

Gut- achten

05/2025

**Auswirkungsanalyse für die geplante
Erweiterung eines OBI-Marktes in Rheine,
Paulstraße 37-47,**

gem. § 11 Abs. 3 BauNVO

Impressum

AUFTRAGNEHMER

**Stadt + Handel Beckmann und
Föhler Stadtplaner GmbH**
info@stadt-handel.de
www.stadt-handel.de
Amtsgericht Dortmund,
Handelsregisternummer HRB
33826, Hauptsitz: Dortmund

Standort Dortmund

Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund
Fon +49 231 86 26 890
Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg

Tibarg 21
22459 Hamburg
Fon +49 40 53 30 96 46
Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe

Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe
Fon +49 721 14 51 22 62
Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig

Markt 9
04109 Leipzig
Fon +49 341 92 72 39 42
Fax +49 341 92 72 39 43

AUFTRAGGEBER

Stadtplanung Rheine
Mittelstraße 17
48431 Rheine

VERFASSER

**Dipl.-Ing. Marc Föhler
M. Sc. Mathias Tetzlaff
M. Sc. Elisabeth Köhn**

Dortmund, 13.05.2025

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung mehrerer geschlechtsspezifischer Personenbezeichnungen verzichtet. Die gewählte männliche Form schließt stets auch andere Geschlechter mit ein.

Neue Wege. Klare Pläne.

Inhaltsverzeichnis

	KAPITEL	SEITE
1	Ausgangssituation und Zielsetzung	1
2	Methodik und Untersuchungsumfang der Verträglichkeitsanalyse	2
3	Standortbeschreibung	8
3.1	Makrostandort	8
3.2	Mikrostandort	9
4	Markt- und Standortanalyse	11
4.1	Einzugsgebiet und Ableitung des Untersuchungsraumes	11
4.2	Angebotsanalyse	14
4.3	Nachfrageanalyse	17
4.4	Städtebaulich-funktionale Analyse der zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum	19
4.5	Bewertung der angebots- und nachfrageseitigen Strukturen	23
5	Vorhabendaten	25
5.1	Sortimente und Verkaufsflächen	25
5.2	Annahmen zur Herleitung der Flächenproduktivitäten	27
5.3	Umsatz des Bestandsobjektes	28
5.4	Umsatzprognose für das Planvorhaben (Marktanteilsmodell)	30
6	Auswirkungsanalyse	36
6.1	Absatzwirtschaftliche Auswirkungen	36
6.2	Städtebauliche Einordnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen	39
6.3	Einordnung in die landesplanerischen Zielstellungen (LEP NRW 2024)	44
6.4	Einordnung in die kommunalplanerischen Rahmenvorgaben (Masterplan Einzelhandel Rheine 2012)	46
7	Empfehlung zu textlichen Festsetzungen im Bebauungsplan	48
8	Zusammenfassung der Ergebnisse	50
	Anhang	I

Ausgangssituation und Zielsetzung

In Rheine ist die Erweiterung und Neuaufstellung des Obi-Baumarktes am Standort Paulstraße 37-47 projektiert. In diesem Zusammenhang soll die Gesamtverkaufsfläche von aktuell 9.185 m² auf 10.527 m² erweitert werden (+ 1342 m² VKF).

Neben dem Hauptsortiment Baumarktsortiment sollen zudem weitere zentrenrelevante Sortimente im in Rede stehenden Obi-Markt offeriert werden. Da für diese Sortimente noch keine konkrete Verkaufsflächenausprägung feststeht, wird im Rahmen des vorliegenden Gutachtens eine maximale Ausprägung der zentrenrelevanten Sortimente geprüft und bewertet (max. 1.050 m² VKF = 10 % der Gesamtverkaufsfläche). **Unabhängig von der konkreten Ausprägung der zentrenrelevanten Sortimente bleibt die Gesamtverkaufsfläche des Planvorhabens bei max. 10.527 m² gedeckelt.**

Bei dem Planvorhaben handelt es sich somit um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb (> 800 m² VKF/1.200 m² BGF). In der Folge bleibt zu prüfen, ob gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO keine negativen absatzwirtschaftlichen und/oder städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten sind und die Konformität zu den Zielen und Grundsätzen des LEP NRW 2019 sowie des Masterplans Einzelhandel für die Stadt Rheine 2012¹ gegeben ist.

Als Grundlage für das weitere Planverfahren werden im vorliegenden Gutachten folgende Punkte untersucht und bewertet:

Absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen

- Absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungseinschätzung gem. § 11 Abs. 3 BauNVO im Untersuchungsraum und in der Stadt Rheine.

Einordnung gemäß kommunalplanerischer Grundlagen

- Einordnung in den Masterplan Einzelhandel Rheine 2012.

Einordnung gemäß landes- und regionalplanerischer Grundlagen

- Einordnung in die relevanten Vorgaben des LEP NRW 2019.

¹ Junker + Kruse (2012): Masterplan Einzelhandel für die Stadt Rheine. Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts. Im Folgenden als **Masterplan Einzelhandel Rheine 2012** bezeichnet.

2

Methodik und Untersuchungsumfang der Verträglichkeitsanalyse

Im Folgenden wird die dem Gutachten zu Grunde liegende Methodik dargestellt.

Untersuchungsrelevante Sortimente²

Auf Basis des Flächenprogramms und der sortimentsbezogenen Verkaufsflächen (s. Kapitel 5.1) sowie der Umsatzprognosen (s. Kapitel 5.4) werden seitens Stadt + Handel folgende Sortimente bzw. Sortimentsbereiche im Hinblick auf absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen als untersuchungsrelevant bewertet:

- Glas, Porzellan, Feinkeramik; Haushaltswaren, Schneidwaren und Bestecke; Geschenkartikel und Souvenirs; Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen; Wohneinrichtungsartikel (Dekoration)³ (*zentrenrelevant*),
- Baumarktsortimente (*nicht zentrenrelevant*).

Die weiteren Sortimente des Planvorhabens werden hinsichtlich der Verkaufsflächen und des zu erwartenden Umsatzes ebenfalls dargestellt (s. Kapitel 5.1 und Kapitel 5.4):

- Fahrräder und technisches Zubehör (*nicht zentrenrelevant*),
- Gartenmarktsortiment (*nicht zentrenrelevant*),
- KFZ-, Caravan- und Motorradzubehör (ohne Bekleidung im Hauptsortiment (*nicht zentrenrelevant*),
- Lampen und Leuchten, Leuchtmittel (*nicht zentrenrelevant*),
- Möbel (inkl. Büro, Bad-, Camping- und Küchenmöbel) (*nicht zentrenrelevant*).

Nennenswerte Auswirkungen in diesen Sortimenten sind angesichts der Verkaufsflächendimensionierung sowie der geringen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen (s. Kapitel 5.1 und Kapitel 5.4) nicht zu erwarten.

Angebotsanalyse

Für die Erstellung dieses Verträglichkeitsgutachtens hat Stadt + Handel die Daten im Untersuchungsraum im August 2024 erhoben. Die Erhebung erfolgte durch

² Die Bezeichnungen und Gruppierungen erfolgen gemäß Sortimentsliste des Masterplan Einzelhandel Rheine 2012.

³ Im Folgenden zusammengefasst als **GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung** bezeichnet. Gemäß Masterplan Einzelhandel Rheine 2012 bilden diese Sortimente einzelne Warengruppen. Für die Untersuchung werden die Sortimente im Folgenden jedoch zusammengefasst als Warengruppe GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung betrachtet. Insbesondere in vergleichbaren Wettbewerbern werden die genannten zentrenrelevanten Einzelsortimente zusammen angeboten. Die zu erwartenden Umsatzumverteilungen des Planvorhabens tangieren somit immer die gleichen (vergleichbaren) Anbieter. Eine Einzeldarstellung der Sortimente wäre somit eine Verschleierung der Auswirkungen. Demnach wird im vorliegenden Gutachten ein Worst Case abgebildet.

eine Standortbegehung und sortimentsgenaue Verkaufsflächenerfassung (differenziert nach innen- und außenliegender Verkaufsfläche) der im Sinne der Untersuchungsfragen relevanten Betriebe bzw. Sortimente im Untersuchungsraum (s. u.) wie folgt:

Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung

- **Innerhalb zentraler Versorgungsbereiche:** Erfassung des kompletten Bestands im untersuchungsrelevanten Sortiment im Haupt- und Randsortiment;
- **Außerhalb zentraler Versorgungsbereiche:** Erfassung strukturprägender Angebotsstandorte im untersuchungsrelevanten Hauptsortiment (mind. 300 m² VKF) und in weiteren Fachmärkten (auch Randsortimente) wie z.B. Gartencentern, Einrichtungsmärkten mit mind. 300 m² GVKF⁴.

Sortimentsbereich Baumarktsortiment

- Erfassung strukturprägender Angebotsstandorte im untersuchungsrelevanten Haupt- oder Randsortiment (mind. 300 m² VKF).

Die aktuelle Rechtsprechung zur Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichtes (u. a. BVerwG 4 C 14.04 und BVerwG 4 C 1.16) vom November 2005 bzw. 2016 findet im Rahmen der Bestandsüberprüfung Anwendung.

Die Analyse des Einzelhandelsbestandes dient in erster Linie der methodischen Grundlage zur Sortimentsbetrachtung und den absatzwirtschaftlichen Berechnungen.

Umsatzschätzung (Bestandsumsätze der Betriebe im Untersuchungsraum sowie des Planvorhabens)

Zur Beurteilung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Planvorhabens wird eine Umsatzschätzung der untersuchungsrelevanten Betriebe und Sortimente im Untersuchungsraum durchgeführt⁵. Basis für die Umsatzschätzung der untersuchungsrelevanten Einzelhandelsstrukturen sowie für die Umsatzprognose des in Rede stehenden Planvorhabens bilden:

- Branchen- und betriebsübliche Leistungskennziffern (u. a. Baumarktmanager, Dähne DIY + Garten, EHI handelsdaten aktuell, Retail Real Estate Report Germany der Hahn-Gruppe),
- Kennwerte aus Unternehmensveröffentlichungen,
- laufende Auswertung von Fachliteratur,

⁴ Nach fachlichem Dafürhalten kann, unter Berücksichtigung der spezifischen örtlichen Gegebenheiten, diesen Einzelhandelsbetrieben (außerhalb zentraler Versorgungsbereiche) eine nennenswerte Relevanz für die Versorgung der Bevölkerung attestiert werden. Neben der Struktur der örtlichen Bestandsbetriebe findet insbesondere auch die Dimensionierung des Planvorhabens hierbei Berücksichtigung. Im vorliegenden Gutachten werden diese Betriebe, in Bezug auf die Untersuchungsfragestellung, als strukturprägende Wettbewerber bezeichnet.

Die strukturprägenden Anbieter in den jeweiligen Sortimenten (GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung; Baumarktsortimente) werden auch im jeweiligen anderen Sortiment berücksichtigt, um eventuelle kumulierte Auswirkungen zu würdigen (z. Bsp. Bau- und Gartenmärkte, welche i. d. R. beide Sortimente führen).

⁵ Alle Angaben zu Kaufkraft, Flächenproduktivitäten und Umsatz in Euro sind Bruttowerte.

- Kennwerte aus Einzelhandelsgutachten aus dem Untersuchungsraum,
- die Vor-Ort-Begehung durch Stadt + Handel.

Hinsichtlich des Planvorhabens wird die Umsatzprognose konkret anhand eines sortimentspezifischen Marktanteilskonzepts (=Marktanteilsmodell) abgeleitet, sodass der spezifischen Ausgangssituation für das in Rede stehende Planvorhaben Rechnung getragen wird. Der zu erwartende Marktanteil und der daraus resultierende Vorhabenumsatz bestimmen sich jeweils anhand der konkret zu analysierenden und zu bewertenden standortrelevanten und wettbewerbsrelevanten Rahmenbedingungen.

Umgang mit der Erweiterung des Obi-Baumarktes

Eine isolierte Betrachtung der Erweiterungsfläche und deren Auswirkungen ist unzulässig, da mit einer Verkaufsflächenerweiterung meist auch qualitative Änderungen einhergehen, welche die Attraktivität von Betrieben z. T. mehr als unwesentlich steigern können⁶. Daher ist der geschätzte Mehrumsatz des durch die Erweiterung neu strukturierten Betriebes, welcher durch die Verkaufsflächenerweiterung einerseits und die Attraktivitätssteigerung andererseits resultiert, in die Berechnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen einzustellen. Durch dieses Vorgehen wird erreicht, dass der Umsatz des neu strukturierten/erweiterten, mit einer höheren Ausstrahlungskraft ausgestatteten Betriebes, korrekt in die Berechnung der Auswirkungen, unter Berücksichtigung der gegebenen städtebaulichen Situation, eingestellt wird. Dieses Vorgehen verpflichtet zu einer intensiven städtebaulichen Würdigung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen, da entsprechende – durch den bestehenden Markt möglicherweise bereits initiierte – Vorschädigungen zu beachten sind.

Nachfrageanalyse

Die Datenbasis der Nachfrageseite basiert auf sortimentspezifischen, postleitzahlbezogenen IfH-Kaufkraftkennziffern aus dem Jahr 2024 (eigene Berechnungen) für den Untersuchungsraum (s. Kapitel 4.1) sowie auf Einwohnerzahlen auf Straßenabschnittsebene seitens der GfK 2023 und IT.NRW sowie dem Landesamt für Statistik Niedersachsen⁷ (jeweils Stand 31.12.2023).

Städtebauliche Analyse

Als Grundlage wurden die Abgrenzungen und Analysen der zentralen Versorgungsbereiche der kommunalen Einzelhandelskonzepte herangezogen. Die Innenstädte, städtische Nebenzentren sowie Nahversorgungszentren sind städtebaurechtlich und landesplanerisch ein Schutzgut im Sinne des BauGB, der BauNVO und des LEP NRW 2019.

Hierauf basierend können Auswirkungen auf die Entwicklung der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche durch das Planvorhaben ermittelt und dargestellt werden.

⁶ Vgl. Urteile des OVG Münster vom 06.11.2008 (10A 1417/07 und 10A/2601/07).

⁷ Landesamt für Statistik Niedersachsen – LSN Online Datenbank. Im Folgenden als **LSN** bezeichnet.

Absatzwirtschaftliche Auswirkungen

Die Ermittlung der durch das Planvorhaben potenziell ausgelösten Umsatzumverteilungen ist ein wichtiger Analyseschritt der Auswirkungsanalyse. Aus diesem wird erkennbar, von welchen Einzelhandelsstandorten und somit letztlich aus welchen Kommunen und wiederum aus welchen städtebaulichen Lagen eine Umsatzumverteilung in welcher Größenordnung zu erwarten sein wird. Damit steht ein absatzwirtschaftliches Untersuchungsergebnis fest, das Rückschlüsse auf die daraus resultierenden Auswirkungen zulässt.

Die Berechnung der Umsatzumverteilung erfolgt basierend auf einem Gravitationsmodell. Gemäß der aktuellen Rechtsprechung ist ein sogenannter realitätsnaher Worst Case Fall⁸ in die Untersuchung einzustellen.

Eingangswerte für die Umsatzumverteilungsberechnung sind neben den Daten des Planvorhabens, die ermittelten Verkaufsflächen, die Flächenproduktivitäten gemäß Unternehmensveröffentlichungen und Branchenfachliteratur sowie die daraus resultierenden Umsatzsummen. Berücksichtigung finden innerhalb der Umsatzumverteilungsberechnung folgende Parameter:

- die Gesamtattraktivität der erfassten Standorte unter Einbeziehung der Entfernung zum Vorhabenstandort,
- Verkaufsflächenausstattung der untersuchten Betriebe,
- großräumige und siedlungsstrukturelle verkehrliche Anbindung der untersuchten Betriebe,
- Wettbewerbsrelevanz der Anbieter und Angebotsstandorte zum Planvorhaben.

Auf dieser Grundlage werden sodann Umsatzumverteilungen im Worst Case ermittelt.

Die Anwendung einer fixen Umsatzumverteilungsgröße, wie etwa die in der Rechtsprechung wiederholt angeführte 10 %-Größenordnung, ist allerdings sowohl fachlich als auch gemäß der aktuellen Rechtsprechung allein nicht zielführend. Bei kleinräumiger Betrachtungsweise innerhalb der Siedlungs- und Zentrenstruktur kann die Schwelle möglicher negativer städtebaulicher Auswirkungen je nach städtebaulicher Ausgangslage bereits bei deutlich weniger als 10 % liegen (vgl. VG Arnsberg 4 K 572/04; OVG Berlin-Brandenburg 3 D 7/03.NE). Gleichzeitig können bei Umsatzumverteilungen von über 10 % im Einzelfall negative Auswirkungen fehlen. Die 10 %-Größenordnung ist insofern als „Faustformel“ zu verstehen, die sowohl unter- als auch überschritten werden kann und im Einzelfall gleichwohl aufgrund der konkreten Umstände keine schädlichen bzw. nicht unwesentlichen Auswirkungen zu erwarten sind.

⁸ Aus fachgutachterlicher Sicht ist es weder notwendig noch von der Rechtsprechung gefordert, alle Eckdaten möglichst nachteilig für das Vorhaben einzustellen. Dies wird im Übrigen auch nicht in der Grundsatzentscheidung des OVG NRW (Preussen-Park-Entscheidung, vgl. OVG NRW, Urteil vom 07. Dezember 2000, 7A D 60/99.NE) gefordert. Vielmehr ist eine realistische Worst Case-Betrachtung und Bewertung von Vorhaben gefordert, die „...die realistischerweise zu erwartenden Entwicklungen in den Blick nimmt“. Vgl. BVerwG, Urteil vom 27. März 2013, 4 CN 6.11.

Städtebauliche Auswirkungen des Planvorhabens

Die zu erwartenden Umsatzumverteilungen werden für die zentralen Versorgungsbereiche und sonstigen Standortbereiche im Untersuchungsraum dargestellt und mit den Ergebnissen der Bestandsaufnahme des Städtebaus verknüpft und bewertet. Dadurch werden die Auswirkungen anhand vorhabenspezifischer Kenngrößen ebenso ablesbar wie anhand absatzwirtschaftlicher Varianten im Sinne eines realitätsnahen städtebaulichen Worst Case.

Dynamische Wirkungsanalyse

Da es sich bei dem Planvorhaben um ein Bauvorhaben in Form einer Erweiterung handelt, wird der Markteintrittszeitpunkt des Planvorhabens mit gewisser zeitlicher Verzögerung stattfinden. Mit einer Marktreife des realisierten Planvorhabens ist in frühestens drei Jahren zu rechnen (Ende 2027). Aufgrund dieses Zeitrahmens sind Veränderungen im Nachfragevolumen bis zur vollständigen Marktwirksamkeit zu berücksichtigen. Diesbezüglich relevante Faktoren sind insbesondere die Bevölkerungszahl im Einzugsbereich und die Kaufkraftentwicklung pro Einwohner in den relevanten Sortimentsbereichen (hier: Entwicklung der Kaufkraft für den stationären Einzelhandel auf Basis der Entwicklungsdynamik in den Branchen und der Entwicklung der Onlineanteile).

In den kommenden drei Jahren (bis zur vollkommenen Marktreife des Vorhabens) ist gemäß Prognose IT.NRW sowie des LSN eine nahezu konstante Entwicklung der Bevölkerung im Untersuchungsraum zu erwarten (s. Kapitel 4.1).

Die Ableitung der sortimentspezifischen Nachfrageentwicklung zum Prognosejahr 2028 erfolgt anhand einer Auswertung der Entwicklungsdynamik der jeweiligen Branche auf Basis der sortimentspezifischen Kaufkraftentwicklungen der vergangenen 10 Jahre (IfH 2014 - 2024) sowie unter Berücksichtigung der Entwicklung des Onlineanteils in den jeweiligen Branchen und der Ableitung einer Prognose auf Basis des HDE Online-Monitors 2017 - 2024. Dabei wurden die in den letzten Jahren einhergehenden Impulse und Einflüsse auf die Ausprägung der Branchenzahlen (bspw. COVID-19, Inflation, Wirtschaftskrise) berücksichtigt und i. S. eines Worst Case-Ansatzes möglichst nachteilig für die jeweilige Branche ausgelegt.

