausnahmsweise ist gemäß § 1 (9) BauNVO der Handel mit Kraftfahrzeugen, Kraftfahrzeugzubehör (Lkw, Pkw, Motorräder) sowie Mineralölen, Brennstoffen zulässig. (Typische Vertreter der ausnahmsweise zulässigen Handelsbetriebe stellen neben Autohäusern der Reifenhandel sowie Betriebe mit Autoteilen und -zubehör dar.)*
 3. **Festsetzungstyp** *Gemäß § 1 (5) und (9) BauNVO ist ausschließlich nicht zentrenrelevanter, nicht großflächiger Einzelhandel zulässig. Ausnahmsweise sind branchentypische zentrenrelevante Randsortimente⁷² bis 10% der Fläche zulässig.*
- Ein Beispiel für einen derartigen Einzelhandelsbetrieb wäre ein Anbieter von Bodenbelägen und Tapeten mit einer Verkaufsfläche von weniger als 800 qm, der als Ergänzungs- bzw. Randsortiment Haus-/ Heimtextilien oder Gardinen anbietet.
4. **Festsetzungstyp** *Festsetzungstypen 1 bis 3 zusätzlich: Ausnahmsweise ist für Betriebe des Handwerks der Verkauf von selbst hergestellten oder eingekauften Waren auf einer untergeordneten Fläche zulässig (Handwerkerprivileg)⁷³. Dies gilt jedoch nicht für das Lebensmittelhandwerk (z.B. Bäcker, Metzger, Konditor).*

⁷² Nicht zentrenrelevante Randsortimente sind städtebaulich ohne Belang.

⁷³ Da nur Anlagentypen festgesetzt werden dürfen oder die qm-Begrenzung städtebaulich begründet werden muss, ist hierzu u.E. eine gesonderte Prüfung notwendig.



5. Festsetzungstyp *Festsetzungen entsprechend dem § 1 (10) BauNVO - "Fremdkörperfestsetzung": Dies könnte beispielsweise in einem Gewerbegebiet angewendet werden, in dem künftig Einzelhandel ausgeschlossen werden soll. Ein bereits vorhandener Einzelhandelsbetrieb (z.B. Lebensmitteldiscounter) kann dann über die Fremdkörperfestsetzung in seiner Existenz gesichert werden.*



Für die Festsetzungen in Sondergebieten gemäß § 11 (3) BauNVO ist insbesondere zu beachten, dass

- keine gebietsbezogenen Verkaufsflächenobergrenzen zulässig sind,
- lediglich Sortimente und Verkaufsflächen, nicht aber Betriebstypen oder gar Sortimentsqualitäten festsetzbar sind und
- eine Einzelfallprüfung des Planvorhabens erforderlich ist.

Weitere beachtliche Aspekte ergeben sich i.d.R aus dem Einzelfall.

Insbesondere bei der Überplanung von Baugebieten im Bestand sind sonstige rechtliche Aspekte (Fristen, Genehmigungsansprüche, Baurechte etc.) zu beachten. Bevor entsprechende Planungsabsichten formuliert werden können, sind diese und andere relevante Aspekte im Rahmen einer Baurechtsanalyse zu prüfen.

Üblicherweise werden lediglich gewerblich geprägte Baugebiete im Hinblick auf eine städtebaulich begründete räumliche Steuerung des Einzelhandels überprüft und ggf. überplant. Außer Acht gelassen werden die Mischgebiete (§ 6 BauNVO), die u.U. im Hinblick auf eine zentrenorientierte Einzelhandelssteuerung ebenso eine bedeutende Rolle spielen können. Für Mischgebiete sollte überprüft werden, ob auch in diesen zentrenrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen werden sollte. Auch dies ist mit dem vorhandenen Planungsinstrumentarium möglich.

In Oldenburg erscheint beispielsweise dann ein Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel in Mischgebieten sinnvoll, wenn die Gefahr besteht, dass mögliche Ansiedlungen von Betrieben über die Nahversorgung eines Gebiets hinausgehen und/oder die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche beeinträchtigen.

Mit dem Beschluss des Rats wird das Einzelhandelsentwicklungskonzept zu einem städtebaulichen Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 (6) Nr. 11 BauGB, das bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen ist. Damit besteht auch die Möglichkeit der Anwendung von § 9 (2a) BauGB für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34 BauGB).