Für die Sortimentsbereiche Baumarktsortiment und GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung wird auf dieser Basis eine nahezu konstante bzw. positive Umsatzentwicklung des stationären Handels bis Ende 2027 prognostiziert (+ 0,3 % bzw. + 2,9 %). Das heißt, es wird ein überdurchschnittliches Wachstum der Branchen im Vergleich zur Entwicklung der Onlineanteile prognostiziert (s. Kapitel 4.3).

Im Sinne des Worst Case-Ansatzes wird auf eine Berücksichtigung der leicht positiven Kaufkraftentwicklung verzichtet und lediglich die Bevölkerungsentwicklung der Nachfrageentwicklung zugrunde gelegt.

Unter Berücksichtigung der vorgenannten Prognose werden die für das Vorhaben relevanten konkreten und bis zum erwarteten Markteintritt des Vorhabens realisierten Einzelhandelsvorhaben berücksichtigt⁹. Dabei sind die konkret, planungsrechtlich abgesicherten weiteren Einzelhandelsvorhaben ebenso in die Prognose einzubeziehen, wie absehbare Schließungen von vorhabenrelevanten Einzelhandelsbetrieben im Einzugsgebiet. Eine entsprechende Darstellung erfolgt in Kapitel 4.2.

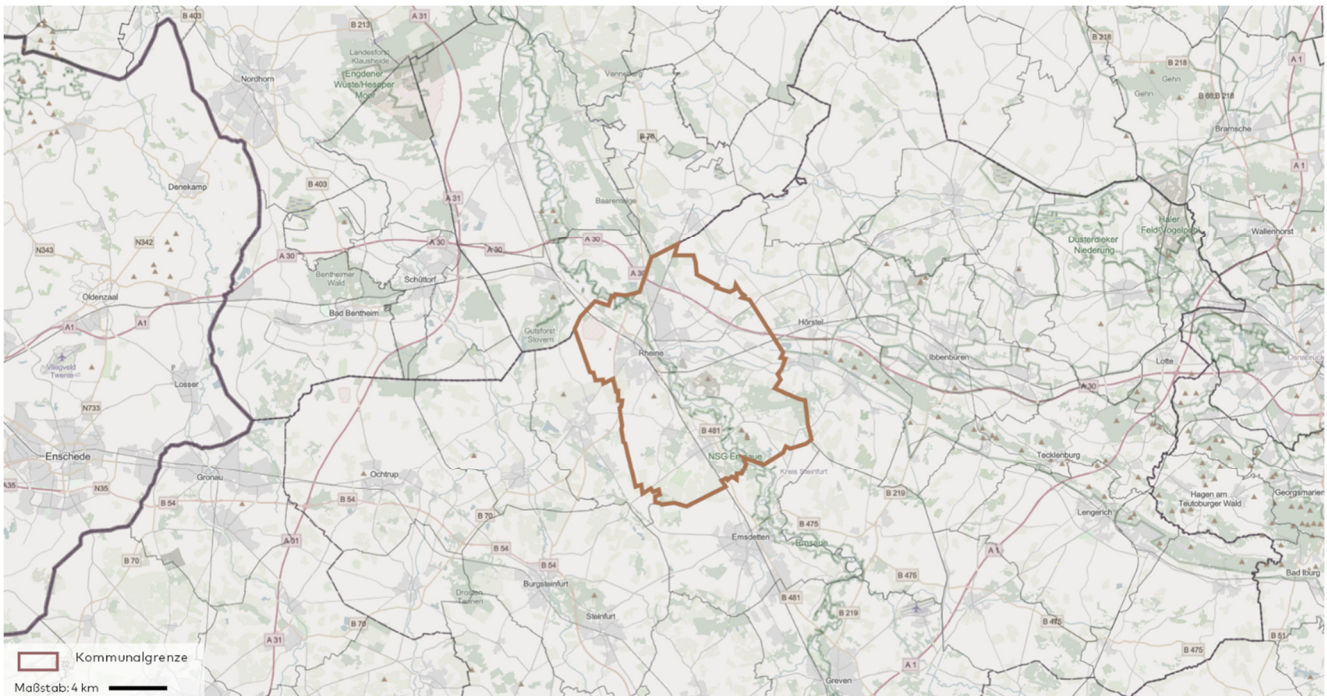
⁹ Huma-Urteil vom 01.12.2015 - AZ 10 D 91/13.NE.

3 Standortbeschreibung

3.1 MAKROSTANDORT

Die Stadt Rheine mit 78.220 Einwohnern¹⁰ befindet sich im Norden des Landes Nordrhein-Westfalen und gehört zum Landkreis Steinfurt. Rheine stellt nach Münster die zweitgrößte Stadt im Münsterland dar und wird als größte Stadt im Kreis Steinfurt landesplanerisch als Mittelzentrum¹¹ ausgewiesen. Das Oberzentrum Münster liegt rd. 45 km südlich und das niedersächsische Oberzentrum Osnabrück liegt ca. 45 km östlich der Stadt Rheine. Auch das niederländische Oberzentrum Enschede ist mit dem PKW in rund 45 Minuten erreichbar. Im Norden grenzt Rheine an die niedersächsischen Gemeinden Salzbergen und Spelle, im Osten an das Grundzentrum Hörstel, sowie im Süden an das Mittelzentrum Emsdetten und im Westen an das Grundzentrum Neuenkirchen an.

Abbildung 1: Lage in der Region



Quelle: Eigene Darstellung; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Die Stadt Rheine besitzt eine sehr gute regionale- als auch überregionale Verkehrsanbindung. Über die drei Anschlussstellen an die Bundesautobahn A 30, welche das Stadtgebiet im Norden durchquert, wird Rheine an das überregionale Verkehrssystem angeschlossen. Des Weiteren ergeben sich durch die B 70 und B 481 gute überörtliche Straßenverbindungen innerhalb der Region.

Über den an die Innenstadt grenzenden Bahnhof Rheine wird die Stadt an das regionale Schienenverkehrsnetz als auch an das Fernverkehrsnetz angebunden. Das innerkommunale ÖPNV-Netz in Rheine ist von eher nachrangiger Bedeutung.

¹⁰ Quelle: IT.NRW (Stand: 31.12.2023).

¹¹ Der Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) (2020)

Tagesbuslinien stellen hier in erster Linie Verbindungen zwischen den Stadtteilen her.

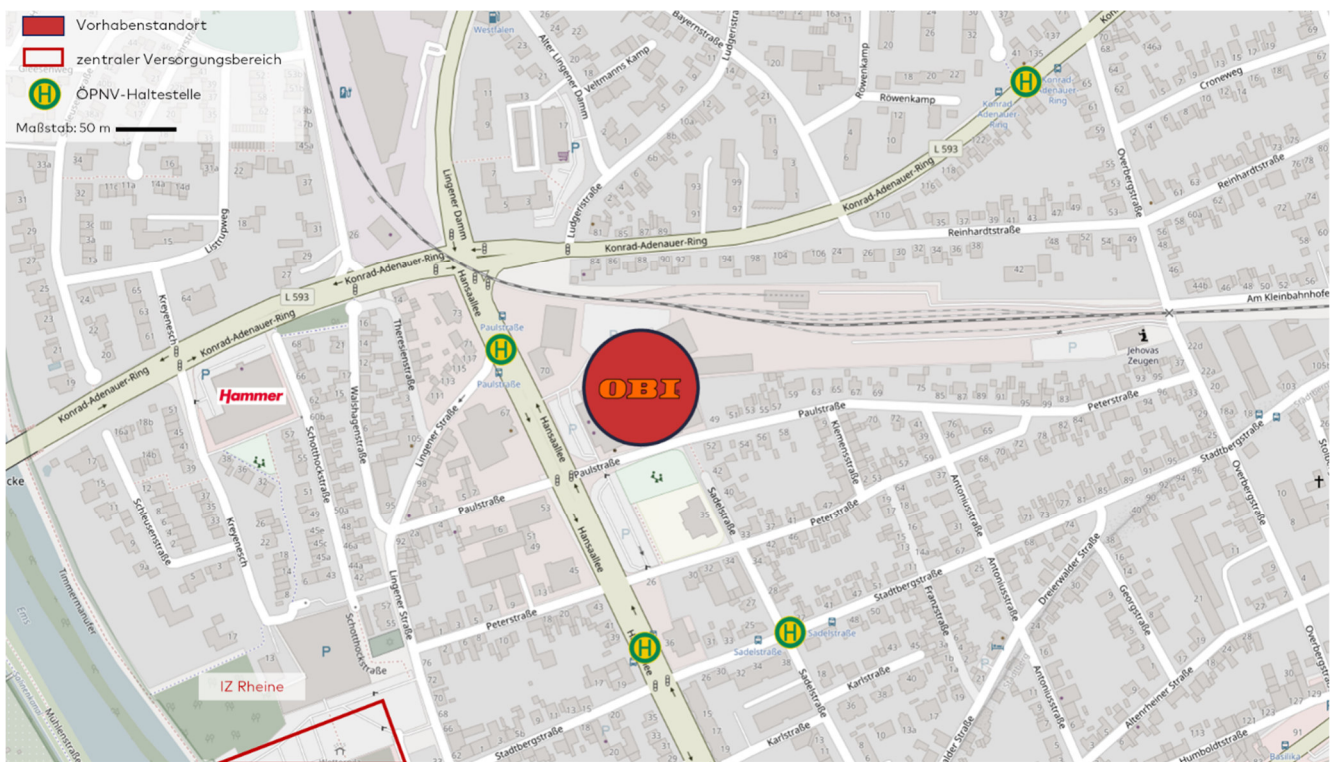
Die Stadt Rheine setzt sich aus den 13 Stadtteilen Innenstadt, Wadelheim, Schotthock, Gellendorf, Eschendorf, Rodde, Mesum, Hauenhorst, Elte, Dutum/Dorenkamp, Catenhorn, Bentlage, Altenrheine zusammen. Der Vorhabenstandort ist im Westen des Stadtteils Eschendorf verortet.

3.2 MIKROSTANDORT

Der Vorhabenstandort befindet sich unmittelbar nordöstlich der Innenstadt Rheines und wird als Sonderstandort ausgewiesen¹².

Das Umfeld des Vorhabenstandortes ist in nordwestlicher und westlicher Richtung insbesondere durch weitere Einzelhandels- sowie Gewerbebetriebe geprägt. Nördlich des Standortes verläuft die Bahntrasse des Regionalverkehrs in Ost-West-Richtung. In südlicher Richtung befinden sich weitere Parkflächen des Obi-Bestandsmarktes sowie ein Familienzentrum. Darüber hinaus befindet sich in allen Himmelsrichtungen Wohnbebauung in Form von Ein- und Mehrfamilienhäusern.

Abbildung 2: Mikrostandort des Planvorhabens



Quelle: Darstellung: Stadt + Handel; Erhebung: Stadt + Handel 08/2024; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Die Zufahrt zum Vorhabenstandort erfolgt über die Hansaallee, welche in nördlicher und südlicher Richtung eine Anbindung an das weitere Gemeindegebiet herstellt. Der Vorhabenstandort verfügt sowohl aktuell als auch perspektivisch über betriebseigene Parkplätze. Die Erreichbarkeit mittels MIV ist folglich als gut zu bewerten.

¹² Vgl. Masterplan Rheine 2012, S. 62.

Der Anschluss an das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) erfolgt über die Bushaltestelle „Rheine, Paulstraße“ unmittelbar westlich des Vorhabenstandortes. Hier verkehren Busse der Linien C1, G1 und G2, die eine Anbindung an das Stadtgebiet Rheines herstellen.

Der nächstgelegene strukturprägende Wettbewerber im Baumarktsortiment ist der Fachmarkt Hammer in rd. 600 m westlicher Entfernung. Der nächstgelegene Baumarkt befindet sich mit hagebau kompakt im Stadtteil Mesum in rd. 8,7 km südlicher Entfernung. Im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung bildet das Möbelhaus Berning Möbel und Küchen den nächstgelegenen strukturprägenden Anbieter innerhalb des IZ Rheine rd. 1,6 km südwestlich des Vorhabenstandortes.

4

Markt- und Standortanalyse

In diesem Analyseschritt werden die für das Planvorhaben relevanten räumlichen Strukturen des Einzugsgebietes sowie Angebots- und Nachfragekennziffern aufbereitet, dargestellt und mit Blick auf das Planvorhaben bewertet.

4.1 EINZUGSGEBIET UND ABLEITUNG DES UNTERSUCHUNGSRAUMES

Einzugsgebiet

Grundsätzlich ist anzumerken, dass Einzugsgebiete nicht als statische Gebilde anzusehen sind, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil des betrachteten Vorhabens stammt. Mögliche diffuse Zuflüsse von außerhalb liegen in der Natur der Sache. Das Einzugsgebiet endet deshalb nicht an den dargestellten Grenzen. Aus den über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinausgehenden Bereichen ist mit gewissen Streuumsätzen zu rechnen.

Bei der Abgrenzung des perspektivischen Einzugsgebietes haben ergänzend zur Angebots- und Nachfragesituation insbesondere folgende Punkte Berücksichtigung gefunden:

- die zu erwartende Attraktivität und Anziehungskraft des Planvorhabens (u. a. Branche, Betreiber, Größe, Standorteigenschaften);
- die projektrelevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und Attraktivität der relevanten Wettbewerber im engeren und weiteren Standortumfeld;
- die verkehrlichen, topographischen und naturräumlichen Gegebenheiten im Untersuchungsraum;
- die sich durch Raum-Zeit-Distanzen ergebenden Einkaufsorientierungen der Wohnbevölkerung.

Für beide untersuchungsrelevanten Sortimentsbereiche wird i. S. e. Worst Case-Ansatzes die maximale Ausdehnung des Einzugsgebietes angenommen. Die Zonen des Einzugsgebietes sind somit für die Sortimentsbereiche Baumarktsortimente und GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung identisch, wenngleich in den Randsortimenten deutlich geringere Marktdurchdringungen erreicht werden.

Zone I des Einzugsgebietes umfasst unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation, des siedlungsräumlichen Umfeldes und der städtebaulich limitierenden Faktoren die zusammenhängenden Siedlungsbereiche der Stadt Rheine sowie den am östlichen Stadtrand gelegenen Stadtteil Rodde. Aus diesen Bereichen besteht insbesondere über den Konrad-Adenauer-Ring sowie den Lingener Damm/Hansaallee eine gute Verkehrsanbindung an den Vorhabenstandort. In Zone I des Einzugsgebietes befinden sich insgesamt fünf weitere Wettbewerber mit einem strukturprägenden Angebot im Sortimentsbereich Baumarktsortiment. Diese Betriebe weisen deutlich geringere Verkaufsflächendimensionierungen im Vergleich zum Planvorhaben auf. Im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung befinden sich zwei Anbieter mit einem strukturprägenden Angebot in

Zone I. Zudem befindet sich das IZ Rheine innerhalb dieser Zone des Einzugsgebietes, welches ein ausgeprägtes Angebot in dem genannten Sortimentsbereich offeriert. In Zone I ist mit der höchsten Marktdurchdringung des Planvorhabens zu rechnen.

Zone II des Einzugsgebietes umfasst darüber hinaus die in südlicher Richtung abgesetzten Stadtteile der Stadt Rheine sowie die Kernstädte der Nachbarkommunen Neuenkirchen und Salzbergen. Die Zone II des Einzugsgebietes wird in **Zone II a**, **Zone II b** und **Zone II c** aufgliedert. Zone II a umfasst die in südlicher Richtung angrenzenden Siedlungsbereiche der Rheiner Stadtteile Mesum, Elte und Havenhorst. Zone II b und Zone II c umfasst die Siedlungsgebiete der Städte Neuenkirchen und Salzbergen. Aus diesen Bereichen besteht insbesondere über die B 481 (Stadtteile in Rheine), B 70 (Neuenkirchen) und die Rheiner Straße (Salzbergen) eine gute Verkehrsanbindung an den Vorhabenstandort. Eine weitere Ausdehnung ist aufgrund zunehmender Raum-Zeit-Distanzen nicht gegeben. In Zone II a befindet sich mit dem Baumarkt hagebau kompakt ein strukturprägender Wettbewerber, welcher den untersuchungsrelevanten Sortimentsbereich Baumarktsortiment im Hauptsortiment anbietet. In Zone II b bieten zwei Möbelfachmärkte sowie ein Gartencenter den Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung in einer strukturprägenden Größenordnung an. Zudem befindet sich in Neuenkirchen mit dem Betrieb Werkers Welt ein Baumarkt. In Zone II c des Einzugsgebietes ist mit dem Bauzentrum Wessmann ein weiterer strukturprägender Wettbewerber verortet. In Zone II ist aufgrund der zunehmenden Raum-Zeit-Distanz eine deutlich geringere Marktdurchdringung als in Zone I zu erwarten.

Ableitung des Untersuchungsraumes

Der Untersuchungsraum orientiert sich zunächst am oben abgeleiteten Einzugsgebiet des Planvorhabens, wird allerdings leicht weiter gefasst als das Einzugsgebiet. Dies stellt sicher, dass auch die Überschneidungen von Einzugsgebieten weiterer Angebotsstandorte (insbesondere der systemgleichen bzw. -ähnlichen Wettbewerber) mit dem Einzugsgebiet des Planvorhabens hinsichtlich ihrer absatzwirtschaftlichen Bedeutung berücksichtigt werden. Durch die Überschneidung der Einzugsgebiete ergeben sich für die Angebotsstandorte konsequenterweise Auswirkungen, welche in der Analyse der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen berücksichtigt werden müssen.

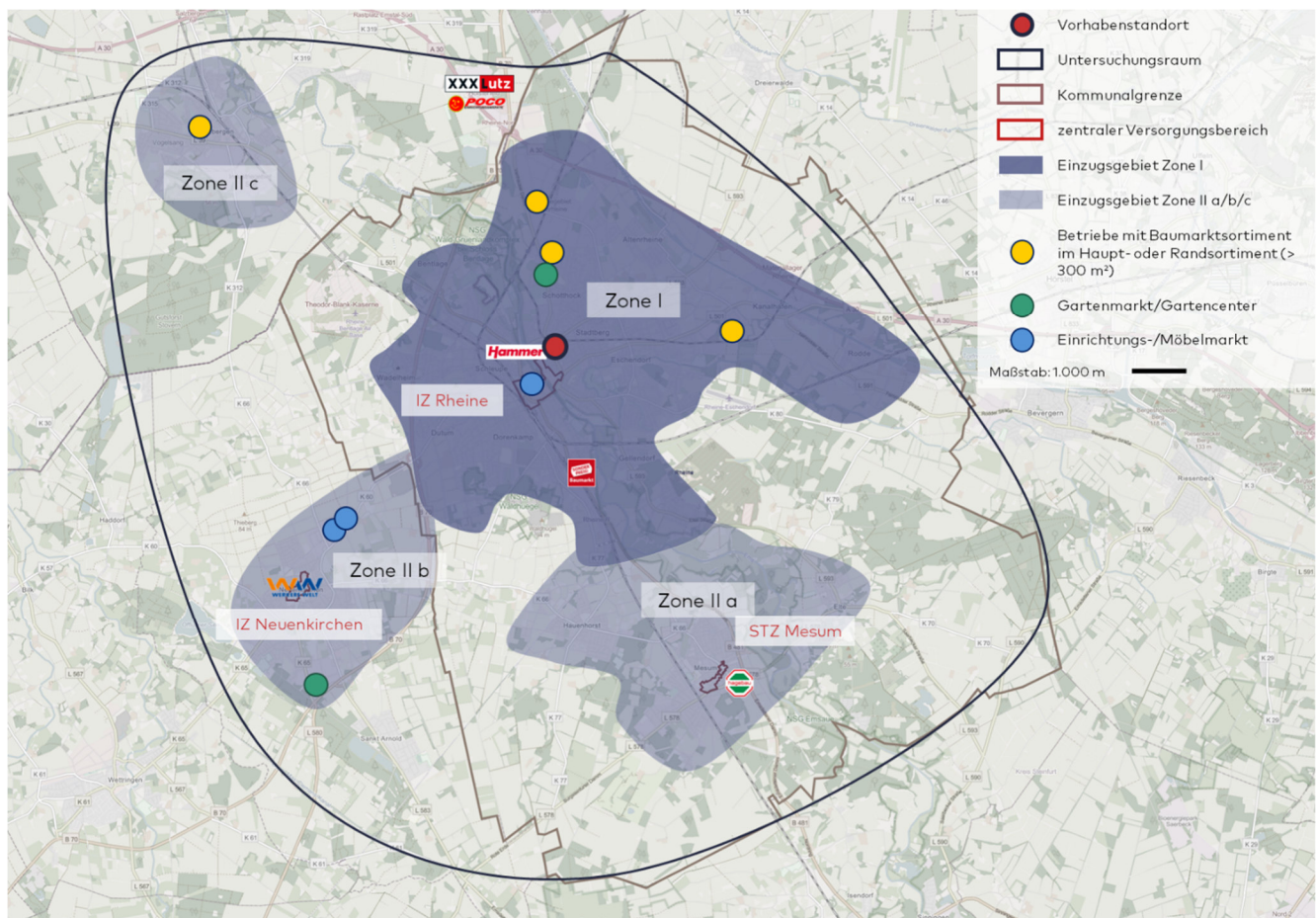
Der Untersuchungsraum schließt neben der Stadt Rheine die Ortskerne der Kommunen Neuenkirchen und Salzbergen mit ein. Aus diesen Siedlungsgebieten besteht insbesondere durch die B 70, B 481 sowie einige Landes- und Kreisstraßen eine gute Verkehrsanbindung an den Vorhabenstandort. Die weiteren Kommunen im Umland mit vergleichbaren Baumärkten (insbesondere Ibbenbüren, Lingen, Bad Bentheim, Gronau und Steinfurt) weisen eine zu hohe räumliche Distanz vom Vorhabenstandort in der Kernstadt Rheines auf (Fahrzeit min. 20 Minuten), so dass nicht von wesentlichen Wechselwirkungen und Wettbewerbsbeziehungen in Bezug auf die untersuchungsrelevanten Sortimentsbereiche auszugehen ist. Eine weitere Ausdehnung des Untersuchungsraumes ist somit nicht gegeben.

Dennoch ist insbesondere unter Berücksichtigung der zentralen Lage des Vorhabenstandorts infolge von Mobilitätsaspekten und Zufallseinkäufen eine über den

Untersuchungsraum hinausgehende Streuung der Umsatzherkunft zu erwarten. Dieser sog. „Streuumsatz“ wird im Sortimentsbereich Baumarktsortiment aufgrund der erwartbaren Kaufkraftrückbindung eines Teils der aktuell zu verzeichnenden Kaufkraftabflüsse (s. Kapitel 4.3) sowie der Ausrichtung des Angebotes des Planvorhabens im Sortiment Baustoffe auf Gewerbekunden mit 30 % für die Berechnungen angenommen. Im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung ist ein deutlich dichteres Angebotsnetz im Vergleich zum Baumarktsortiment zu konstatieren. Für den Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung wird ein „Streuumsatz“ von 10 % für die Berechnungen angenommen.

Abbildung 3 stellt den Untersuchungsraum, die Wettbewerbsstandorte sowie das Einzugsgebiet (unterteilt in Zonen) des Planvorhabens dar.

Abbildung 3: Einzugsgebiet des Planvorhabens und Untersuchungsraum



Quelle: Darstellung: Stadt + Handel; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL; Erhebung: Stadt + Handel 08/2024; ZVB-Abgrenzung: Masterplan Einzelhandel Rheine 2012, EHK Neuenkirchen 2018.

Die nächstgelegenen relevanten Wettbewerber im Baumarktsortiment sind die Anbieter Hammer, i&M Bauzentrum Kamp und Sonderpreisbaumarkt sowie der Baumarkt hagebau kompakt innerhalb der Stadt Rheine sowie der Baumarkt Werkers Welt in Neuenkirchen und das Bauzentrum Wessmann in Salzbergen. Diese Anbieter verfügen über zum Teil umfangreiche Sortimentsabteilungen im Sortimentsbereich Baumarktsortimente, wenngleich sie im Vergleich zum Obi-Markt des Planvorhabens eine deutlich geringere Größenordnung aufweisen.

Insgesamt befinden sich drei zentrale Versorgungsbereiche (IZ Rheine, IZ Neuenkirchen, ZVB STZ Mesum) im Untersuchungsraum. Der untersuchungsrelevante Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung wird insbesondere in den Randsortimentsabteilungen umliegender Gartenmärkte und mehrere Möbelmärkte bzw. Einrichtungshäuser offeriert.

Bevölkerungsprognose

Im Untersuchungsraum leben mit Stand zum 31.12.2023 insgesamt 99.871 Einwohner¹³. Neben der Stadt Rheine befinden sich Gebietsteile der Kommunen Neuenkirchen und Salzbergen im Untersuchungsraum. Für den gesamten Untersuchungsraum wird bis Ende 2027 eine Bevölkerungsprognose i. H. v. + 0,5 % prognostiziert (siehe folgende Tabelle).

Tabelle 1: Bevölkerung im Untersuchungsraum nach Kommunen (inkl. Prognose 2027)

Kommune	Bevölkerung (Stand 31.12.2023)	Bevölkerung (Prognose 2027)	Bevölkerungsentwicklung in %
Rheine	78.220	78.514	0,4
Neuenkirchen*	13.944	13.911	- 0,2
Salzbergen*	7.707	7.923	2,8
GESAMT	99.871	100.348	0,5

Quelle: IT.NRW und LSN 2024; * Teilbereiche im Untersuchungsraum.

4.2 ANGEBOTSANALYSE

Angebotsrelevante Annahmen

Wie in Kapitel 2 geschildert, werden im Sinne einer dynamischen Wirkungsanalyse absehbare Veränderungen am relevanten Bestand im Rahmen dieser Untersuchung berücksichtigt. Dies betrifft konkrete, planungsrechtlich abgesicherte weitere Einzelhandelsvorhaben sowie absehbare Schließungen von vorhabenrelevanten Einzelhandelsbetrieben im dargestellten Untersuchungsraum. Nach Abstimmung mit der Stadt Rheine sind Stadt + Handel zum Zeitpunkt der Erstellung der vorliegenden Verträglichkeitsanalyse keine relevanten Marktveränderungen bekannt.

Relevante Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum

Baumarktsortiment

Im Untersuchungsraum befinden sich insgesamt zwei mit dem Planvorhaben vergleichbare Baumärkte, zwei Bauzentren, ein Sonderpreis-Baumarkt und drei weitere Fachmärkte, welche den Sortimentsbereich Baumarktsortiment im Haupt-/und oder Randsortiment offerieren. Zusätzlich befinden sich im Untersuchungsraum mehrere kleinteilige Anbieter, welche aufgrund ihres Angebots insbesondere

¹³ Eigene Berechnungen auf Basis GfK (2023), IT.NRW 2024 und LSN 2024, Bevölkerung (Stichtag 31.12.2023).

an Gewerbekunden gerichtet sind (z. B. Fliesen Logemann, Baustoffhandel Molendyk usw.).

Hinsichtlich der im Untersuchungsraum verorteten Baustoffhandel ist zu berücksichtigen, dass diese überwiegend auf Großhandel spezialisiert sind und somit lediglich ein kleiner Teil ihrer Gesamtfläche als Einzelhandelsverkaufsfläche zu betrachten ist. Zudem werden Innen- sowie Außen-Ausstellungsflächen ebenso als Verkaufsfläche gewertet, wenngleich für diese eine deutlich niedrigere Flächenleistung anzunehmen ist.

Im Rahmen des vorliegenden Gutachtens werden in dem untersuchungsrelevanten Sortimentsbereich Baumarktsortiment lediglich die Bestandsstrukturen der strukturprägenden Anbieter (sonstige Lagen) dargestellt. Dies korreliert mit der nicht gegebenen Zentrenrelevanz des Sortimentsbereichs gemäß Masterplan Einzelhandel Rheine 2012. Dementsprechend sind insgesamt neun strukturprägende Fachmärkte (inkl. Bestandsmarkt des Planvorhabens) im Untersuchungsraum verortet.

In der nachfolgenden Tabelle wird zunächst der untersuchungsrelevante Einzelhandelsbestand im Sortimentsbereich Baumarktsortiment im Untersuchungsraum dargestellt.

Tabelle 2: Verkaufsfläche und Umsatz Baumarktsortiment im Untersuchungsraum (bezogen auf untersuchungsrelevante Angebotsstrukturen; siehe Kapitel Methodik)

Kommune	Lagedetail	Baumarktsortiment	
		VKF in m ²	Umsatz in Mio. Euro
Rheine	sonstige Lagen**	11.000	23,3
Neuenkirchen*	sonstige Lagen	700	1,3
Salzbergen*	sonstige Lagen	800	1,6
GESAMT***		12.600	26,2

Quelle: VKF: Erhebung Stadt + Handel 08/2024; Umsatzschätzung: Berechnung Stadt + Handel auf Basis baumarktmanager 2020, DIY – Dähne Verlag 2023, EHI 2023 und Hahn Gruppe 2024/2025; VKF auf 100 m², Umsätze auf 0,1 Mio. Euro gerundet; * Teilbereich der Kommune (siehe Untersuchungsraum, Abbildung 3); ** inkl. Bestandsbetrieb Obi (Planvorhaben); *** Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt möglich.

Es wird ersichtlich, dass in der Stadt Rheine ein deutlicher Angebotsschwerpunkt im untersuchungsrelevanten Hauptsortimentsbereich Baumarktsortiment besteht. Dieser Schwerpunkt ist insbesondere auf den großzügig dimensionierten Bestands-Baumarkt Obi (Planvorhaben) zurückzuführen. Die weiteren Fachmärkte und Baustoffhandel weisen ebenfalls nennenswerte Sortimentsflächen im Baumarktsortiment auf.

GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung

Im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung sind sieben strukturprägende Anbieter mit einer sortimentspezifischen Verkaufsfläche von mind. 300 m² im Untersuchungsraum verortet. Zusätzlich befinden sich fünf weitere Betriebe (Bau- und Fachmärkte sowie Baustoffhandel) mit geringerer sortimentspezifischer Verkaufsfläche im Untersuchungsraum, welche aufgrund ihrer Relevanz für das untersuchungsrelevante Hauptsortiment Baumarktsortiment in

den Untersuchungen für den Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung berücksichtigt werden, um eventuelle kumulierte Auswirkungen zu würdigen. Zudem wird der Einrichtungsmarkt POCO in Salzbergen (Holsterfeld) mitberücksichtigt, da dieser mit dem XXXLutz am Standort eine Agglomeration bildet, wenngleich dieser mit knapp unter 300 m² VKF kein strukturprägendes Angebot im Randsortiment offeriert.

Der Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung ist gemäß Masterplan Einzelhandel Rheine zentrenrelevant. Daher erfolgt die Darstellung der Angebotsanalyse und nachfolgend die Darstellung der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen (s. Kapitel 6.1 und 6.2) für diesen Sortimentsbereich zusätzlich für die zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum.

Die Analyse des Einzelhandelsbestands in dem untersuchungsrelevanten Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung ergab – unter Berücksichtigung der in Kapitel 2 beschriebenen Erhebungsmethodik – folgende Werte für Verkaufsflächen und Umsätze:

Tabelle 3: Verkaufsfläche und Umsatz GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung im Untersuchungsraum (bezogen auf untersuchungsrelevante Angebotsstrukturen; siehe Kapitel Methodik)

Kommune	Lagedetail	GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung	
		VKF in m ²	Umsatz in Mio. Euro
Rheine	ZVB IZ Rheine	2.600	5,9
	ZVB STZ Mesum	300	0,4
	sonstige Lagen**	1.000	1,6
Neuenkirchen*	ZVB IZ Neuenkirchen	200	0,6
	sonstige Lagen	1.200	1,8
Salzbergen*	sonstige Lagen	1.400	3,2
GESAMT***		6.700	13,5

Quelle: VKF: Erhebung Stadt + Handel 08/2024; Umsatzschätzung: Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI 2023 und Hahn Gruppe 2024/2025; VKF auf 100 m², Umsätze auf 0,1 Mio. Euro gerundet; * Teilbereich der Kommune (siehe Untersuchungsraum, Abbildung 3); ** inkl. Bestandsbetrieb Obi (Planvorhaben); *** Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt möglich.

Im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung besteht – bezogen auf die erfassten Bestandsstrukturen – ein deutlicher Angebotsschwerpunkt innerhalb des ZVB IZ Rheine sowie leicht nachgeordnet in den sonstigen Lagen in Salzbergen. Dies ist vorwiegend auf die großzügig dimensionierten Randsortimentsabteilungen in flächenintensiven Angebotsstrukturen wie Möbelmärkten (insbesondere Berning Möbel im IZ Rheine und XXXLutz in Salzbergen) zurückzuführen. Zudem befinden sich insbesondere innerhalb des ZVB IZ Rheine zahlreiche kleinteilige Anbieter, welche den Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung im Haupt- oder Randsortiment führen. In der Zusammenschau ist in diesem Sortimentsbereich ein deutlich dichteres Angebotsnetz als im Baumarktsortiment zu konstatieren.

4.3 NACHFRAGEANALYSE

Für die Bewertung des Planvorhabens hinsichtlich seiner Auswirkungen auf die Bestandsstrukturen im Untersuchungsraum sind neben der Kenntnis der angebotsseitigen Rahmenbedingungen auch die monetären Gegebenheiten auf der Nachfrageseite von Bedeutung. Anhand der ansässigen Bevölkerung und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten im Untersuchungsraum lässt sich das in einem Gebiet vorhandene einzelhandelsrelevante, sortimentsgruppenbezogene Kaufkraftpotenzial ermitteln.

Im Untersuchungsraum wird eine leicht unterdurchschnittliche Kaufkraftkennziffer von insgesamt rd. 98 erreicht (IfH Köln 2024). Im abgegrenzten Untersuchungsraum leben 99.871 Einwohner mit einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im Sortimentsbereich Baumarktsortiment i. H. v. rd. 54,0 Mio. Euro p.a. und für den Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung von rd. 14,7¹⁴.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den untersuchungsrelevanten Sortimentsbereichen stellt sich demnach wie folgt dar:

Tabelle 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den untersuchungsrelevanten Sortimentsbereichen

Kommune	Einwohner (Stand: 31.12.2023)	Kaufkraft Baumarktsortiment in Mio. Euro*	Kaufkraft GPK/Haushalts- waren/Wohneinrichtung in Mio. Euro*
Rheine	78.220	42,2	11,4
Neuenkirchen**	13.944	7,6	2,1
Salzbergen**	7.707	4,2	1,2
GESAMT	99.871	54,0	14,6

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis: Kaufkraft: IfH Köln 2024; Einwohnerzahlen: IT.NRW und LSN 2024; Kaufkraftwerte auf 0,1 Mio. Euro gerundet; * Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt möglich; ** Teilbereiche im Untersuchungsraum.

Die Zentralität¹⁵ im Sortimentsbereich **Baumarktsortiment** beträgt somit aktuell rd. 63 % im Untersuchungsraum. Demnach wird aktuell deutlich weniger als die zur Verfügung stehende Kaufkraft von den Bestandsstrukturen gebunden. Unter Berücksichtigung einer Zentralität von rd. 70 % in Rheine wird ersichtlich, dass auch hier Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen sind. Die relativ niedrige Zentralität im Sortimentsbereich Baumarktsortiment in Rheine und auch im gesamten Untersuchungsraum ist auf die insgesamt relativ hohe Bevölkerungszahl und einem dem gegenüberstehenden relativ gering ausgeprägten Angebot in diesem Sortimentsbereich zurückzuführen. Dies verdeutlicht zudem ein gewisses bestehendes Nachfragepotenzial in diesem Sortimentsbereich und veranlasst z. T. das Erweiterungsbestreben des Obi-Baumarktes.

¹⁴ Eigene Berechnungen auf Basis: IfH Köln 2024; GfK 2024 und IT.NRW sowie LSN 2024 (Stand: 31.12.2023).

¹⁵ Die Einzelhandelszentralität (im Folgenden: Zentralität) ermittelt sich anhand der Relation aus dem Einzelhandelsumsatz einer Kommune oder sonstigen Gebietseinheit zur vor Ort vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft (Umsatz-Kaufkraft-Relation). Bei einem Wert von über 100 % sind im Saldo Kaufkraftzuflüsse, bei einem Wert unter 100 % dagegen im Saldo Kaufkraftabflüsse anzunehmen.

Die Zentralität im Sortimentsbereich **GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung** beträgt aktuell rd. 105 % im Untersuchungsraum. In der Stadt Rheine selbst beträgt die Zentralität aktuell rd. 82 %. Demnach kann die zur Verfügung stehende Kaufkraft in Rheine nicht von den Bestandsstrukturen gebunden werden, während im gesamten Untersuchungsraum insgesamt leichte Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen sind. Dies ist insbesondere auf die großflächigen Möbelanbieter sowie Gartenmärkte in Neuenkirchen und Salzbergen zurückzuführen, welche ein umfangreiches Angebot des untersuchungsrelevanten Sortimentsbereichs GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung im Randsortiment offerieren. Insbesondere der Möbelmarkt XXXLutz in Salzbergen, welcher über eine großzügig dimensionierte Randsortimentsabteilung im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung verfügt, ist im Randbereich des Untersuchungsraums verortet und verfügt angesichts seiner Dimensionierung über eine Strahlkraft, die deutlich über den Untersuchungsraum hinausreicht.

Berücksichtigung der Entwicklung des Nachfragepotenzials (s. Kapitel 2)

Unter Berücksichtigung eines Genehmigungs- und Umbauzeitraums von etwa 1 - 2 Jahren, sowie einer Zeitspanne von einem weiteren Jahr bis zum Eintritt der vollständigen Marktwirksamkeit des Planvorhabens wird die Nachfragesituation im Folgenden für Ende 2027 abgebildet. Folgende Einflussfaktoren sind für die Entwicklung der Nachfragesituation von Relevanz:

- Bevölkerungsentwicklung im Untersuchungsraum bis Ende 2027;
- Entwicklungsdynamik der Branchen Baumarktsortiment und GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung;
- Entwicklung des Onlineanteils (auf Basis HDE Online-Monitor 2017 – 2024).

Wie bereits in Kapitel 4.1 dargestellt, ist im Untersuchungsraum mit einer leicht positiven durchschnittlichen Bevölkerungsentwicklung von rd. + 0,5 % bis Ende 2027 zu rechnen. Wie bereits dargestellt, wird der zu erwartenden Kaufkraft zum Prognosehorizont 2027 lediglich diese positive Einwohnerentwicklung im Untersuchungsraum zugrunde gelegt und auf die positive Nachfrageentwicklung verzichtet (Worst Case-Ansatz, s. Kapitel 2).

Somit ergibt sich für den Untersuchungsraum eine durchschnittliche Entwicklung der Nachfrage im Sortimentsbereich **Baumarktsortiment** um rd. + 0,5 % bzw. rd. 0,3 Mio. Euro auf rd. 54,3 Mio. Euro und im Sortimentsbereich **GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung** um rd. 0,1 Mio. Euro auf rd. 14,7 Mio. Euro.

In der folgenden absatzwirtschaftlichen Betrachtung (s. Kapitel 6.1) sowie den weiteren Bewertungsaspekten findet diese leicht positive Kaufkraftentwicklung entsprechend Berücksichtigung.