8.4 HANDLUNGSLEITFADEN ZUR BAULEITPLANERISCHEN UMSETZUNG DER ZIELVORSTELLUNGEN

Damit nicht "versehentlich" Entwicklungen möglich sind, die den Zielsetzungen der Einzelhandelskonzeption entgegenstehen, sind "gefährdete" Gebiete nach § 34 BauGB sowie Baugesuche im Einzelfall zu prüfen. Nachfolgender Handlungsleitfaden zeigt die wichtigsten Prüfschritte und die anschließende bauleitplanerische Umsetzung zur Sicherung der Ziele der Einzelhandelskonzeption auf.

Überplanung "gefährdeter" Gebiete

Es ist zu prüfen, welche Bereiche in Oldenburg durch die bisherigen bauplanungsrechtlichen Festsetzungen (überplante Bereiche, § 30/ 31 BauGB) oder auch das Fehlen solcher (unbeplante Innenbereiche, § 34 BauGB) im Sinne der Zielsetzungen des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes gefährdet sind. Die entsprechenden Regelungen sind sodann entsprechend anzupassen. Bei bestehenden Bebauungsplänen reicht u.U. eine Umstellung auf die aktuelle BauNVO bzw. ein vereinfachtes Bebauungsverfahren nach § 13 BauGB aus. Bei einer reinen Umstellung auf die aktuelle BauNVO ist allerdings zu beachten, dass damit dennoch jeglicher Einzelhandel bis zur Großflächigkeit allgemein zulässig ist, sofern keine anderen Regelungen bestehen. Bei § 34-Gebieten ist die Aufstellung eines Bebauungsplans bzw. die Anwendung des § 9 (2a) BauGB zu überprüfen, da nur so beispielsweise durch § 34 (3) BauGB nicht steuerbare Betriebe entsprechend den Zielsetzungen behandelt werden können.

Für den Fall eines akuten Handlungsbedarfes stehen nach einem Aufstellungs-/Änderungsbeschluss die im Baurecht vorgesehenen Sicherungsinstrumente "Zurückstellung von Baugesuchen" (§ 15 BauGB) bzw. "Veränderungssperren" (§ 14 BauGB) zur Verfügung. Insbesondere bei Veränderungssperren muss deutlich gemacht werden, dass alle Veränderungen, die den planerischen Zielen nicht zuwiderlaufen, auch weiterhin zulässig sind. Es sind nur die Veränderungen unzulässig, die dem Zweck der Veränderungssperre widersprechen.

Die Begründung in den Bebauungsplänen, in denen auf den Einzelhandel bezogene Regelungen vorgenommen werden, muss auf das Einzelhandelsentwicklungskonzept und insbesondere die damit verfolgten Ziele sowie die verfolgte räumliche Entwicklung der Zentren Bezug nehmen.



Baugesuch

Bei einem konkreten Baugesuch ist zunächst die bau- und planungsrechtliche Situation für die Immobilie und für den jeweiligen Planstandort hinsichtlich der einzelhandelsbezogenen Nutzungen zu prüfen.

Anschließend muss das Vorhaben hinsichtlich des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes der Stadt Oldenburg geprüft werden: Mit der Abgrenzung der Zentren, den Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung sowie der Sortimentsliste kann in der Stadt Oldenburg somit flächendeckend nahezu jede Anfrage zur Ansiedlung von (großflächigem) Einzelhandel unmittelbar bewertet werden: Es ist sofort feststellbar, an welchen Standorten zentrenrelevanter Einzelhandel in Zukunft zulässig und an welchen Standorten er unzulässig sein wird. Jede Standortbewertung - zumindest im Hinblick auf (großflächige) zentrenrelevante Angebote - stellt nichts anderes dar, als eine Anwendung der in Kap. 7.3 aufgezeigten Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung. Überdies ist der prognostizierte Entwicklungsspielraum in Oldenburg zu berücksichtigen.