4.4 STÄDTEBAULICH-FUNKTIONALE ANALYSE DER ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHE IM UNTERSUCHUNGSRAUM

Grundlage für die Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen, welche aus dem Planvorhaben resultieren, bilden städtebaulich-funktionale Analysen der möglicherweise durch die ausgelösten Umsatzumverteilungen betroffenen zentralen Versorgungsbereiche. In diesem Kapitel werden die im Untersuchungsraum gelegenen zentralen Versorgungsbereiche dargestellt.

Das Planvorhaben weist mit dem Hauptsortiment Baumarktsortiment ein gemäß des LEP NRW 2019 sowie der Kommunen innerhalb des Untersuchungsraumes als nicht zentrenrelevant definiertes Sortiment auf. Der Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung hingegen wird im Masterplan Einzelhandel Rheine 2012 sowie LEP NRW 2019 als zentrenrelevant definiert. Somit erfolgt die Analyse und Würdigung der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen des Planvorhabens für die zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum (s. Abbildung 3).

Für die städtebaulichen Analysen der im Untersuchungsraum gelegenen zentralen Versorgungsbereiche wurde auf den Masterplan Einzelhandel Rheine 2012, die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Gemeinde Neuenkirchen (Stadt + Handel 2018)¹⁶ sowie auf eigene Vor-Ort-Analysen zurückgegriffen. Nachfolgend wird die städtebauliche Analyse mit den wesentlichen Inhalten dargestellt.

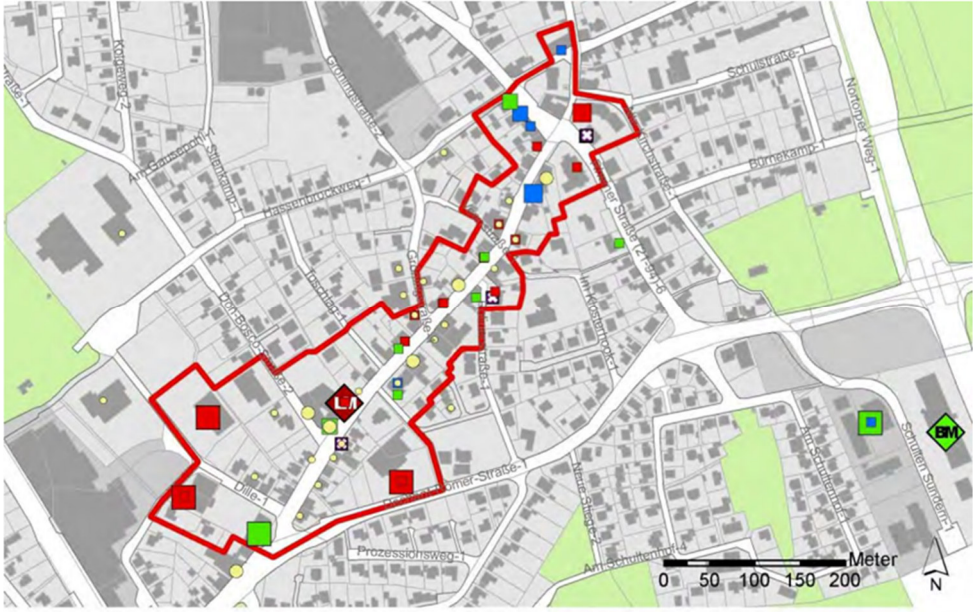
¹⁶ Stadt + Handel (2018): Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Gemeinde Neuenkirchen, Dortmund.

Tabelle 5: Steckbrief ZVB Innenstadtzentrum Rheine

Lage	
Verortung	Innenstadt Rheine
Distanz zum Vorhaben	rd. 300 m Fahrdistanz
Einbindung in das Umfeld	Wohnintegrierte Lage mit Bezug zur umliegenden Wohnbebauung und nennenswerter Mantelbevölkerung. Siedlungsbereiche der Kernstadt in allen Himmelsrichtungen.
Einzelhandelsstruktur ○○○●	
Angebotsstruktur	Die Angebotsstruktur im Hauptzentrum bietet Waren aller Bedarfsbereiche. Angebotsschwerpunkte sind jedoch v.a. im kurz- bis mittelfristigen Bedarfsbereich zu verzeichnen. Insgesamt besteht ein hoher Besatz an Einzelhandelsbetrieben sowie sonstigen zentrenergänzenden Funktionen. Neben regionalen und überregionalen Filialisten prägen auch inhabergeführte Fachgeschäfte das Zentrum. Dabei ist ein umfangreiches Angebot im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung vorhanden, so dass das qualitative und quantitative Angebot als sehr gut zu bewerten ist. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch Gastronomiebetriebe und ein breites Spektrum an Dienstleistungsangeboten.
relevante Magnetbetriebe	Berning Möbel
Verkehrliche Anbindung ○○○●	
MIV & ÖPNV	Das Innenstadtzentrum ist für den motorisierten Individualverkehr vor allem nördlich über die Salzberger Straße (B 481), östlich über den Konrad-Adenauer-Ring und südlich über die Hovestraße (B 481) erreichbar. Es besteht ein gutes Parkplatzangebot. Eine direkte Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr erfolgt zum einen über den Regional- und Intercitybahnhof Rheine und zum anderen über die Bushaltepunkte „Bustreff“, „Ludgerusbrücke“, „Stadtbergstraße“ und „Paulstraße“.
Städtebauliche Struktur ○○○●	
Struktur & Erscheinungsbild	Die wichtigste Einzelhandelslage ist die Emsstraße, die als Fußgängerzone die Kernachse und somit das „Rückgrat“ des Geschäftszentrums bildet und den dichtesten Geschäftsbesatz und die höchsten Passantenfrequenzen innerhalb der Innenstadt aufweist. Über die Stadtkirchenbrücke, die Nepomukbrücke und die Ludgerusbrücke wird die Innenstadt nach Osten erweitert. Hier befinden sich eher funktional gestaltete Gebäude am Humboldtplatz, insbesondere das Einkaufszentrum "Emsforum Rheine", die Stadthalle und das "Ems-Einkaufs-Centrum". Die Verweil- und Aufenthaltsqualität wird durch städtebauliche Elemente wie Verkehrsberuhigung und Stadtmöblierung gestärkt. Die städtebauliche Qualität ist durch den sanierten Altbaubestand und den ergänzenden Neubauanteil als gut zu bewerten.
Versorgungsfunktion	
Einschätzung der Versorgungsfunktion	Versorgungsfunktion für die Stadt Rheine und das Umland. Diese wird angesichts des umfangreichen Angebotes im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung erfüllt.
Abgrenzung des ZVB (Veränderungen im dargestellten Einzelhandelsbesatz möglich)	

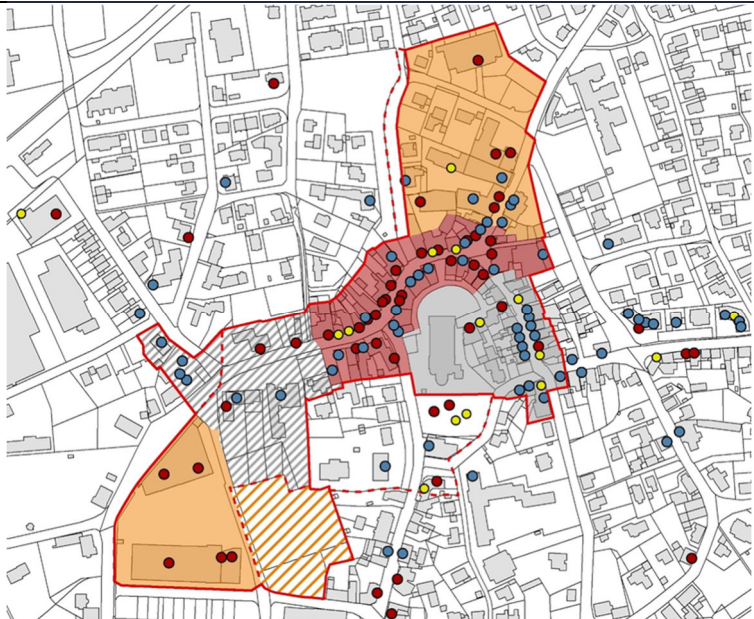
Quelle: Eigene Darstellung nach Einzelhandelskonzept Rheine 2012, S. 111; Bewertung Ampelsystem: grün = günstige Ausgangslage; gelb = mäßige Ausgangslage; rot = eher ungünstige Ausgangslage.

Tabelle 6: Steckbrief ZVB Stadtteilzentrum Mesum

Lage	
Verortung	Zentrale Lage im Rheiner Stadtteil Mesum
Distanz zum Vorhaben	rd. 8,3 km Fahrdistanz
Einbindung in das Umfeld	Wohnintegrierte Lage mit Bezug zur umliegenden Wohnbebauung in allen Himmelsrichtungen.
Einzelhandelsstruktur	○ ● ○
Angebotsstruktur	Der Angebotsschwerpunkt des zentralen Versorgungsbereiches liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich (hier insbesondere Nahrungs- und Genussmittel). Insgesamt ist ein disperser Besatz an Einzelhandelsbetrieben sowie sonstigen zentrenergänzenden Funktionen vorhanden. Der Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung wird innerhalb des Zentrums lediglich auf Randsortimentsflächen angeboten, wodurch nur ein gering ausgeprägtes Angebot zu konstatieren ist. Ergänzt wird das Angebot durch Gastronomie- und Dienstleistungsangebote.
relevante Magnetbetriebe	-
Verkehrliche Anbindung	○ ○ ●
MIV & ÖPNV	Das Stadtteilzentrum ist für den MIV insbesondere über den Burgsteinfurter Damm, die Dechant-Römer-Straße und Rheiner Straße erreichbar. Es besteht ein angemessenes Parkplatzangebot. Eine direkte Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr erfolgt über die Bushaltestellen „Mesum, Katholische Kirche“, „Mesum, Don-Bosco-Straße“ und „Mesum, Holänderstraße“. Zusätzlich besteht in 200 m südlicher Entfernung eine Anbindung an den Regionalbahnhof Mesum.
Städtebauliche Struktur	○ ● ●
Struktur & Erscheinungsbild	Das Stadtteilzentrum gliedert sich in zwei Bereiche. Im Südwesten befinden sich überwiegend funktional gestaltete Angebotsstrukturen. Nordöstlich im Bereich der Kreuzung Alte Bahnhofstraße/Rheine Straße schließt sich der historische Ortskern an. Hier findet sich ein aufgelockerter Besatz ohne einheitliche Schaufensterfronten. Die Altbausubstanz ist größtenteils saniert. Die Verweil- und Aufenthaltsqualität wird durch die generelle Ausrichtung auf den motorisierten Individualverkehr geschwächt. Die städtebauliche Qualität ist aufgrund der geringen Verdichtung dennoch als gut zu bewerten.
Versorgungsfunktion	
Einschätzung der Versorgungsfunktion	Versorgungsfunktion für den Stadtteil Mesum. Diese wird angesichts des eingeschränkten Angebotes im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung nur bedingt erfüllt.
Abgrenzung des ZVB (Veränderungen im dargestellten Einzelhandelsbesatz möglich)	

Quelle: Eigene Darstellung nach Einzelhandelskonzept Rheine 2012, S. 115; Bewertung Ampelsystem: grün = günstige Ausgangslage; gelb = mäßige Ausgangslage; rot = eher ungünstige Ausgangslage.

Tabelle 7: Steckbrief IZ Neuenkirchen

Lage	
Verortung	Zentrale Lage in der Gemeinde Neuenkirchen
Distanz zum Vorhaben	rd. 8,0 km Fahrdistanz
Einbindung in das Umfeld	Wohnintegrierte Lage mit Bezug zur umliegenden Wohnbebauung in allen Himmelsrichtungen.
Einzelhandelsstruktur ○ ● ○	
Angebotsstruktur	Die Angebotsstruktur des zentralen Versorgungsbereiches wird vor allem durch den kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich mit Anbietern von Nahrungs- und Genussmitteln sowie Bekleidung geprägt. Insgesamt besteht ein disperser Besatz an Einzelhandelsbetrieben sowie sonstigen zentrenergänzenden Funktionen. Im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung besteht innerhalb des Zentrums derzeit kein strukturprägendes Angebot. Der untersuchungsrelevante Sortimentsbereich wird somit überwiegend in Randsortimentsabteilungen offeriert. Das qualitative und quantitative Angebot ist dementsprechend als eingeschränkt zu bewerten. Ergänzt wird das Angebot durch Gastronomie- und Dienstleistungsangebote.
relevante Magnetbetriebe -	
Verkehrliche Anbindung ○ ○ ●	
MIV & ÖPNV	Das Innenstadtzentrum ist für den motorisierten Individualverkehr vor allem südlich über die Wettringer Straße/Westfalenring, nördlich über die Rheiner Straße und östlich über die Mesumer Straße erreichbar. Es besteht ein angemessenes Parkplatzangebot. Eine direkte Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr erfolgt über die Bushaltepunkte „Feldhof“ und „Rheiner Str.“.
Städtebauliche Struktur ○ ● ●	
Struktur & Erscheinungsbild	Das Innenstadtzentrum von Neuenkirchen ist der historische Ortskern um die Sankt Anna-Kirche. Im Südwesten und Norden befinden sich die funktional gestalteten Nahversorgungsgebäude der großflächigen Einzelhandelsanbieter. Im historischen Teil besteht neben sanierten Altbauten ein hoher Anteil an Neubauten mit hoher städtebaulicher Qualität. Die Verweil- und Aufenthaltsqualität wird durch die generelle Ausrichtung auf den motorisierten Individualverkehr geschwächt.
Versorgungsfunktion	
Einschätzung der Versorgungsfunktion	Versorgungsfunktion für die Gemeinde Neuenkirchen. Diese wird angesichts des eingeschränkten Angebotes im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung nur bedingt erfüllt.
Abgrenzung des ZVB (Veränderungen im dargestellten Einzelhandelsbesatz möglich)	 <p>The map displays the central service area (ZVB) of Neuenkirchen, outlined in red. It features several zones: a central core in red, a surrounding area in orange, and a hatched area in the southwest. Numerous colored dots (red, yellow, blue) are scattered across the map, representing individual retail locations. The map also shows street layouts and building footprints.</p>

Quelle: Eigene Darstellung nach Einzelhandels- und Zentrenkonzept Neuenkirchen 2017, S. 43; Bewertung Ampelsystem: grün = günstige Ausgangslage; gelb = mäßige Ausgangslage; rot = eher ungünstige Ausgangslage.

4.5 BEWERTUNG DER ANGEBOTS- UND NACHFRAGESEITIGEN STRUKTUREN

Im Hinblick auf die im Anschluss folgende Bewertung des Planvorhabens hinsichtlich der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen sind folgende räumliche, quantitative und qualitative Rahmenbedingungen von besonderer Bedeutung:

- Bei dem Planvorhaben handelt es sich um ein großflächiges Einzelhandelsvorhaben mit einem nicht zentrenrelevanten Hauptsortiment. Der Anteil der zentrenrelevanten Sortimente beträgt max. 10 %. Der Sortimentschwerpunkt des Planvorhabens liegt im Sortimentsbereich Baumarktsortiment.
- Der **Vorhabenstandort** befindet sich an einem Sonderstandort. Sein näheres Umfeld umfasst neben weiteren Handels- und Gewerbenutzungen insbesondere Wohnbebauung. Durch die Lage an der Hansaallee sowie den Konrad-Adenauer-Ring, welche eine Anbindung des MIV aus allen Himmelsrichtungen gewährleisten, verfügt der Markt über eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit sowie Sichtbarkeit.
- In Rheine ist im **Baumarktsortiment** insgesamt eine flächendeckende Angebotsstruktur von strukturprägenden Anbietern in Verbindung mit kleinteiligen Spezialanbietern zu konstatieren, wenngleich die Anbieter im Vergleich zum Planvorhaben deutlich geringere Verkaufsflächendimensionierungen aufweisen. Die nächstgelegenen zum Obi-Markt vergleichbaren großzügig dimensionierten Baumärkte sind u. a. in Ibbenbüren (rd. 21 km), Lingen (rd. 28 km), Bad Bentheim (rd. 30 km), Gronau (rd. 43 km) und Steinfurt (28 km) verortet und weisen somit eine große räumliche Distanz zum Vorhabenstandort auf. Dies verdeutlicht eine wesentliche Versorgungsfunktion des Obi-Bestandsmarktes für die Einwohner innerhalb des Untersuchungsraums. Im Untersuchungsraum und auch in Rheine sind deutliche **Kaufkraftabflüsse** zu konstatieren, was sich in einer Zentralität von rd. 63 % bzw. 70 % abbildet. Dies verdeutlicht ein gewisses bestehendes Nachfragepotenzial in diesem Sortimentsbereich und veranlasst z. T. das Erweiterungsbestreben des Obi-Baumarktes.
- Das Angebot in dem untersuchungsrelevanten Sortimentsbereich **GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung** wird überwiegend in Möbelmärkten, Einrichtungshäusern und im Randsortiment von Baumärkten und Gartencentern offeriert. Es besteht ein deutlicher Angebotsschwerpunkt in der Stadt Rheine und dort insbesondere im IZ Rheine durch zahlreiche kleinteilige Anbieter sowie den Möbelmarkt Berning Möbel, welcher den Sortimentsbereich auf einer strukturprägenden Randsortimentsfläche offeriert. Auch in diesem Sortimentsbereich sind in Rheine Kaufkraftabflüsse zu konstatieren (Zentralität rd. 82 %). Im Untersuchungsraum kann jedoch mehr als die gegebene Kaufkraft gebunden werden (Zentralität rd. 105 %). Dies ist insbesondere auf den Angebotsstandort Holsterfeld in Salzbergen zurückzuführen. Mit den Märkten XXXLutz und POCO, welche den Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung auf nennenswerten Randsortimentsflächen anbieten, besteht an diesem Standort ein ausgeprägtes Angebot mit weitreichendem Einzugsgebiet.

- Es ist zu berücksichtigen, dass der Wettbewerbsdruck im Randsortiment **GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung** für das Planvorhaben geringfügig höher ist, als im Hauptsortiment **Baumarktsortiment**. Insgesamt bedeutet dies für das Planvorhaben hingegen einen aktuell wie perspektivisch eher **geringen Wettbewerbsdruck**, was auf **überdurchschnittliche Flächenleistungen** hindeutet und im Zuge der Umsatzschätzung und -prognose zu berücksichtigen ist.
- Gleichzeitig ist davon auszugehen, dass auch die vorhandenen, größtenteils innerhalb zentraler Versorgungsbereiche und somit in Kopplungslagen verorteten **Wettbewerber** aktuell überdurchschnittliche Flächenleistungen erzielen.
- Im Hinblick auf **mögliche Auswirkungen** ist relevant: Es ist zunächst anzunehmen, dass vorhabenbedingte Umsatzumverteilungen sich insbesondere für die nächstgelegenen Wettbewerber ergeben werden. Darunter fallen insbesondere die nächstgelegenen Baumärkte, Baustoffhandel, Garten- sowie Möbelfachmärkte.

5

Vorhabendaten

In diesem Kapitel erfolgt unter Berücksichtigung der verschiedenen Einflussgrößen die Herleitung einer Umsatzprognose für das Planvorhaben.

Die geplante Erweiterung bzw. Umstrukturierung des Obi-Baumarktes wird aus Betreibersicht insbesondere hinsichtlich der Verbesserung der Warenpräsentation und Übersichtlichkeit notwendig.

5.1 SORTIMENTE UND VERKAUFSFLÄCHEN

Bei dem Planvorhaben handelt es sich um ein großflächiges Einzelhandelsvorhaben mit überwiegend nicht zentrenrelevantem Kernsortiment auf rd. 52 % der Gesamtverkaufsfläche (Baumarktsortiment). Die nicht zentrenrelevanten Sortimente umfassen insgesamt min. 90 % der Gesamtverkaufsfläche (Baumarktsortiment zzgl. der Sortimente Fahrräder und technisches Zubehör, Gartensortiment, KFZ-, Caravan- und Motorradzubehör, Lampen und Leuchten sowie Möbel). Demnach werden auf max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche zentrenrelevante Sortimente angeboten (s. u.).

Da für die zentrenrelevanten Sortimente (Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung) noch keine konkrete Verkaufsflächenausprägung feststeht, wird im Rahmen des vorliegenden Gutachtens eine maximale Ausprägung dieses Sortimentsbereichs geprüft und bewertet (**max. 1.050 m² VKF und somit max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche**). Die aufgeführten Sortimente und Verkaufsflächen stellen dabei die maximale, zu untersuchende Verkaufsfläche im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung) dar (Verkaufsflächenpool). Es gilt zu berücksichtigen, dass es sich bei den nachfolgend dargestellten Verkaufsflächen im genannten Sortimentsbereich um sortimentspezifische Maximalwerte handelt. Es ist von keiner vollen Ausnutzung aller geprüften sortimentspezifischen Verkaufsflächen zur gleichen Zeit auszugehen. Vielmehr soll im Rahmen einer Pool-Lösung eine sortimentspezifische Obergrenze für die zentrenrelevanten Sortimente abgeleitet werden, in deren Rahmen dem Planvorhaben eine flexible Gestaltung und gewisse Anpassungsmöglichkeiten ermöglicht werden können. **Unabhängig von der konkreten Ausprägung des Sortimentsbereichs GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung) bleibt die Gesamtverkaufsfläche des Planvorhabens bei max. 10.527 m² gedeckelt.** Bei einer Ausschöpfung der max. Verkaufsflächenobergrenze im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung) wird dementsprechend Verkaufsfläche in nicht zentrenrelevanten Sortimenten reduziert.

Gemäß des vom Auftraggeber zur Verfügung gestellten Flächenprogramms sind sowohl im bestehenden Obi-Markt als auch in der Planung nach der Erweiterung Verkehrsflächen wie z.B. der Kassenbereich und der Eingangsbereich/Windfang Bestandteil der Gesamtfläche des Baumarktes. Diese Neben- und Verkehrsflächen werden anteilig auf die Verkaufsflächen der weiteren Sortimente des geplanten Baumarktes umgerechnet.

Das Flächenprogramm des Planvorhabens stellt sich, unter Berücksichtigung der umgerechneten Verkehrs- und Nebenflächen untergliedert in die verschiedenen

Verkaufsbereiche (Innenverkaufsfläche, Freifläche überdacht und Freifläche) sowie Sortimentsbereiche wie folgt dar.

Tabelle 8: Sortimente und Verkaufsflächen des Planvorhabens

Sortimentsbereich	VKF Bestand in m ²	VKF Planung in m ²	VKF-Differenz in m ²	VKF-Anteil in %*,**
Obi-Markt				
Baumarktsortiment (nicht zentrenrelevant, Innenverkaufsfläche)	4.240	max. 5.498	max. + 1.258	max. 52
Ergänzende nicht zentrenrelevante Randsortimente (Innenverkaufsfläche, wenn nicht anders ausgewiesen)				
Fahrräder und technisches Zubehör	23	max. 23	+ 0	max. < 1
Gartenmarktsortiment	1.287	max. 1.287	+ 0	max. 12
Gartenmarktsortiment <i>Freifläche überdacht</i>	541	max. 2.214	max. + 1.674	max. 21
Gartenmarktsortiment <i>Freifläche</i>	1.674	0	- 1.674	0
KFZ-, Caravan- und Motorradzubehör	65	max. 65	+ 0	max. 1
Lampen und Leuchten	308	max. 308	+ 0	max. 3
Möbel	723	max. 723	+ 0	max. 7
Nicht zentrenrelevante Sortimente Gesamt	8.860	max. 10.119	max. + 1.258	max. 96
Zentrenrelevante Randsortimente (Innenverkaufsfläche)				
GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung	325	max. 1.050	max. + 725	max. 10
Zentrenrelevante Sortimente Gesamt	325	max. 1.050	max. + 725	max. 10
GESAMTVORHABEN	9.185	10.527	+ 1.342	100
Gesamtvorhaben Baumarktsortiment	4.240	max. 5.498	max. + 1.258	max. 52
Gesamtvorhaben weitere nicht zentrenrelevante Sortimente	4.621	max. 4.621	+ 0	max. 44
Gesamtvorhaben zentrenrelevante Sortimente	325	max. 1.050	max. + 725	max. 10

Quelle: Verkaufsfläche: Angaben des Vorhabenträgers; Verkaufsflächenaufteilung: vergleichbare Planvorhaben nach Erhebungen von Stadt + Handel 2008 - 2024; * bezogen auf den Anteil der jeweiligen Sortimente in der VKF-Planung; ** Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt möglich.

Die höchsten Sortimentsanteile des Planvorhabens sind somit im Sortimentsbereich Baumarktsortiment zu konstatieren. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass ein großer Anteil durch das Einzelsortiment Bauelemente, Baustoffe, Holz abgedeckt wird (rd. 40 % am gesamten Sortimentsbereich Baumarktsortiment). Da dieses Sortiment überwiegend von Gewerbekunden in Anspruch genommen wird, ist dem Obi-Markt demnach ein gewisser Fokus auf diesen Gewerbekundenstamm zu konstatieren. In diesem Einzelsortiment ist ein Verkaufsflächenzuwachs von 951 m² VKF vorgesehen.

Das Planvorhaben weist insgesamt eine Gesamtverkaufsfläche von 10.527 m² (+ 1.342 m² GVKF) auf. Die Verkaufsfläche für den Sortimentsbereich **Baumarktsortiment** wird insgesamt max. 5.498 m² (+ max. 1.258 m²) und max. 52 % der Gesamtfläche betragen.

Mit einer Verkaufsfläche von insgesamt max. 1.050 m² (+ max. 725 m²) beträgt der Anteil des Sortimentsbereichs **GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung** max. 10 %.

Unter Berücksichtigung der Sortimentsliste gemäß Masterplan Einzelhandel Rheine 2012 ist demnach eine Verkaufsflächenverteilung des Planvorhabens von min. 90 % im nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich und max. 10 % im zentrenrelevanten Sortimentsbereich gegeben.

Im Zuge des Gutachtens werden dementsprechend, wie in Kapitel 2 ausgeführt, die nachfolgenden Sortimentsbereiche tiefergehend analysiert und bewertet:

- GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung (*zentrenrelevant*),
- Baumarktsortiment (*nicht zentrenrelevant*).

In den weiteren Sortimenten erfolgt aufgrund der Verkaufsflächenrelationen in Bezug auf die Gesamtfläche (s. Tabelle 8) keine tiefergehende Würdigung.

Für die projektierten Verkaufsflächen der ergänzenden Sortimente des Planvorhabens

- Fahrräder und technisches Zubehör (*nicht zentrenrelevant*),
- Gartenmarktsortiment (*nicht zentrenrelevant*),
- KFZ-, Caravan- und Motorradzubehör (ohne Bekleidung im Hauptsortiment (*nicht zentrenrelevant*),
- Lampen und Leuchten, Leuchtmittel (*nicht zentrenrelevant*),
- Möbel (inkl. Büro, Bad-, Camping- und Küchenmöbel) (*nicht zentrenrelevant*),

ist im Zuge des Erweiterungsvorhabens kein Verkaufsflächenanstieg vorgesehen. Anhand dessen sowie den sich daraus ergebenden Umsatzprognosen für diese Sortimentsbereiche (s. Kapitel 5.4) ist aus fachgutachterlicher Sicht mit keinen negativen städtebaulichen Auswirkungen für zentrale Versorgungsbereiche oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu rechnen.

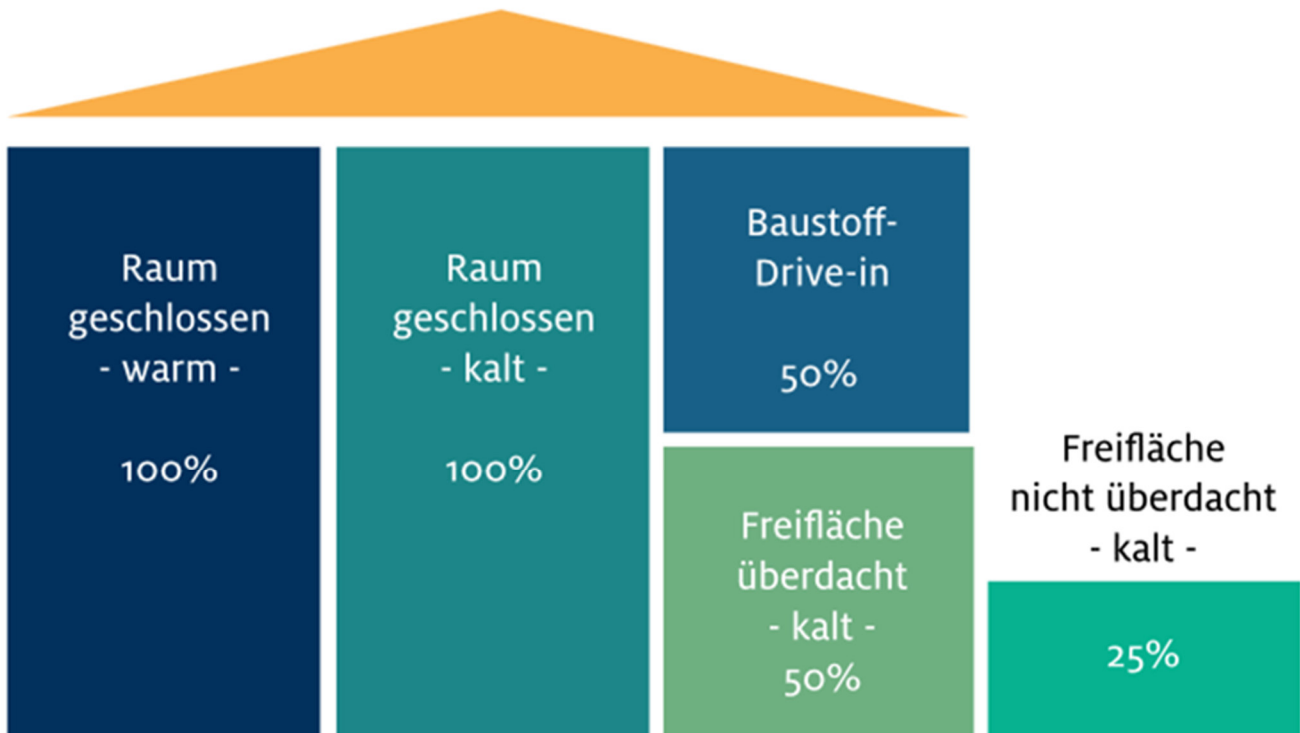
5.2 ANNAHMEN ZUR HERLEITUNG DER FLÄCHENPRODUKTIVITÄTEN

Das Planvorhaben verfügt (insbesondere im Sortimentsbereich Gartenmarktsortimente) über einen nennenswerten Verkaufsflächenanteil, der außerhalb der Innenflächen angeboten wird (insgesamt rd. 21 %, s. Kapitel 5.1). Dies wirkt sich wie folgt aus:

Nach dem BHB – Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V. – sind die Verkaufsflächen bei der Berechnung des Vorhabenumsatzes für Bau- und Heimwerkermärkte¹⁷ mit einer überdachten Verkaufsfläche von mind. 1.000 m², wie nachfolgend dargestellt, zu gewichten. Die Gewichtung der Verkaufsflächen ist bei der Ableitung der Umsatzprognose für das Planvorhaben wie auch bei der Umsatzschätzung für die Bestandsbetriebe zu berücksichtigen.

Abbildung 4: Gewichtung der Verkaufsfläche der verschiedenen Bereiche von Bau- und Heimwerkermärkten für Umsatzprognosen nach BHB – Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V.

Bau- und Heimwerkermarkt



Quelle: <http://www.bhb.org/verband/zahlen-fakten/branchendefinitionen>; abgerufen am 09.09.2024.

Die Bereiche Baustoff-Drive-in, Freifläche überdacht und Freifläche nicht überdacht eines Bau- und Heimwerkermarktes erreichen eine signifikant geringere Leistungsfähigkeit als die innenliegenden Verkaufsflächen (s. Abbildung 4). Insgesamt sind max. 2.214 m² bzw. max. 21 % der Gesamtverkaufsfläche des Planvorhabens als Freifläche überdacht einzustufen (s. Kapitel 5.1).

5.3 UMSATZ DES BESTANDSOBJEKTES

Durch die Auswertung fachwissenschaftlicher Grundlagen sowie unter Beachtung der standortspezifischen Rahmenbedingungen für den Untersuchungsraum und den Mikrostandort wird die derzeitige Flächenproduktivität des Bestandsmarktes des Planvorhabens abgeleitet.

¹⁷ Die Bezeichnung Bau- und Heimwerkermarkt ist aus Sicht der BHB-Branchendefinition immer dann gültig, wenn das Sortiment mehrheitlich aus den Warengruppen Heimwerken, Bauen, Wohnen und Garten besteht. Die Definition gilt unabhängig von der Gesamtverkaufsfläche des Betriebes.

Die durchschnittliche Flächenproduktivität¹⁸ des Betreibers **Obi** beträgt rd. 1.502 Euro/m² VKF pro Jahr bei einer durchschnittlichen Gesamtverkaufsfläche von rd. 8.020 m². Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich diese Angabe auf eine gewichtete Verkaufsfläche bezieht, welche nicht der baurechtlich zulässigen Verkaufsfläche entspricht (s. Abbildung 4). Für die baurechtliche Einschätzung ist naturgemäß die reale Verkaufsfläche von Relevanz. Demgegenüber steht die in der vorbenannten Fachliteratur (mit Bezug zu Dähne) angewandte Flächenproduktivität, welche die Leistungsfähigkeit pro m² VKF auf eine „reduzierte“ (gewichtete) Verkaufsfläche bezieht.

Auf dieser Basis lässt sich anhand folgender Faktoren eine zu erwartende Flächenproduktivität des Bestandsmarktes Obi ableiten.

Angebots- und nachfrageseitige Faktoren sowie standortspezifische Rahmenbedingungen

- Der Untersuchungsraum weist ein leicht unterdurchschnittliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau auf (rd. 98; vgl. IfH 2024).
- Wie in Kapitel 4.5 ausgeführt, ist für den Untersuchungsraum von einem vergleichsweise geringen Wettbewerbsdruck im **Baumarktsortiment** auszugehen, was sich positiv auf die Umsatzleistung des Bestandsmarktes Obi in diesem Sortimentsbereich auswirkt.
- Im Sortimentsbereich **GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung** ist angesichts des dichteren Angebotsnetzes sowie der Zentralität im Untersuchungsraum (rd. 105 %) ein intensiverer Wettbewerbsdruck gegeben (s. Kapitel 4.5).
- Der Obi-Bestandsmarkt stellt in den Zonen des in Kapitel 4.1 abgegrenzten Einzugsgebietes den Anbieter mit dem deutlich größten Angebot im Baumarktsortiment dar, wodurch diesem eine gewisse Strahlkraft zu attestieren ist.
- Der Vorhabenstandort weist angesichts seiner Lage an der Hansa-Allee sowie dem Konrad-Adenauer-Ring eine sehr gute inner- und überörtliche MIV-Anbindung sowie eine gute Sichtbarkeit auf. Der Anschluss an den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) erfolgt über den unmittelbar nordwestlich vom Vorhabenstandort gelegenen Bushaltepunkt „Paulstraße“.
- Angesichts der Lage des Obi in einem ausgewiesenen Sonderstandort und der Nähe zu verschiedenen Einzelhandelsbetrieben bestehen gewisse Kopplungsbeziehungen am Vorhabenstandort.

Ableitung Flächenproduktivität des Obi Bestandsmarktes

Unter Beachtung der dargelegten Rahmenbedingungen wird die aktuelle Flächenproduktivität mit **rd. 1.800 Euro/m² VKF** pro Jahr für den Baumarkt angenommen und liegt somit deutlich über dem Bundesdurchschnitt des Betreibers. Dies begründet sich insbesondere aufgrund der geringen Zentrali-

¹⁸ Quelle: Hahn Retail Estate Report 2024/2025.

tät in Rheine und im gesamten Untersuchungsraum, des damit einhergehenden Erweiterungsbestrebens des Obi-Marktes sowie des weitmaschigen Angebotsnetzes im Baumarktsortiment.

Die sortimentspezifischen Flächenproduktivitäten für die wesentlichen Sortimentsbereiche des Obi-Bestandsmarktes stellen sich in diesem Kontext wie folgt dar:

- Der Sortimentsbereich Baumarktsortiment erreicht im Bestandsbetrieb Obi eine Flächenproduktivität von rd. 2.200 Euro/m² VKF (ausschließlich Innenverkaufsfläche).
- Für die weiteren nicht zentrenrelevanten Sortimente des Bestandsmarktes Obi wird eine Flächenproduktivität von rd. 1.200 Euro/m² VKF erreicht.
- Für den Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung des Bestandsmarktes Obi wird eine Flächenproduktivität von rd. 1.500 Euro/m² VKF erreicht.

5.4 UMSATZPROGNOSE FÜR DAS PLANVORHABEN (MARKTANTEILSMODELL)

Die Herleitung eines plausibel zu erwartenden Umsatzes eines Planvorhabens kann anhand der Abschätzung realistischer Weise zu erzielender Marktanteile im Einzugsgebiet (=Marktanteilsmodell) ermittelt werden.

Der zu erwartende Marktanteil eines Planvorhabens in einem definierten Gebiet und der daraus resultierende potenzielle Vorhabenumsatz bestimmen sich anhand der für das Standortumfeld konkret zu bestimmenden und zu bewertenden Rahmenbedingungen. Die Rahmenbedingungen wurden im vorherigen Kapitel benannt (s. Kapitel 5.3).

Des Weiteren sind folgende wettbewerbsrelevante Rahmenbedingungen für die Ermittlung der Marktanteile im Einzugsgebiet von Relevanz:

- Die Entfernung der jeweiligen Wettbewerbsstrukturen zum Vorhabenstandort;
- Die Standortattraktivität des Vorhabenstandortes (in Relation zum Wettbewerb);
- Die Systemähnlichkeit der projektrelevanten Wettbewerbsstrukturen zum Planvorhaben;
- Das sortimentspezifische Kaufkraftpotenzial in den jeweiligen Zonen des Einzugsgebietes.

Die folgende Herleitung der Marktanteile des Planvorhabens berücksichtigt weiterhin u. a. die mit der **Erweiterung des Obi-Marktes** einhergehende gesteigerte Gesamtattraktivität. Gleichmaßen ist folgendes zu beachten:

- Die in Rheine gegebene Kaufkraft in den untersuchungsrelevanten Sortimentsbereichen kann im aktuellen Bestand nicht von den vorhandenen

Strukturen gebunden werden. Angesichts einer Attraktivierung des Standortes ist für den Obi eine leicht höhere Marktdurchdringung im Einzugsgebiet anzunehmen.

- Die projektierte GVKF des Obi-Marktes von 10.527 m² ist im Hinblick auf die des Betreibers Obi zu Grunde liegenden Flächenproduktivität und durchschnittlichen Verkaufsfläche als überdurchschnittlich zu bewerten.
- Es wird davon ausgegangen, dass eine Umstrukturierung und die damit einhergehende Verkaufsflächenerweiterung des Obi-Marktes u. a. zu einer Optimierung logistischer und arbeitsprozessualer Abläufe beitragen werden. Diese Effekte werden auf der Kostenseite relevant und beeinflussen den Umsatz nicht.
- Mit einer Erweiterung werden insbesondere auch breitere Gänge und übersichtlichere Sortimentspräsentationen realisiert, woraus ein höherer Flächenbedarf je Sortiment resultiert.
- Es ist ebenfalls zu berücksichtigen, dass es durch die vorgesehene Verkaufsflächenerweiterung des Obi zu einer Modernisierung und Optimierung des Vorhabens in Relation zu Wettbewerbsstrukturen (Verkaufsflächendimensionierung, Sortimentsstruktur, Angebotspräsentation) kommen wird.
- Somit ist eine höhere Marktdurchdringung im derzeitigen Einzugsgebiet des Planvorhabens zu begründen; von einer nennenswerten Ausweitung des Einzugsgebietes durch die Erweiterung der Verkaufsfläche kann aufgrund der Wettbewerbsstrukturen im Untersuchungsraum nicht ausgegangen werden.
- Im Sortimentsbereich Baumarktsortiment wird perspektivisch eine Fläche von 2.214 m² im Bereich Freifläche überdacht angeboten (keine Veränderung zum Bestand, lediglich „Verlagerung“ der Freifläche in die Freifläche überdacht). Dies entspricht einem Anteil von rd. 21 % der Gesamtverkaufsfläche.