ANHANG

Tab. A - 1: Einzelhandelsangebot in Oldenburg nach Standortlagen: Verkaufsflächen
(auf 25 qm gerundet)

Sortimente	Innen- stadt	sonstige Zentren	sonstige integriert	nicht inte- griert	Summe
Nahrungs-/ Genussmittel	3.550	21.300	22.800	18.175	65.800
Lebensmittelhandwerk	550	475	1.500	275	2.825
Drogerie/ Parfümerie	3.375	2.450	2.125	4.250	12.200
Apotheke	725	750	1.000	325	2.775
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	1.625	625	1.325	1.700	5.275
Blumen/ Zoo	325	2.175	4.725	3.525	10.750
kurzfristiger Bedarf	10.125	27.775	33.475	28.225	99.625
Bekleidung und Zubehör	50.800	550	3.150	16.000	70.500
Schuhe, Lederwaren	9.750	375	1.175	6.425	17.725
Sport/ Freizeit	4.375	1.525	2.850	6.375	15.100
Spielwaren	4.250	975	2.100	2.975	10.325
Bücher	4.425	125	225	650	5.450
GPK, Geschenke, Hausrat	5.075	2.175	3.100	10.425	20.750
Haus- und Heimtextilien	1.250	400	2.175	4.675	8.500
mittelfristiger Bedarf	79.925	6.125	14.750	47.525	148.350
Uhren/ Schmuck	2.025	300	250	250	2.800
Foto/ Optik	1.625	500	575	975	3.675
Medien	2.925	350	1.225	7.425	11.925
Elektro/ Leuchten	1.400	1.750	800	8.250	12.225
Teppiche, Bodenbeläge	525	350	3.325	5.100	9.300
baumarkt-/ gartenspezifisch	225	6.125	11.575	44.400	62.325
Möbel/ Antiquitäten	2.150	1.550	19.475	58.175	81.325
Sonstiges	900	1.725	4.000	5.775	12.375
langfristiger Bedarf	11.775	12.625	41.250	130.350	195.975
Gesamt	101.800	46.550	89.475	206.100	443.925

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung September bis November 2012; eigene Berechnungen



Tab. A - 2: Einzelhandelsangebot in Oldenburg nach Standortlagen: Umsätze in Mio. €

Sortimente	Innenstadt	sonstige Zentren	sonstige integriert	nicht integriert	Summe
Nahrungs-/ Genussmittel	16,2	95,9	99,2	83,1	294,4
Lebensmittelhandwerk	7,2	8,5	23,8	3,1	42,6
Drogerie/ Parfümerie	16,4	7,6	6,0	13,8	43,7
Apotheke	16,7	25,0	50,0	6,3	97,9
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	5,6	2,9	5,8	6,9	21,3
Blumen/ Zoo	0,8	4,3	9,5	7,6	22,1
kurzfristiger Bedarf	62,8	144,2	194,3	120,8	522,0
Bekleidung und Zubehör	161,3	1,7	7,4	50,1	220,5
Schuhe, Lederwaren	27,8	1,1	3,1	18,5	50,4
Sport/ Freizeit	10,8	3,8	6,8	17,3	38,8
Spielwaren	8,9	2,0	4,2	6,9	22,0
Bücher	16,6	0,5	0,8	2,7	20,7
GPK, Geschenke, Hausrat	7,6	2,6	3,0	15,3	28,6
Haus- und Heimtextilien	2,2	0,5	3,2	9,7	15,6
mittelfristiger Bedarf	235,2	12,3	28,5	120,5	396,5
Uhren/Schmuck	15,8	2,3	1,9	1,9	21,9
Foto/ Optik	11,6	3,3	3,6	4,8	23,3
Medien	29,3	2,3	9,5	58,8	99,9
Elektro/ Leuchten	7,8	5,4	2,0	28,0	43,2
Teppiche, Bodenbeläge	0,8	0,4	4,9	8,0	14,1
baumarkt-/ gartenspezifisch	0,3	6,9	13,8	55,5	76,6
Möbel. Antiquitäten	3,3	2,2	28,6	98,9	133,1
Sonstiges	4,6	9,4	19,3	29,6	62,8
langfristiger Bedarf	73,5	32,3	83,5	285,6	474,9
Gesamt	371,5	188,8	306,2	526,9	1.393,4

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas/ Porzellan/ Keramik

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung September bis November 2012; IfH; EHI; www.handelsdaten.de; Statistisches Landesamt Niedersachsen; Statistisches Bundesamt; EZB; eigene Berechnungen