Der neu strukturierte Obi-Markt wird eine höhere Marktdurchdringung in seinem Einzugsgebiet erreichen. Angesichts der projektierten Verkaufsflächenerweiterung um 1.342 m² sinkt die Flächenleistung pro m² VKF dennoch insgesamt leicht ab.



Nachfolgend werden die erzielbaren Marktanteile des Planvorhabens in den einzelnen Bereichen des Einzugsgebiets sowie die zu erwartenden Umsätze im Sortimentsbereich Baumarktsortiment hergeleitet.

Dieser Sortimentsbereich belegt insgesamt max. 5.498 m² bzw. max. 52 % der GVKF des Planvorhabens (s. Kapitel 5.1). Angesichts der Wettbewerbsstrukturen sowie der siedlungsräumlichen, verkehrlichen und topographischen Gegebenheiten im Untersuchungsraum kann von einem identischen Einzugsgebiet für die Randsortimente des Planvorhabens ausgegangen werden.

Erläuterung des Marktanteilsmodells

Hinsichtlich der Methodik ist auf die Studie „*Qualitätskriterien für Einzelhandelsgutachten. Einzelhandelskonzepte und projektbezogene Auswirkungsanalyse. Ein Ratgeber für Kommunen, Einzelhandel, Gutachter, Projektentwickler, Behörden und Rechtsprechung*“ der Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. aus Juli 2020 zu verweisen (gif 2020). „*Bei der Marktanteilmethode werden für ein Planvorhaben Marktanteile geschätzt, die es in einzelnen Zonen seines Einzugsgebietes voraussichtlich erzielen kann, d. h. Anteile, die das Vorhaben voraussichtlich an der in diesen Zonen vorhandenen Kaufkraft an sich ziehen kann (auch als Kaufkraftbindungsquoten bezeichnet), woraus sich sein Umsatz ableiten lässt.*“ (vgl. gif 2020, S. 143). Dabei wird in qualitative Basismodelle und modellhafte Herleitungen unterschieden. Ein qualitatives Basismodell kann bspw. „*auf den Branchenkenntnissen des Gutachters*“ fußen (vgl. gif 2020, S. 144).

„*Wesentlich für die Methode ist auch, dass das gesamte Einzugsgebiet in Zonen einer abgestuften Kundenanbindungs- bzw. Abschöpfungsintensität unterteilt wird, [...]. Für jede Zone wird abgeschätzt, welche Kaufkraftabschöpfung realistisch erscheint. Der sich so ergebende Umsatz für das Objekt wird [mit] Benchmarks zur Flächenproduktivität verglichen, wobei dies der Kontrolle und Plausibilisierung dient.*“ (vgl. gif 2020, S. 145, eigene Hervorhebung).

„*Die Richtigkeit der Marktanteile kann nur indirekt überprüft werden. Nach Eröffnung eines Einzelhandelsvorhabens kann überprüft werden, inwieweit die mit den zugrunde gelegten Marktanteilen abgeleiteten Umsätze auch tatsächlich realisiert wurden. Entsprechendes gilt für die in den einzelnen Zonen erzielten Umsätze.*“ (vgl. gif 2020, S. 147).

Eine weitere Möglichkeit stellt die modellhafte Herleitung der Marktanteile dar, wengleich dabei variable Parameter anzuwenden sind (somit erneut subjektiver Einfluss). Ein Modell stellt zudem stets eine sehr idealtypische Herangehensweise dar und kann i. d. R. nicht den Einzelfall abbilden.

$$MA_i = KA_i * V_i * E_i * S_i * LFB^{19}$$

Die Überprüfung der Marktanteile mittels der vorstehend erläuterten Methode wird nachfolgend für das Planvorhaben Obi (Sortimentsbereich Baumarktsortiment) dargelegt.

Da es sich bei dem Planvorhaben um eine Erweiterung handelt, wird der Markteintrittszeitpunkt mit gewisser zeitlicher Verzögerung stattfinden. Mit einer Marktreife des realisierten Planvorhabens ist bis Ende 2027 zu rechnen. Aufgrund dieses Zeitrahmens sind Veränderungen im Nachfragevolumen bis zur vollständigen Marktwirksamkeit zu berücksichtigen. Diesbezüglich relevante Faktoren sind insbesondere die Bevölkerungszahl im Einzugsbereich.

¹⁹ MA_i = Marktanteil des Planvorhabens in der Zone i; KA_i = Marktanteil, der grundsätzlich im Gesamtmarkt auf den jeweiligen Betriebstyp entfällt (hier: LM-Vollsortimenter); V_i = Verkaufsflächenrelation: Anteil der VKF des Planvorhabens an der VKF aller Wettbewerber des gleichen Betriebstyps in Zone i; E_i = Größe, mit der die mittlere Entfernung von Kunden in Zone i zum Planvorhaben abgebildet wird; S_i = Verkehrsanbindung und Sichtbarkeit des Planvorhabens für Kunden aus Zone i im Vergleich zu den relevanten Wettbewerbern; LFB = Leistungsfähigkeit des Betreibers des Planvorhabens im Vergleich zu einem durchschnittlichen Betreiber.

Tabelle 9: Modellhafte Herleitung der Marktanteile für den erweiterten Obi-Markt (Sortimentsbereich Baumarktsortiment)

Zone	MA	KA	V	E	S	LFB
Zone I	26 %		63 %	69 %	100 %	
Zone II a	6 %	59,6 %	58 %	20 %	80 %	100 %
Zone II b	5 %		48 %	24 %	80 %	
Zone II c	5 %		46 %	23 %	80 %	
„Streuzufluss“			10 %			

E: max. Distanz bis zum Rand des EZG: 10,5 km, KA: Quelle: Dähne Verlag (2023): Statistik Baumarkt + Garten 2023, Ettlingen, S. 59.

Insbesondere in Zone I des Einzugsgebietes ist durch die gute verkehrliche Erreichbarkeit und Sichtbarkeit (Faktor S), die räumliche Nähe zum Vorhabenstandort (Faktor E) sowie der Leistungsfähigkeit im Vergleich zum Durchschnitt des Betriebstyps (LFB) ein verhältnismäßig hoher Marktanteil anzunehmen. In Zone II a/b/c nehmen die Marktanteile des Planvorhabens insbesondere aufgrund zunehmender Distanzen hingegen deutlich ab.

Nachfolgend werden die hergeleiteten Marktanteile im Kerneinzugsgebiet (s. Kapitel 4.1) sowie die vom Planvorhaben zu erwartenden Umsätze im Sortimentsbereich Baumarktsortiment dargestellt.

Tabelle 10: Marktanteile und Umsatzprognose des Planvorhabens im Sortimentsbereich Baumarktsortiment nach Zonen

Einzugsgebiet	Einwohner	Kaufkraft in Mio. Euro*	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. Euro*
Zone I	63.113	33,8	26	8,7
Zone II a	13.864	7,7	6	0,4
Zone II b	11.290	6,1	5	0,3
Zone II c	6.236	3,4	5	0,2
Zonen gesamt	94.503	51,1	-	9,7
Streuzufluss i. H. v. 10 % des Vorhabenumsatzes				1,1

Umsatz inkl. Streuumsatz

10,8

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis: Kaufkraft: IfH 2024; Einwohnerzahlen: Eigene Berechnungen auf Basis GfK (2023), IT.NRW 2024 und LSN 2024; Werte auf 0,1 Mio. Euro bzw. 1 % gerundet; * Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt möglich.

Unter Berücksichtigung der modellhaften Herleitung der Marktanteile ergibt sich somit eine auf den Sortimentsbereich **Baumarktsortiment** des projektierten Obi-Baumarktes bezogene **Umsatzprognose von rd. 10,8 Mio. Euro** per anno sowie eine ableitbare Flächenproduktivität von **rd. 2.000 Euro/m² VKF** im Moderate Case. Für den gesamten Obi-Markt wird eine Flächenproduktivität von **rd. 1.750 Euro/m² VKF** angenommen. Die prognostizierte Flächenproduktivität des Obi-Marktes liegt somit weiterhin über der durchschnittlichen Flächenproduktivität des Betreibers Obi (1.502 Euro/m² VKF) in Deutschland.

Die Herleitung der Flächenproduktivität für die weiteren, deutlich dem Hauptsortiment untergeordnet ausgeprägten Randsortimentsbereiche des Obi-Marktes

(s. Kapitel 5.1) ergeben sich unter Einbezug der BBE-Studie „Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2024“ sowie im Zuge fachgutachterlicher Erfahrungen in anderen Projektzusammenhängen.

Die anhand des Marktanteilskonzepts abgeleiteten Umsatzprognosen für das Planvorhaben bzw. die daraus ableitbaren Flächenproduktivitäten werden unter dem Aspekt eines Worst Case-Ansatzes zur Ermittlung der maximal zu erwartenden vorhabenbedingten absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen für die weiteren Berechnungen als Moderate Case zugrunde gelegt. Im Sinne eines Worst Case-Ansatzes wird für den **Obi-Baumarkt** somit in einer oberen Variante eine Flächenproduktivität von **rd. 2.200 Euro/m² VKF** für den Sortimentsbereich Baumarktsortiment und **rd. 1.900 Euro/m² VKF** für den gesamten Markt angenommen.

Demnach ergeben sich folgende sortimentspezifische Mehrumsätze am Standort (im Worst Case):

Tabelle 11: Flächenproduktivitäten und Umsatzprognose des Vorhabens (Worst Case) – hier Darstellung auf Basis der baurechtlichen Verkaufsfläche (ungewichtet)²⁰

Sortimente	Bestand		Nach Erweiterung		max. Umsatzdifferenz in Mio. Euro*
	Flächenproduktivität in Euro/m ² VKF	Umsatz in Mio. Euro	max. Flächenproduktivität in Euro/m ² VKF	max. Umsatz in Mio. Euro	
Obi-Baumarkt					
Baumarktsortiment (nicht zentrenrelevant, Innenverkaufsfläche (Warm-/Kalt-halle))	2.200	9,3	2.200	max. 12,1	max. + 2,8
Ergänzende nicht zentrenrelevante Randsortimente (Innenverkaufsfläche, wenn nicht anders ausgewiesen)					
Fahrräder und technisches Zubehör	1.000	< 0,1	1.100	max. < 0,1	max. + < 0,1
Gartenmarktsortiment	1.800	2,3	1.800	max. 2,3	-
Gartenmarktsortiment <i>Freifläche überdacht</i>	900	0,5	900	max. 2,0	max. + 1,5
Gartenmarktsortiment <i>Freifläche</i>	450	0,8	450	0	- 0,8
<i>Gartenmarktsortiment Gesamt</i>	<i>1.000</i>	<i>3,6</i>	<i>1.250</i>	max. 4,3	max. + 0,8
KFZ-, Caravan- und Motorradzubehör	1.000	0,1	1.100	max. 0,1	max. + < 0,1
Lampen und Leuchten	1.800	0,6	1.900	max. 0,6	max. + < 0,1
Möbel	1.400	1,0	1.500	max. 1,0	max. + 0,1
<i>Ergänzende nicht zentrenrelevante Sortimente Gesamt*</i>	<i>1.150</i>	<i>5,2</i>	<i>1.350</i>	<i>max. 5,9</i>	<i>max. + 0,9</i>
<i>Nicht zentrenrelevante Sortimente Gesamt*</i>	-	<i>14,5</i>	-	<i>max. 18,1</i>	<i>max. + 3,6</i>

²⁰ Demnach sind die Flächenproduktivitäten geringer, der Umsatz bleibt jedoch gleich.

Zentrenrelevante Randsortimente (Innenverkaufsfläche)					
GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung	1.500	0,5	1.500	max. 1,6	max. + 1,1
<i>Zentrenrelevante Sortimente Gesamt</i>	-	<i>0,5</i>	-	<i>max. 1,6</i>	<i>max. + 1,1</i>
GESAMTVORHABEN*	-	15,0	<i>Werte werden aufgrund der Untersuchung der max. Ausprägungen nicht ausgewiesen</i>		

Quelle: Flächenproduktivitäten, Umsatzschätzung/-prognose: Berechnung Stadt + Handel auf Basis laufender Auswertung einzelhandelspezifischer Fachliteratur (u. a. baumarktmanager 2020, DIY – Dähne Verlag 2023, BBE 2024); Werte auf 50 Euro bzw. 0,1 Mio. Euro gerundet; * Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt möglich. Angaben in Brutto.

Untersuchungsrelevant

- Im Sortimentsbereich **Baumarktsortiment** wird ein Gesamtumsatz von max. 12,1 Mio. Euro prognostiziert (+ max. 2,8 Mio. Euro) (*nicht zentrenrelevant*).
- Im Sortimentsbereich **GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung** wird ein Gesamtumsatz von max. 1,6 Mio. Euro prognostiziert (+ max. 1,1 Mio. Euro) (*zentrenrelevant*).

Nicht untersuchungsrelevant

- Für das Sortiment **Fahrräder und technisches Zubehör** wird ein Gesamtumsatz von unter 0,1 Mio. Euro prognostiziert (+ < 0,1 Mio. Euro) (*nicht zentrenrelevant*).
- Für das Sortiment **Gartenmarktsortiment** wird ein Gesamtumsatz von max. 4,3 Mio. Euro prognostiziert (+ max. 0,8 Mio. Euro) (*nicht zentrenrelevant*).
- Für das Sortiment **KFZ-, Caravan- und Motorradzubehör** wird ein Gesamtumsatz von max. 0,1 Mio. Euro prognostiziert (max. + < 0,1 Mio. Euro) (*nicht zentrenrelevant*).
- Für das Sortiment **Lampen und Leuchten** wird ein Gesamtumsatz von max. 0,6 Mio. Euro prognostiziert (+ < 0,1 Mio. Euro) (*nicht zentrenrelevant*).
- Im Sortiment **Möbel** wird ein Gesamtumsatz von max. 1,1 Mio. Euro prognostiziert (+ max. 0,1 Mio. Euro) (*nicht zentrenrelevant*).

Von den **nicht zentrenrelevanten** Randsortimenten des Planvorhabens (Sortimente Fahrräder und technisches Zubehör, Gartenmarktsortiment, KFZ-, Caravan- und Motorradzubehör, Lampen und Leuchten, Möbel) gehen angesichts des geringen Umsatzzuwachses sowie der nicht gegebenen Zentrenrelevanz keine schädlichen Auswirkungen auf die Versorgung im Untersuchungsraum aus, sodass auch diese nicht weiter untersuchungsrelevant sind.

6 Auswirkungsanalyse

In den folgenden Kapiteln werden die Auswirkungen des Planvorhabens hinsichtlich der im Kontext der Untersuchungsfragen relevanten Aspekte dargestellt. Unter Berücksichtigung der landes- sowie kommunalplanerischen Vorgaben werden folgende Fragen beantwortet:

- Welche absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen gehen von dem Planvorhaben aus?
- Wie ordnet sich das Planvorhaben in die Vorgaben der Landesplanung ein?
- Wie ordnet sich das Planvorhaben in die Ziele und Grundsätze des Masterplan Einzelhandel Rheine 2012 ein?

6.1 ABSATZWIRTSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN

Für die untersuchungsrelevanten Sortimentsbereiche des Planvorhabens ist insbesondere das Maß der vorhabenbedingten absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen auf Bestandsstrukturen in dem dargestellten Untersuchungsraum (s. Kapitel 4.1) von Relevanz.

Die Umsatzumverteilungen in den untersuchungsrelevanten Sortimentsbereichen liefern eine wichtige Grundlage für die weitergehende städtebaulich-funktionale Bewertung des Planvorhabens.

Die Darstellung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen sowie die städtebauliche Würdigung erfolgt aufgrund der Aufgaben- und Zielstellung dieses Gutachtens für den Prognosehorizont 2027 i. S. d. Worst Case-Ansatzes ohne die leicht positive Entwicklung des Kaufkraftvolumens der Branchen (s. Kapitel 4.3).

Insbesondere unter Berücksichtigung der zentralen Lage des Vorhabenstandorts ist infolge von Mobilitätsaspekten und Zufallseinkäufen eine über den Untersuchungsraum hinausgehende Streuung der Umsatzherkunft zu erwarten. Dieser sog. „Streuumsatz“ wird im Sortimentsbereich Baumarktsortiment aufgrund der erwartbaren Kaufkraftrückbindung eines Teils der aktuell zu verzeichnenden Kaufkraftabflüsse (s. Kapitel 4.3) sowie der Ausrichtung des Angebotes des Planvorhabens im Sortiment Baustoffe auf Gewerbekunden mit 30 % für die Berechnungen angenommen. Demnach werden im Sinne des Worst Case-Ansatzes 70 % des Vorhabenumsatzes im Sortimentsbereich Baumarktsortiment umverteilungsrelevant für die Betriebe im Untersuchungsraum.

Im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung ist ein deutlich dichteres Angebotsnetz im Vergleich zum Baumarktsortiment zu konstatieren. Für den Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung wird ein „Streuumsatz“ von 10 % für die Berechnungen angenommen. Demnach werden im Sinne des Worst Case-Ansatzes 90 % des Vorhabenumsatzes im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung umverteilungsrelevant für die Betriebe im Untersuchungsraum.

Die durch das Planvorhaben ausgelösten vorhabenbedingten Umsatzumverteilungen im Worst Case im untersuchungsrelevanten Sortimentsbereich Baumarktsortiment werden in der folgenden Tabelle dargestellt:

Tabelle 12: Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Baumarktsortiment (Worst Case)

Kommune	Lagedetail	Prognose 2027		
		Perspektivische Umsätze	max. Umsatzumverteilung	
		in Mio. Euro		in %
Rheine	sonstige Lagen*	14,0	1,8	13
Neuenkirchen	sonstige Lagen	1,3	0,1	4
Salzbergen	sonstige Lagen	1,7	0,1	6
Für die Bestandsstrukturen im Untersuchungsraum umverteilungsneutraler Vorhabenumsatz („Streuumsatz“ sowie Kaufkraftrückbindung und Anteile an Gewerbekunden) i. H. v. 30 % des Vorhabenumsatzes		0,8		
GESAMT** (Worst Case)		16,9	2,8	-

Quelle: Erhebung Stadt + Handel 08/2024; Umsatzschätzung/-prognose: Berechnung Stadt + Handel auf Basis baumarktmanager 2020, DIY – Dähne Verlag 2023, EHI 2023 und Hahn Gruppe 2024/2025; Umsätze auf 0,1 Mio. Euro gerundet; * ohne Bestandsmarkt Obi (Planvorhaben); ** Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt möglich.

Von dem Planvorhaben resultiert eine Umsatzumverteilung im Sortimentsbereich Baumarktsortiment von max. rd. 2,8 Mio. Euro, davon 70 % zu Lasten von Wettbewerbern im Untersuchungsraum.

Die durch das Planvorhaben ausgelösten vorhabenbedingten Umsatzumverteilungen im Worst Case im untersuchungsrelevanten Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung werden in der folgenden Tabelle dargestellt:

Tabelle 13: Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung (Worst Case)

Kommune	Lagedetail	Prognose 2027		
		Perspektivische Umsätze	max. Umsatzumverteilung	
		in Mio. Euro		in %
Rheine	ZVB IZ Rheine	5,9	0,5	9
	ZVB STZ Mesum	0,4	**	**
	sonstige Lagen*	1,1	0,1	10
Neuenkirchen	ZVB IZ Neuenkirchen	0,6	**	**
	sonstige Lagen	1,8	0,1	7
Salzbergen	sonstige Lagen	3,2	0,2	7
Für die Bestandsstrukturen im Untersuchungsraum umverteilungsneutraler Vorhabenumsatz („Streuumsatz“) i. H. v. 10 % des Vorhabenumsatzes		0,1		
GESAMT*** (Worst Case)		13,1	1,1	-

Quelle: Erhebung Stadt + Handel 08/2024; Umsatzschätzung/-prognose: Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI 2023 und Hahn Gruppe 2024/2025 sowie ständige Auswertung von Fachliteratur; Umsätze auf 0,1 Mio. Euro gerundet; * ohne Bestandsmarkt Obi (Planvorhaben); ** empirisch nicht mehr valide darstellbar; *** Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt möglich.

Von dem Planvorhaben resultiert eine Umsatzumverteilung im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung von max. rd. 1,1 Mio. Euro, davon 90 % zu Lasten von Wettbewerbern im Untersuchungsraum.

Es ist zu konstatieren, dass auf die Anbieter innerhalb des **IZ Rheine** im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung Umsatzumverteilungen i. H. v. max. 0,5 bzw. max. 9 % induziert werden. Bei dem Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung handelt es sich um höchst sensible innenstadtrelevante Sortimente. Aus diesem Grund ist aus fachgutachterlicher Sicht eine prozentuale Umsatzumverteilung für diese Lage von max. 7 % zu empfehlen. Es wird demnach eine Reduzierung der sortimentspezifischen Verkaufsfläche auf max. 920 m² VKF im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung empfohlen und im Folgenden zugrunde gelegt. **Unter Berücksichtigung einer reduzierten Verkaufsfläche in den sensiblen zentrenrelevanten Sortimenten (GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung) werden die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf ein absehbar verträgliches Maß abgemildert.**

Unter Berücksichtigung einer reduzierten Verkaufsfläche im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung stellen sich die durch das Planvorhaben ausgelösten vorhabenbedingten Umsatzumverteilungen im Worst Case wie folgt dar:

Tabelle 14: Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung unter Berücksichtigung einer reduzierten Verkaufsfläche (Worst Case)

Kommune	Lagedetail	Prognose 2027		
		Perspektivische Umsätze	max. Umsatzumverteilung	
			in Mio. Euro	in %
Rheine	ZVB IZ Rheine	5,9	0,4	7
	ZVB STZ Mesum	0,4	**	**
	sonstige Lagen*	1,1	0,1	8
Neuenkirchen	ZVB IZ Neuenkirchen	0,6	**	**
	sonstige Lagen	1,8	0,1	5
Salzbergen	sonstige Lagen	3,2	0,2	6
Für die Bestandsstrukturen im Untersuchungsraum umverteilungsneutraler Vorhabenumsatz (,Streuumsatz') i. H. v. 10 % des Vorhabenumsatzes			0,1	
GESAMT*** (Worst Case)		13,1	0,9	-

Quelle: Erhebung Stadt + Handel 08/2024; Umsatzschätzung/-prognose: Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI 2023 und Hahn Gruppe 2024/2025 sowie ständige Auswertung von Fachliteratur; Umsätze auf 0,1 Mio. Euro gerundet; * ohne Bestandsmarkt Obi (Planvorhaben); ** empirisch nicht mehr valide darstellbar; *** Differenzen zur Gesamtsumme rundungsbedingt möglich.

Von dem Planvorhaben resultiert in einer reduzierten Variante (betrifft die maximale Ausprägung des Sortimentsbereichs GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung) eine Umsatzumverteilung im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung von max. rd. 0,9 Mio. Euro, davon 90 % zu Lasten von Wettbewerbern im Untersuchungsraum.

6.2 STÄDTEBAULICHE EINORDNUNG DER ABSATZWIRTSCHAFTLICHEN AUSWIRKUNGEN

Aufbauend auf den absatzwirtschaftlichen Ergebnissen aus der Umsatzumverteilungsberechnung erfolgt deren städtebauliche Einordnung. Die städtebaulichen Konsequenzen für die relevanten sonstigen Lagen (mit entsprechend vorhandenen Angebotsstrukturen) im Untersuchungsraum werden für die untersuchungsrelevanten Sortimentsbereiche Baumarktsortiment und GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung im Folgenden aufgezeigt.

Rheine

Auswirkungen auf den ZVB IZ Rheine

Durch das Planvorhaben werden im Sortimentsbereich **GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung** Umsatzumverteilungen i. H. v. max. rd. 0,4 Mio. Euro bzw. max. 7 % auf die Bestandsstrukturen innerhalb des ZVB IZ Rheine induziert.

- Diese tangieren in dem untersuchungsrelevanten Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung v. a. den Möbelmarkt Berning Möbel als einzigen strukturprägenden Anbieter innerhalb des Zentrums.
- Darüber hinaus befinden sich zahlreiche kleinteilige Betriebe mit dem Sortimentsbereich im Haupt- oder Randsortiment innerhalb des Innenstadtzentrums, welche einen nennenswerten Anteil der sortimentspezifischen Verkaufsfläche im ZVB offerieren.

Negative Auswirkungen in Form einer Marktaufgabe/-umstrukturierung sind nicht zu erwarten:

- Der betroffene Möbelmarkt **Berning Möbel** profitiert aufgrund seiner Lage innerhalb der Innenstadt Rheines von nennenswerten Kopplungs- und Synergieeffekten mit weiteren Angebotsstrukturen (u. a. Combi, Decathlon). Zudem weist der Markt durch die Lage an der B 481 (hier: Kardinal-Galen-Ring) eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit auf und ist für eine nennenswerte Mantelbevölkerung gut zu erreichen. Der Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung wird im betroffenen Möbelmarkt Berning Möbel auf deutlich untergeordneter Verkaufsfläche angeboten (deutlich untergeordneter Umsatzanteil am Gesamtumsatz). Angesichts der genannten Standortvorteile sowie der geringen einzelbetrieblichen Umsatzumverteilungen ist keine Marktaufgabe oder -umstrukturierung des Marktes zu erwarten.
- Angesichts der räumlichen Nähe des Vorhabenstandortes zum IZ Rheine werden die kleinteiligen Anbieter im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung ebenfalls von jeweils nennenswerten Umsatzumverteilungen tangiert. Die jeweiligen Anbieter profitieren von wesentlichen Standortvorteilen in der Innenstadt Rheines (u. a. Kopplungseffekte mit zahlreichen weiteren Einzelhandelsnutzungen sowie zentrenergänzenden Funktionen, hohe Besucherfrequenzen aufgrund der Lage in der Einkaufsinnenstadt). Zudem handelt es sich bei dem Planvorhaben um eine Erweiterung eines bestehenden Marktes, wodurch sich die Kundenströme nicht

wesentlich verändern, wengleich sich der Wettbewerbsdruck für die Anbieter bei einer maximalen Ausschöpfung der Verkaufsfläche im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung intensivieren wird. Angesichts der als noch moderat zu bewertenden einzelbetrieblichen Umsatzumverteilungen sind keine Marktschließungen durch das Planvorhaben zu erwarten.

Städtebaulich negative Auswirkungen auf den **ZVB STZ Mesum** in seinem heutigen Bestand und seinen Entwicklungsmöglichkeiten sind nicht zu erwarten.

Auswirkungen auf den ZVB STZ Mesum

Auf den ZVB STZ Mesum entfallen im Sortimentsbereich **GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung** Umsatzumverteilungen in empirisch nicht mehr valide darstellbarer Höhe. Somit sind keine wesentlichen vorhabenbedingten Auswirkungen für den Bestand zu erwarten.

Städtebaulich negative Auswirkungen auf den **ZVB STZ Mesum** in seinem heutigen Bestand und seinen Entwicklungsmöglichkeiten sind nicht zu erwarten.

Auswirkungen auf sonstige Lagen in Rheine

Durch das Planvorhaben werden im Sortimentsbereich **Baumarktsortiment** Umsatzumverteilungen i. H. v. max. rd. 1,8 Mio. Euro bzw. max. 13 % auf die Bestandsstrukturen in den sonstigen Lagen in Rheine induziert. Im Sortimentsbereich **GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung** gehen vom Planvorhaben Umsatzumverteilungen i. H. v. max. rd. 0,1 Mio. Euro bzw. max. 8 % auf die Bestandsstrukturen in den sonstigen Lagen in Rheine aus.

- Diese tangieren im Sortimentsbereich **Baumarktsortiment** v. a. das i&M Bauzentrum Kamp an der Morsestraße, den Baumarkt hagebau kompakt am Standort Schulten Sundern, den Sonderpreisbaumarkt am Staelskottenweg sowie nachrangig die weiteren spezialisierten Fachmärkte und Bauzentren in Rheine.
- Im Sortimentsbereich **GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung** werden insbesondere das Gartencenter Vähning am Lingener Damm und Mas Möbelhaus SB Möbel Boss am Staelskottenweg sowie deutlich nachrangig die Märkte Hammer, Sonderpreis-Baumarkt und hagebau kompakt, welche den Sortimentsbereich im Randsortiment führen, tangiert.
- Diese Märkte werden vor allem aufgrund ihrer räumlichen Nähe und der guten verkehrlichen Verbindung zum Vorhabenstandort von gewissen Umsatzumverteilungen bzw. der Vergleichbarkeit (Baumarkt, Baustoffhandel/Bauzentrum) tangiert.

Negative Auswirkungen in Form einer Marktaufgabe/-umstrukturierung sind nicht zu erwarten:

- Die betroffenen Märkte weisen angesichts ihrer Lage im Stadtgebiet Rheines und der räumlichen Nähe eine deutliche Überschneidung der Einzugsgebiete mit dem Einzugsgebiet des Planvorhabens auf. Die durch das Planvorhaben induzierten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen im Sortimentsbereich Baumarktsortiment deuten somit auf eine Wettbewerbsin-

tensivierung für die betroffenen Märkte hin. Es ist dabei zu berücksichtigen, dass die betroffenen Märkte mit dem Hauptsortiment Baumarktsortiment derzeit von überdurchschnittlichen Leistungsfähigkeiten aufgrund eines lichten Netzes von großzügig dimensionierten Baumärkten (neben dem Planvorhaben) und somit einem moderaten Wettbewerbsumfeld profitieren.

- Bei dem Baustoffhandel **i&M Bauzentrum KAMP** handelt es sich um einen vom Planvorhaben abweichenden Betriebstypen, welcher ein z. T. differentes Angebotsspektrum sowie unterschiedliche Kundenstämme aufweist (Spezialisierung u. a. auf Baustoffe). Da im Rahmen des Planvorhabens hingegen eine nennenswerte Verkaufsfläche im Segment Baustoffe vorgesehen ist (+ 951 m² VKF), ist für den betroffenen Betrieb mit einer Wettbewerbsintensivierung zu rechnen. Angesichts seiner Lage am östlichen Siedlungsrand der Stadt Rheine übernimmt der Markt insbesondere eine Versorgungsfunktion für die östlichen Stadtteile. Eine Marktschließung oder -umstrukturierung ist angesichts der als moderat zu bewertenden einzelbetrieblichen Umsatzumverteilungen nicht zu erwarten.
- Der Baumarkt **hagebau kompakt** am Standort Schulten Sundern weist im Vergleich zum Planvorhaben eine deutlich geringere Verkaufsflächendimensionierung auf, wodurch das wesentliche Einzugsgebiet des Marktes insbesondere die umliegenden abgesetzten Stadtteile Mesum, Hauenhorst und Elte umfasst. Der Baumarkt ist bereits am Markt etabliert und profitiert von seiner verkehrlich gut erreichbaren Lage im Stadtteil Mesum an der B 481. Angesichts der als moderat zu bewertenden einzelbetrieblichen Umsatzumverteilungen ist weiterhin davon auszugehen, dass der betroffene Markt auch nach Realisierung des Planvorhabens Umsätze erzielen wird, die einen wirtschaftlichen Fortbestand nicht gefährden.
- Der betroffene **Sonderpreis-Baumarkt** profitiert angesichts der Nähe zu weiteren Einzelhandelsnutzungen (u. a. SB Möbel Boss, Fahrradfachmarkt) sowie einem benachbarten Baufachhandel von Kopplungseffekten an seinem Standort. Zusätzlich profitiert der Markt von seiner verkehrsgünstigen Lage an der B 481 (hier: Münsterlanddamm). Es handelt sich bei dem Markt um einen zum Planvorhaben teilweise differenten Betriebstypen (Sonderpreis-Baumarkt), welcher zudem eine unterschiedliche Angebotsspezialisierung aufweist (u. a. Sonderposten) und ist somit auf einen teilweise unterschiedlichen Kundenstamm ausgerichtet. Aus fachgutachterlicher Sicht wird angesichts dessen der Sonderpreis-Baumarkt die vorhabenbedingten Auswirkungen voraussichtlich verkraften.
- Gemäß DSSW Studie zu Langzeitwirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe hat sich als Orientierung ein Schwellenwert für Umsatzumverteilungen für nicht zentrenrelevante Sortimente von rd. 20 % grundsätzlich bewährt (vgl. DSSW 2014, S. 12). Die Höhe der Umsatzumverteilungen auf die betroffenen Märkte ist daher zusätzlich zu relativieren und als moderat zu bewerten.
- Für die weiteren betroffenen strukturprägenden Anbieter in den untersuchungsrelevanten Sortimentsbereichen ergeben sich angesichts der zum Planvorhaben differenten Betriebstypen (insb. spezialisierte Fachmärkte)

und einer z. T. deutlich differenten Kundenausrichtung nur geringe einzelbetriebliche Umsatzumverteilungen.

- Für den Sortimentsbereich **GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung** ergeben sich für die betroffenen Fachmärkte **Gartencenter Vähning** und **SB Möbel Boss** lediglich sehr geringe einzelbetriebliche Umsatzumverteilungen, da der Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung in den betroffenen Märkten nur auf einer dem Hauptsortiment deutlich untergeordneten Randsortimentsverkaufsfläche angeboten wird und die Umsatzumverteilungen somit nur einen Teil des Gesamtumsatzes der Fachmärkte betreffen.

Städtebaulich negative Auswirkungen auf die **Versorgung der Bevölkerung in Rheine** sind nicht zu erwarten.

Neuenkirchen

Auf den ZVB IZ Neuenkirchen entfallen im Sortimentsbereich **GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung** Umsatzumverteilungen in empirisch nicht mehr valide darstellbarer Höhe. Somit sind keine wesentlichen vorhabenbedingten Auswirkungen für den Bestand zu erwarten.

Städtebaulich negative Auswirkungen auf den **ZVB IZ Neuenkirchen** in seinem heutigen Bestand und seinen Entwicklungsmöglichkeiten sind nicht zu erwarten.

Auswirkungen auf sonstige Lagen in Neuenkirchen

Durch das Planvorhaben werden im Sortimentsbereich **Baumarktsortiment** Umsatzumverteilungen i. H. v. max. rd. 0,1 Mio. Euro bzw. max. 4 % auf die Bestandsstrukturen in den sonstigen Lagen in Neuenkirchen induziert. Im Sortimentsbereich **GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung** gehen vom Planvorhaben Umsatzumverteilungen i. H. v. max. rd. 0,1 Mio. Euro bzw. max. 5 % auf die Bestandsstrukturen in den sonstigen Lagen in Neuenkirchen aus.

- Diese tangieren im Sortimentsbereich Baumarktsortiment v. a. den Baumarkt Werkers Welt Bruns als einzigen strukturprägenden Anbieter in dem untersuchungsrelevanten Sortimentsbereich.
- Im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung werden insbesondere der Möbelmarkt Möbel Köster, der Einrichtungsfachmarkt Liberior und nachrangig der Gartenfachmarkt Kreimers GartenPark von den Umsatzumverteilungen des Planvorhabens tangiert.

Negative Auswirkungen wie Marktaufgaben/-umstrukturierungen sind nicht zu erwarten:

- Der betroffene Baumarkt **Werkers Welt Bruns** profitiert von seiner Lage im Kern der Gemeinde Neuenkirchen (IZ Neuenkirchen) und von Koppelbeziehungen mit benachbarten Einzelhandelsbetrieben (u. a. Rossmann, Edeka). Es handelt sich bei dem Markt um einen Baumarkt mit einer im Vergleich zum Planvorhaben deutlich geringeren Verkaufsfläche. Somit weist der Markt eine wesentlich geringere Strahlkraft auf und ist überwiegend auf die umliegenden Siedlungsbereiche der Gemeinde Neuenkirchen ausgerichtet.

- Die betroffenen Einrichtungs- und Möbelmärkte **Möbel Köster** und **Liberior** weisen an ihrem jeweiligen Standort über die Rheiner Straße eine gute MIV- und ÖPNV Anbindung auf, wodurch sie für eine nennenswerte Mantelbevölkerung gut zu erreichen sind. Bei den Märkten handelt es sich um zum Planvorhaben differente Betriebstypen (Einrichtungs- und Möbelmarkt), welche auf teilweise unterschiedliche Kundenstämme ausgerichtet sind.
- Angesichts der hohen Distanz zum Vorhabenstandort (> 6,0 km) besteht nur eine geringe Überschneidung der Einzugsbereiche der betroffenen Märkte mit dem Einzugsgebiet des Planvorhabens. Für diese Märkte ergeben sich somit nur geringe einzelbetriebliche Umsatzumverteilungen in den untersuchungsrelevanten Sortimentsbereichen.

Städtebaulich negative Auswirkungen auf die **Versorgung der Bevölkerung in Neuenkirchen** sind nicht zu erwarten.

Salzbergen

Auswirkungen auf sonstige Lagen in Salzbergen

Durch das Planvorhaben werden im Sortimentsbereich **Baumarktsortiment** Umsatzumverteilungen i. H. v. max. rd. 0,1 Mio. Euro bzw. max. 6 % auf die Bestandsstrukturen in den sonstigen Lagen in Salzbergen induziert. Im Sortimentsbereich **GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung** gehen vom Planvorhaben Umsatzumverteilungen i. H. v. max. rd. 0,2 Mio. Euro bzw. max. 6 % auf die Bestandsstrukturen in den sonstigen Lagen in Salzbergen aus.

- Diese tangieren im Sortimentsbereich Baumarktsortiment insbesondere das Bauzentrum Wessmann an der Mehringer Straße als einzigen strukturprägenden Anbieter.
- Im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung werden insbesondere das Möbelhaus XXXLutz sowie der Einrichtungsmarkt POCO von den Umsatzumverteilungen des Planvorhabens tangiert.

Negative Auswirkungen wie Marktaufgaben/-umstrukturierungen sind nicht zu erwarten:

- Bei dem **Bauzentrum Wessmann** handelt es sich um einen vom Planvorhaben abweichenden Betriebstypen (Baustoffhandel), welcher ein z. T. differentes Angebotsspektrum sowie unterschiedliche Kundenstämme aufweist. Der betroffene Baustoffhandel ist bereits am Markt etabliert und insbesondere angesichts der hohen Distanz zum Vorhabenstandort (rd. 8,8 km) ist davon auszugehen, dass dieser auch nach Realisierung des Planvorhabens Umsätze erzielen wird, die einen wirtschaftlichen Fortbestand nicht gefährden.
- Bei den Märkten **XXXLutz** und **POCO** handelt es sich um zum Planvorhaben differente Betriebstypen (Möbelhaus und Einrichtungsmarkt), welche den untersuchungsrelevanten Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung lediglich auf einer dem Hauptsortiment deutlich untergeordneten Randsortimentsverkaufsfläche anbieten. Somit betreffen die Umsatzumverteilungen nur einen Teil des Gesamtumsatzes der

Märkte. Darüber hinaus profitieren die beiden Betriebe an ihrem Standort von Synergieeffekten untereinander. Angesichts der hohen Distanz zum Vorhabenstandort (rd. 6,5 km) besteht nur eine geringe Überschneidung der Einzugsbereiche der betroffenen Märkte mit dem Einzugsgebiet des Planvorhabens. Dies ist insbesondere auf die unterschiedlichen Betriebstypen und Kundenausrichtungen zurückzuführen. In der Zusammenschau der genannten Aspekte sind für die betroffenen Betriebe keine vorhabenbedingten Marktschließungen oder-umstrukturierungen zu erwarten.