Tab. A - 3: Kaufkraftpotenzial nach Sortimenten 2015 und 2025 in Mio. €

Sortiment	Jahr	2015		2025	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		300,6	308,9	321	346
Drogerie/ Parfümerie		41,8	42,9	45	48
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften		15,0	15,4	16	17
Blumen/ Zoo		17,0	17,5	18	20
kurzfristiger Bedarf		374,4	384,7	400	431
Bekleidung und Zubehör		90,0	92,4	96	104
Schuhe, Lederwaren		22,3	22,9	24	26
Sport/ Freizeit		16,5	16,9	18	19
Spielwaren		19,6	20,2	21	23
Bücher		17,9	18,4	19	21
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke		11,2	11,5	12	13
Haus-/ Heimtextilien		13,1	13,4	14	15
mittelfristiger Bedarf		190,6	195,9	203	219
Uhren/ Schmuck		10,6	10,9	11	12
Foto/ Optik und Zubehör		15,5	15,9	16	18
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien		57,1	58,6	61	66
Elektro/ Leuchten		24,6	25,3	26	28
Teppiche/ Bodenbeläge		6,3	6,4	7	7
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		63,5	65,3	68	73
Möbel, Antiquitäten		51,3	52,7	55	59
Sonstiges		40,3	41,5	43	46
langfristiger Bedarf		269,2	276,6	287	310
Summe		834,2	857,2	890	960

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas Porzellan/ Keramik

durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: LSN; Stadt Oldenburg; IFH Köln (2012); BBE; eigene Berechnungen



**Tab. A - 4: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Status-quo-Prognose
- Angaben in qm, auf 100 qm gerundet**

Sortiment	Jahr	2015		2025	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		---	1.000	4.200	7.900
Drogerie/ Parfümerie		200	400	1.000	1.700
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften		0	100	400	700
Blumen/ Zoo		0	100	700	1.300
kurzfristiger Bedarf		200	1.600	6.300	11.600
Bekleidung und Zubehör		---	---	---	---
Schuhe, Lederwaren		---	---	---	---
Sport/ Freizeit		---	0	---	---
Spielwaren		300	500	1.000	1.600
Bücher		0	100	400	700
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke		---	---	---	---
Haus-/ Heimtextilien		0	100	500	1.000
mittelfristiger Bedarf		300	700	1.900	3.300
Uhren/ Schmuck		0	100	100	200
Foto/ Optik und Zubehör		100	100	300	500
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien		0	200	800	1.400
Elektro/ Leuchten		100	300	900	1.600
Teppiche/ Bodenbeläge		---	---	---	---
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		400	1.500	4.600	8.100
Möbel, Antiquitäten		---	0	---	---
Sonstiges		100	300	900	1.600
langfristiger Bedarf		700	2.500	7.600	13.400
Summe		1.200	4.800	15.800	28.300

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas Porzellan/ Keramik

---: rechnerisch negativer Bedarf

Quelle: eigene Berechnungen



Tab. A - 5: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Entwicklungsprognose mit Abgängen - Angaben in qm, auf 100 qm gerundet

Sortiment	Jahr	2015		2025	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		200	2.900	5.900	17.200
Drogerie/ Parfümerie		200	500	1.000	2.200
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften		0	100	400	700
Blumen/ Zoo		0	100	700	1.300
kurzfristiger Bedarf		400	3.600	8.000	21.400
Bekleidung und Zubehör		-1.000	-500	-4.500	-3.000
Schuhe, Lederwaren		-300	-100	-500	-100
Sport/ Freizeit		-100	0	-700	-300
Spielwaren		1.200	1.900	5.400	8.200
Bücher		100	300	600	1.400
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke		-600	-400	-1.700	-1.200
Haus-/ Heimtextilien		600	1.100	3.700	5.900
mittelfristiger Bedarf		-100	2.300	2.300	10.900
Uhren/ Schmuck		0	100	100	200
Foto/ Optik und Zubehör		100	300	500	1.200
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien		0	300	800	1.800
Elektro/ Leuchten		100	300	900	1.800
Teppiche/ Bodenbeläge		-200	-100	-300	0
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		400	2.500	4.600	13.100
Möbel, Antiquitäten		-700	0	-7.200	-5.500
Sonstiges		100	700	1.200	3.700
langfristiger Bedarf		-200	4.100	600	16.300
Summe		100	10.000	10.900	48.600

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Berechnungen



Tab. A - 6: Verkaufsflächenentwicklungsspielraum bis 2025 bei Wettbewerbsprognose mit Abgängen - Angaben in qm, auf 100 qm gerundet

Sortiment	Jahr	2015		2025	
		untere Var.	obere Var.	untere Var.	obere Var.
Nahrungs-/ Genussmittel		-700	1.200	-600	8.900
Drogerie/ Parfümerie		0	200	-100	800
PBS; Zeitungen/ Zeitschriften		0	0	-100	100
Blumen/ Zoo		-100	-100	-200	100
kurzfristiger Bedarf		-800	1.300	-1.000	9.900
Bekleidung und Zubehör		-1.700	-1.100	-7.600	-6.200
Schuhe, Lederwaren		-400	-300	-1.300	-900
Sport/ Freizeit		-300	-100	-1.400	-1.100
Spielwaren		900	1.500	3.800	6.400
Bücher		0	100	0	800
GPK/ Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke		-800	-600	-2.500	-2.100
Haus-/ Heimtextilien		400	800	2.400	4.400
mittelfristiger Bedarf		-1.900	300	-6.600	1.300
Uhren/ Schmuck		0	0	-100	0
Foto/ Optik und Zubehör		0	200	100	800
Unterhaltungselektronik/ Neue Medien		-200	0	-300	500
Elektro/ Leuchten		-100	100	-200	400
Teppiche/ Bodenbeläge		-300	-200	-700	-500
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.		-500	1.000	-1.000	5.600
Möbel, Antiquitäten		-1.400	-700	-10.500	-9.000
Sonstiges		-100	400	-100	2.100
langfristiger Bedarf		-2.600	800	-12.800	-100
Summe		-5.300	2.400	-20.400	11.100

PBS = Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren GPK = Glas Porzellan/ Keramik

Quelle: eigene Berechnungen



GLOSSAR

Die **Bindungsquote** (z.T. auch "Zentralität") bezeichnet das Verhältnis zwischen Umsatz und Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet. Sie zeigt an, ob per Saldo Kaufkraft zufließt (Quote größer als 100%) oder abströmt (Quote kleiner als 100%).

Convenience-Stores/ Nachbarschaftsläden sind kleine Einzelhandelsbetriebe, u.U. unter 100 qm, mit Waren des täglichen Bedarfs zur Nahversorgung; oft sind Dienstleistungen wie z.B. Lotto, Reinigung, Postservice, etc. darin integriert.

Discounter sind Einzelhandelsbetriebe, die ein an der Bedarfsmenge je Haushalt orientiertes schmales und flaches Sortiment, insbesondere von Waren des täglichen Bedarfes in Selbstbedienung und ohne Service (Kundendienst) oft zu den niedrigsten für diese Waren im Einzelhandel geforderten Preisen anbieten.

Einzelhandel im engeren Sinne ist der Einzelhandel in Ladengeschäften ohne den Handel mit Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffen und ohne Bäckereien und Metzgereien (Lebensmittelhandwerk). Das hier aufgeführte Sortiment Bauelemente und Baustoffe bezieht sich auch auf den Privatkunden als Endverbraucher und betrifft nicht den Verkauf für die gewerbliche Nutzung. Im vorliegenden Gutachten wurden jedoch auch das Lebensmittelhandwerk sowie Tankstellenshops, soweit diese überwiegend Sortimente wie der Einzelhandel im engeren Sinne - vor allem Nahrungs-/ Genussmittel - führen, in die Untersuchung einbezogen: Diese Angebotsformen wandeln sich zunehmend zu Handelsbetrieben.

Fachgeschäfte sind Einzelhandelsbetriebe, die ein branchenspezifisches oder bedarfsgruppenorientiertes Sortiment in großer Auswahl und in unterschiedlichen Qualitäten und Preislagen mit ergänzenden Dienstleistungen (z.B. Kundendienst) anbieten.

Fachmärkte sind Einzelhandelsbetriebe, die ein breites und oft auch tiefes Sortiment aus einem Warenbereich, z.B. Bekleidungs-, Schuhfachmarkt, einem Bedarfsbereich, z.B. Sport-, Baufachmarkt oder einem Zielgruppenbereich, z.B. Möbel- und Haushaltswarenfachmarkt für design-orientierte Kunden, in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau anbieten. Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren. Bei einigen Sortimenten, z.B. Drogeriemarkt, werden überwiegend Innenstadtlagen gewählt. Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist



mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentsspezifischen Beratung auf Wunsch der Kundinnen und Kunden.

Eine **integrierte Lage** im Sinne dieser Untersuchung liegt vor, wenn ein Standort städtebaulich eingebunden ist. Wichtig für die Einstufung als integriert ist die umgebende Wohnbebauung. Die Bezeichnung stellt einen Oberbegriff für zentrale Versorgungsbereiche/ Zentren, Nahversorgungsstandorte und sonstige integrierte Standorte dar.

Als **nicht integrierte Standorte** sind entsprechend sämtliche Standorte zu bezeichnen, die nicht in Zusammenhang mit Wohnbebauung stehen (z.B. Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten oder sonstige autokundenorientierte Standorte ohne Zusammenhang mit Wohnbebauung). Aber auch Gewerbegebiete, die mit Wohnbebauung durchsetzt sind, sind diesen Standorten zuzurechnen.

Einzelhandel in **sonstigen integrierten Lagen** ist überall dort vorhanden, wo die Dichte/ Konzentration nicht ausreicht, den entsprechenden Bereich als zentralen Versorgungsbereich (vgl. unten) einzustufen. Es handelt sich also um funktional und städtebaulich integrierte Einzelstandorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche bzw. Zentren.

Ein **Kaufhaus** ist ein größerer Einzelhandelsbetrieb, der überwiegend im Wege der Bedienung Waren aus zwei oder mehr Branchen, davon wenigstens aus einer Branche in tiefer Gliederung, anbietet. Am stärksten verbreitet sind Kaufhäuser mit Textilien, Bekleidung und verwandten Bedarfsrichtungen.

Die **Kaufkraft** beschreibt die (nominale) Geldsumme, die einem privaten Haushalt in einem bestimmten Zeitraum zum Verbrauch zur Verfügung steht. Die Kaufkraft wird auf Basis der Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken ermittelt. (s.a. Nachfrage)

Kaufkraftkennziffern stellen Indexzahlen dar, mit deren Hilfe regionale Teilmärkte hinsichtlich ihrer Kaufkraft bewertet werden. Sie ergeben sich aus dem Quotienten der Kaufkraft einer Region und dem entsprechenden gesamtdeutschen Wert. Die IBH RETAIL CONSULTANTS GmbH (ehem. BBE Köln) prognostiziert auf der Grundlage von Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken die (einzelhandelsrelevante) Kaufkraft der Einwohner nach regionalen Gliederungen. Die Kaufkraftkennziffer je Einwohner zeigt, welche Gebietseinheit bei der Pro-Kopf-Kaufkraft über oder unter dem Bundesdurchschnitt (= 100) liegt.



Lebensmittel-SB-Geschäfte sind Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von bis zu 200 qm ein Lebensmittelsortiment einschließlich Frischwaren (z.B. Obst, Gemüse, Fleisch- und Wurstwaren) vorwiegend in Selbstbedienung anbieten. Das Lebensmittelsortiment ist auf Grund der geringen Verkaufsfläche in Breite und Tiefe i.d.R. eingeschränkt, Waren des täglichen Bedarfes anderer Branchen werden nicht bzw. in geringem Umfang angeboten.

Lebensmittel-SB-Märkte sind Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von 200 bis 400 qm ein umfangreiches, wenngleich in der Tiefe eingeschränktes Lebensmittelsortiment einschließlich Frischwaren (z.B. Obst, Gemüse, Fleisch- und Wurstwaren) vorwiegend in Selbstbedienung anbieten. Darüber hinaus werden Waren des täglichen Bedarfes anderer Branchen ergänzend angeboten.

Die **einzelhandelsrelevante Nachfrage** entspricht dem Teil der Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte, der im Einzelhandel ausgegeben wird, d.h. die Nachfrage nach Dienstleistungen wird nicht berücksichtigt. (s.a. Kaufkraft)

Bei einem **Nahversorgungsstandort** handelt es sich um einen integrierten Bereich, bei dem ein meist kleinstrukturiertes Angebot an Einzelhandelsbetrieben die Versorgungsfunktion für das unmittelbare, nähere Wohnumfeld, nicht jedoch darüber hinaus übernimmt (vgl. zentraler Versorgungsbereich).

SB-Warenhäuser sind Einzelhandelsbetriebe, die ein umfassendes Sortiment mit einem Schwerpunkt bei Lebensmitteln ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne Kundenberatung anbieten. Der Standort ist i.d.R. autokundenorientiert, wobei sowohl isolierte Standorte als auch Standorte in Einkaufszentren vorzufinden sind. Die Verkaufsfläche liegt nach der Abgrenzung des EHI bei 5.000 qm und mehr.

Sonderstandorte sind Konzentrationen von Einzelhandelsbetrieben, die in einem funktionalen Zusammenhang stehen, etwa durch ein gewerblich geprägtes Gebiet/ Gewerbegebiet. Ein städtebaulicher Zusammenhang ist nicht erforderlich. Weiterhin ist eine Ausstrahlung über das unmittelbare Umfeld hinaus erforderlich, weshalb eine Mindestverkaufsfläche von rd. 2.500 qm als Untergrenze angesetzt wird. I.d.R. handelt es sich bei Sonderstandorten um nicht integrierte Standorte. Ausnahmen können z.B. Standorte mit einer Sonderfunktion (Hauptbahnhof - "Reisebedarf") oder ohne städtebauliche Qualität und mit geringer Angebotsvielfalt sein.

Supermärkte sind Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 qm und höchstens 2.500 qm ein Lebensmittelvollsortiment einschließlich Frischwa-



ren (z.B. Obst, Gemüse, Südfrüchte, Fleisch) und ergänzend Waren des täglichen Bedarfes anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbieten. Große Supermärkte sind Einzelhandelsbetriebe mit in etwa gleicher Sortimentsstruktur (i.d.R. etwas höherer Anteil anderer Branchen) mit einer Verkaufsfläche von 2.500 und 5.000 qm.

Warenhäuser sind großflächige Einzelhandelsbetriebe, die breite und überwiegend tiefe Sortimente mehrerer Branchen mit relativ hoher Serviceintensität und an Standorten in Innenstädten oder in Einkaufszentren anbieten. Der Schwerpunkt liegt i.d.R. im Bereich Bekleidung. Neben Einzelhandelsangeboten werden auch Dienstleistungs- sowie gastronomische Angebote vorgehalten. Insgesamt ist eine verstärkte Entwicklung von Shop-in-Shop-Systemen, d.h. Vermietung von Flächen an andere Betriebe (Konzessionäre), festzustellen, wobei dies für den Kunden häufig nicht vordergründig ersichtlich ist bzw. teilweise erst beim Bezahlen an einer eigenen Kasse erkennbar wird.

Als **zentrale Versorgungsbereiche/ Zentren** sind diejenigen integrierten Standorte einer Stadt zu verstehen, in denen sich bedeutsame Versorgungsfunktionen konzentrieren. Da für die städtebauliche Begründung für eine begrenzte Zulässigkeit von Einzelhandel zentrale Versorgungsbereiche entscheidend sind, liegt der Schwerpunkt bei der Abgrenzung auf der Konzentration des Einzelhandels. Daneben ist die Konzentration von Angeboten im Dienstleistungsbereich (z.B. Reisebüros, Reinigungen etc.) von Bedeutung. Neben der Bestandsdichte als wesentlichem Kriterium sind infrastrukturelle und funktionale Zäsuren sowie städtebauliche Merkmale zur Abgrenzung heranzuziehen. Die Abgrenzung ist damit unabhängig von statistischen oder historischen Bezeichnungen in einer Kommune.

Wesentlich ist weiterhin, dass eine über den Nahbereich hinausreichende Versorgungsfunktion wahrgenommen wird (vgl. Nahversorgungsstandort).

Zentralität (vgl. Bindungsquote).