Städtebaulich negative Auswirkungen auf die **Versorgung der Bevölkerung in Salzbergen** sind nicht zu erwarten.

Städtebaulich negative Auswirkungen durch das Planvorhaben auf den Bestand und die Entwicklungsmöglichkeiten von zentralen Versorgungsbereichen und/oder die Versorgung der Bevölkerung im Untersuchungsraum in den Sortimentsbereichen Baumarktsortiment und GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung sind nicht zu erwarten.

6.3 EINORDNUNG IN DIE LANDESPLANERISCHEN ZIELSTELLUNGEN (LEP NRW 2024)

Eine wichtige Grundlage der kommunalen Einzelhandelssteuerung bilden die landesplanerischen Vorgaben. Die kommunale Bauleitplanung hat deren Ziele und Grundsätze entsprechend den lokalen Gegebenheiten zu beachten bzw. zu berücksichtigen. Im Folgenden werden ergänzend zu den vorherigen Ausführungen die relevanten Vorgaben des Landesrechts (LEP NRW 2024) dargestellt.

6.5-1. Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen

- *„Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden.“*

Bzgl. 6.5-1 Ziel ist festzuhalten:

- Der Vorhabenstandort befindet sich gemäß Regionalplan Münsterland innerhalb eines Allgemeinen Siedlungsbereiches (ASB).

Das Vorhaben ist konform zu 6.5-1 Ziel des LEP NRW 2024.

6.5-3. Ziel Beeinträchtungsverbot:

- *„Durch die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.“*

Bzgl. 6.5-3. Ziel ist festzuhalten:

- Entsprechend der erfolgten Analyse möglicher absatzwirtschaftlicher Auswirkungen und deren städtebaulichen Bewertung in Kapitel 6.1 und 6.2 und unter Berücksichtigung einer Reduzierung der maximalen Verkaufsflä-

che des Sortimentsbereichs GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung werden durch das Planvorhaben keine wesentlichen Beeinträchtigungen auf zentrale Versorgungsbereiche ausgelöst.

Das Vorhaben ist demnach konform zu 6.5-3 Ziel des LEP NRW 2024.

6.5-4 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche

- *„Bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll der zu erwartende Gesamtumsatz der durch die jeweilige Festsetzung ermöglichten Einzelhandelsnutzungen die Kaufkraft der Einwohner der jeweiligen Gemeinde für die geplanten Sortimentsgruppen nicht überschreiten.“*

Bzgl. 6.5-4 Grundsatz ist festzuhalten:

- Intention des Grundsatzes ist es insbesondere, eine möglichst wohnortnahe Versorgung mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten sicherzustellen. Es soll hiermit einer unverhältnismäßigen Verkaufsflächen- bzw. Umsatzkonzentration in einzelnen Gemeinden gegengesteuert werden.
- Der Vorhabenumsatz im Hauptsortiment Baumarktsortiment i. H. v. rd. 12,1 Mio. Euro (s. Kapitel 5.4) überschreitet die sortimentspezifische Kaufkraft in Rheine i. H. v. rd. 54,3 Mio. Euro (Prognose 2027, s. Kapitel 4.3) nicht. Es ergibt sich eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 22 %.

Das Vorhaben ist demnach konform zu 6.5-4 Grundsatz des LEP NRW 2024.

6.5-5 Ziel Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente

- *„Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur dann auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden, wenn der Umfang der zentrenrelevanten Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt und es sich bei diesen Sortimenten um Randsortimente handelt.“*

Bzgl. 6.5-5 Ziel ist festzuhalten:

- Der zentrenrelevante Randsortimentsanteil liegt, unter Berücksichtigung der reduzierten Verkaufsfläche im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung, bei knapp 9 % (920 m² Verkaufsfläche). Die Randsortimente sind somit dem Hauptsortiment hinsichtlich Umfangs und Gewichtigkeit deutlich untergeordnet.
- Weiterhin ist darzulegen, dass die geplanten zentrenrelevanten Randsortimente in einem Zusammenhang zu dem Hauptsortiment stehen. Die Sortimente Glas, Porzellan, Feinkeramik; Haushaltswaren, Schneidwaren und Bestecke; Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen sowie Wohneinrichtungsartikel (Dekoration) sind regelmäßige Randsortimente eines Baumarkts, uns sind inhaltlich dem Hauptsortiment Baumarktsortiment sowie dem weiteren Sortiment Gartenmarktsortiment klar zuzuordnen (bspw. Vasen, Gar-

dinen, Putzutensilien, Haushaltswaren, Bastel- und Künstlermaterial, Dekoration). Für die zentrenrelevanten Randsortimente des Planvorhabens ist entsprechend ein inhaltlicher Zusammenhang zu dem Hauptsortiment gegeben.

Das Vorhaben ist demnach konform zu 6.5-5 Ziel des LEP NRW 2024.

6.5-6 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente

- *„Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebietes für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen 2.500 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten.“*

Bzgl. 6.5-6 Grundsatz ist festzuhalten:

- Die zentrenrelevanten Sortimente umfassen im Planvorhaben max. 920 m² VKF (s. Kapitel 6.1, VKF-Reduzierung) und überschreiten den angegebenen Schwellenwert somit nicht.

Das Vorhaben ist demnach konform zu 6.5-6 Grundsatz des LEP NRW 2024.

Das Planvorhaben ist kongruent zu den relevanten Zielen/Grundsätzen des LEP NRW 2024.

6.4 EINORDNUNG IN DIE KOMMUNALPLANERISCHEN RAHMENVORGABEN (MASTERPLAN EINZELHANDEL RHEINE 2012)

Im Folgenden wird das Planvorhaben in die prüfungsrelevanten konzeptionellen Bausteine des Masterplan Einzelhandel Rheine 2012 eingeordnet.

Der Vorhabenstandort befindet sich innerhalb eines Sonderstandortes. Die als Sonderstandort ausgewiesenen großflächigen Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment bilden einen wichtigen Angebotsbaustein in der Einzelhandelsstruktur Rheines und stellen eine wichtige Ergänzung zu den Angeboten in den Zentren dar (vgl. Masterplan Einzelhandel Rheine 2012, S. 61).

Der Masterplan Einzelhandel Rheine 2012 formuliert zudem den folgenden für das Planvorhaben relevanten Ansiedlungsleitsatz:

Ansiedlungsregel 3:

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten werden zukünftig vorrangig in der Innenstadt und an dafür vorgesehenen ergänzenden Sondergebieten angesiedelt.

*„Bestehende Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten (z. B. Möbelmärkte, Bau- und Gartenmärkte), die ihren Standort **außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche** haben, können ihre Verkaufsfläche erweitern, wenn dies der langfristigen Sicherung ihres Standortes dient und sich diese Erweiterung nicht negativ auf die zentralen Versorgungsbereiche bzw. deren Entwick-*

lungsperspektiven auswirkt. Dies ist in der Regel dann anzunehmen, wenn die Verkaufsflächenerweiterung ausschließlich durch nicht-zentrenrelevante Sortimente erfolgt und die Erweiterungsfläche einen Anteil von maximal 10 % der vorhandenen Gesamtverkaufsfläche nicht überschreitet („Aktiver“ Bestandsschutz). Darüber hinaus gehende Angebote bedürfen einer gesonderten Prüfung.“ (Masterplan Einzelhandel Rheine 2012, S. 151).

Bzgl. des Planvorhabens ist Folgendes festzuhalten:

- Bei dem Planvorhaben handelt es sich um ein großflächiges Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment (s. Kapitel 5.1).
- Das Planvorhaben befindet sich gem. Masterplan Einzelhandel Rheine 2012 aktuell wie perspektivisch innerhalb eines Sonderstandortes²¹. Es handelt sich bei dem Planvorhaben um ein Erweiterungsvorhaben des langjährig bestehenden Obi-Bestandsmarktes an der Paulstraße. Es ist insgesamt eine Erweiterung von 9.185 m² VKF auf 10.527 m² VKF vorgesehen. Die Verkaufsflächenerweiterung um 1.342 m² entspricht somit einem Anteil von rd. 15 % der Bestandsverkaufsfläche des Obi.
- Entsprechend der erfolgten Analyse möglicher absatzwirtschaftlicher Auswirkungen und deren städtebaulichen Bewertung in Kapitel 6.1 und 6.2 und unter Berücksichtigung einer Reduzierung der maximalen Verkaufsfläche des Sortimentsbereichs GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung werden durch das Planvorhaben keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die Versorgung im Untersuchungsraum ausgelöst.
- Zudem sind im Sortimentsbereich Baumarktsortiment in der Stadt Rheine derzeit Kaufkraftabflüsse zu konstatieren, was ein gewisses Nachfragepotenzial aufzeigt. Dies veranlasst z. T. das Erweiterungsbestreben des Obi-Baumarktes. Zusätzlich ist zu berücksichtigen, dass der Obi-Markt in Rheine den einzigen großzügig dimensionierten Baumarkt im gesamten Untersuchungsraum darstellt. Dem Markt kann somit eine wesentliche Versorgungsbedeutung im Sortimentsbereich Baumarktsortiment zugeschrieben werden, die es zukunftsicher zu erhalten gilt.
- Die avisierte Erweiterung des Obi-Marktes und die zukunftsfähige Neuaufstellung des Marktes trägt zur Sicherung und Weiterentwicklung des Angebotes in Rheine bei und ist aus fachgutachterlicher Sicht als angemessen zu bewerten.

Das Planvorhaben ist als kongruent zu den Vorgaben des Masterplan Einzelhandel Rheine 2012 zu bewerten.

²¹ Vgl. Masterplan Einzelhandel Rheine 2012, S. 61.

7 Empfehlung zu textlichen Festsetzungen im Bebauungsplan

Um eine gesicherte, zentrenverträgliche sowie mit dem Masterplan Einzelhandel Rheine 2012 grundsätzlich konforme Einzelhandelsentwicklung am Standort umsetzen zu können, werden nachfolgend Empfehlungen für geeignete Festsetzungen zur planerischen Feinsteuerung formuliert. Dabei ist Folgendes zu berücksichtigen:

- Städtebaulich negative Auswirkungen auf den Bestand und/oder die Entwicklungsmöglichkeiten zentraler Versorgungsbereiche und/oder die weiteren Versorgungsstrukturen im Untersuchungsraum sind durch das Planvorhaben in den Sortimentsbereichen Baumarktsortiment sowie GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung in folgender Dimensionierung nicht zu erwarten:

Tabelle 15: Verträgliche Verkaufsflächen der tiefgehend geprüften Sortimente (Maximalausprägung)

Sortimentsbereich	(maximal) verträgliche VKF <u>Planung</u> in m ²
Baumarktsortiment	5.498
Fahrräder und technisches Zubehör	23
Gartenmarktsortiment	1.287
Gartenmarktsortiment <i>Freifläche überdacht</i>	2.214
Gartenmarktsortiment <i>Freifläche</i>	-
KFZ-, Caravan- und Motorradzubehör	65
Lampen und Leuchten	308
Möbel	723
GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung	920
GESAMT	10.527

Quelle: Planung: Angaben des Auftraggebers.

- Die sonstigen, nicht tiefgehend gewürdigten Sortimente des Planvorhabens verteilen sich auf mehrere verschiedene (Rand-)Sortimente, wodurch pro Sortiment ein relativ geringer Umsatzanteil erreicht wird. Zudem erfolgt in den weiteren Sortimenten keine wesentliche Veränderung hinsichtlich der Verkaufsflächen. Städtebaulich negative Auswirkungen auf die Bestandsstrukturen zentraler Versorgungsbereiche oder die weiteren Versor-

gungsstrukturen im Untersuchungsraum sind in diesen Sortimenten aufgrund des relativ geringen Umsatzanteils pro Sortiment nicht zu erwarten (s. auch Kapitel 5.4).

TEXTTEIL Bebauungsplan

I. Bauplanungs- und bauordnungsrechtliche Festsetzungen (§ 9 Abs. 1, 2 und 4 BauGB i.V.m. BauNVO)

1. Art der baulichen Nutzung (§ 9 Abs. 1 Nr. 1 BauGB i.V.m. BauNVO)

1.1 Sondergebiet "Baumarkt"

Das Sondergebiet mit der Zweckbestimmung „Bau-, Heimwerker- und Gartenmärkte“ dient vorwiegend der Unterbringung von Bau-, Heimwerker- und Gartenmärkten.

Zulässig sind Bau-, Heimwerker- und Gartenmärkte mit einer maximalen Gesamtverkaufsfläche von 10.527 m² jeweils aufgeteilt auf folgende Sortimente und Sortimentsbereiche gemäß Rheiner Sortimentsliste:

nicht zentrenrelevante Sortimente:

- Baumarktsortiment auf maximal 5.498 m² Verkaufsfläche
- Gartenmarktsortiment auf maximal 3.501 m² Verkaufsfläche (davon maximal 1.287 m² im Innenraum)
- Fahrräder und technisches Zubehör auf maximal 23 m² Verkaufsfläche
- KFZ-, Caravan- und Motorradzubehör auf maximal 65 m² Verkaufsfläche
- Lampen und Leuchten auf maximal 308 m² Verkaufsfläche
- Möbel auf maximal 723 m² Verkaufsfläche

zentrenrelevante Randsortimente:

- GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung auf maximal 920 m² Verkaufsfläche

Abweichend von den oben genannten zentrenrelevanten Randsortimenten können ausnahmsweise andere zentrenrelevante Sortimente zugelassen werden, sofern sie insgesamt nicht mehr als 10 % der zulässigen Gesamtverkaufsfläche einnehmen und ihre städtebauliche Verträglichkeit im Rahmen einer fachgutachterlichen Einzelfallprüfung nachgewiesen wird.

8

Zusammenfassung

In Rheine ist die Erweiterung und Neuaufstellung des Obi-Baumarktes am Standort Paulstraße 37-47 projektiert. In diesem Zusammenhang soll die Gesamtverkaufsfläche von aktuell 9.185 m² auf 10.527 m² erweitert werden (+ 1.342 m² VKF).

Neben dem Hauptsortiment Baumarktsortiment sollen zudem weitere zentrenrelevante Sortimente im in Rede stehenden Obi-Markt offeriert werden. Da für diese Sortimente noch keine konkrete Verkaufsflächenausprägung feststeht, wird im Rahmen des vorliegenden Gutachtens eine maximale Ausprägung der zentrenrelevanten Sortimente geprüft und bewertet (max. 1.050 m² VKF = 10 % der Gesamtverkaufsfläche). **Unabhängig von der konkreten Ausprägung der zentrenrelevanten Sortimente bleibt die Gesamtverkaufsfläche des Planvorhabens bei max. 10.527 m² gedeckelt.**

Bei dem Planvorhaben handelt es sich somit um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb (> 800 m² VKF/1.200 m² BGF).

Stadt + Handel wurde angefragt, die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen des Planvorhabens zu untersuchen und letztlich zu bewerten, ob mit Auswirkungen für die Versorgung der Bevölkerung im Sinne § 11 Abs. 3 BauNVO zu rechnen ist.

Absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen

Vorhabeninduzierte städtebaulich negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und/oder die sonstigen Versorgungsstrukturen im Untersuchungsraum im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO sind nicht zu erwarten.

Einordnung gemäß landesplanerischer Grundlagen

- **6.5-1. Ziel:** Der Vorhabenstandort befindet sich gemäß Regionalplan Münsterland innerhalb eines Allgemeinen Siedlungsbereiches (ASB). **6.5-1 Ziel wird demnach erfüllt.**
- **6.5-3. Ziel:** Entsprechend der erfolgten Analyse möglicher absatzwirtschaftlicher Auswirkungen (s. Kapitel 6.1) und deren städtebaulichen Bewertung (s. Kapitel 6.2) werden durch das Planvorhaben keine wesentlichen Beeinträchtigungen von zentralen Versorgungsbereichen ausgelöst. **6.5-3 Ziel wird demnach erfüllt.**
- **6.5-4. Grundsatz:** Die sortimentspezifische Kaufkraft im Baumarktsortiment in Rheine wird durch den Vorhabenumsatz des Planvorhabens in diesem Sortimentsbereich nicht überschritten. **6.5-4 Grundsatz wird demnach erfüllt.**
- **6.5-5. Ziel:** Der zentrenrelevante Randsortimentsanteil liegt, unter Berücksichtigung der reduzierten Verkaufsfläche im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung, bei knapp 9 % (920 m² Verkaufsfläche). Die Randsortimente sind somit dem Hauptsortiment hinsichtlich Umfangs und Gewichtigkeit deutlich untergeordnet. **6.5-5 Ziel wird demnach erfüllt.**

- **6.5-6. Grundsatz:** Die zentrenrelevanten Sortimente umfassen im Planvorhaben max. 920 m² VKF (s. Kapitel 6.1, VKF-Reduzierung) und überschreiten den angegebenen Schwellenwert somit nicht. **6.5-6 Grundsatz wird demnach erfüllt.**

Das Planvorhaben ist somit konform zu den landesplanerischen Zielstellungen und Grundsätzen des LEP NRW 2024.

Einordnung gemäß kommunalplanerischer Grundlagen

Das Planvorhaben befindet sich an einem Sonderstandort. Die avisierte Erweiterung und zukunftsfähige Neuaufstellung des Obi-Marktes trägt zur Sicherung und Weiterentwicklung des Angebotes in Rheine bei und ist insbesondere aufgrund ausbleibender, städtebaulich negativer Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in Rheine aus fachgutachterlicher Sicht als angemessen dimensioniert zu bewerten. Somit ist das Vorhaben konform zu den relevanten Vorgaben des Masterplan Einzelhandel Rheine 2012.

Das Planvorhaben konform hinsichtlich konzeptioneller Aspekte (Masterplan Einzelhandel 2012) sowie zu normativen Aspekten (§ 11 Abs. 3 BauNVO sowie LEP NRW 2024).

Anhang

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Lage in der Region	8
Abbildung 2:	Mikrostandort des Planvorhabens	9
Abbildung 3:	Einzugsgebiet des Planvorhabens und Untersuchungsraum	13
Abbildung 4:	Gewichtung der Verkaufsfläche der verschiedenen Bereiche von Bau- und Heimwerkermärkten für Umsatzprognosen nach BHB – Handelsverband Heimwerken, Bauen und Garten e.V.	28

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Bevölkerung im Untersuchungsraum nach Kommunen (inkl. Prognose 2027).....	14
Tabelle 2:	Verkaufsfläche und Umsatz Baumarktsortiment im Untersuchungsraum (bezogen auf untersuchungsrelevante Angebotsstrukturen; siehe Kapitel Methodik).....	15
Tabelle 3:	Verkaufsfläche und Umsatz GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung im Untersuchungsraum (bezogen auf untersuchungsrelevante Angebotsstrukturen; siehe Kapitel Methodik).....	16
Tabelle 4:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den untersuchungsrelevanten Sortimentsbereichen	17
Tabelle 5:	Steckbrief ZVB Innenstadtzentrum Rheine	20
Tabelle 6:	Steckbrief ZVB Stadtteilzentrum Mesum.....	21
Tabelle 7:	Steckbrief IZ Neuenkirchen.....	22
Tabelle 8:	Sortimente und Verkaufsflächen des Planvorhabens.....	26
Tabelle 9:	Modellhafte Herleitung der Marktanteile für den erweiterten Obi-Markt (Sortimentsbereich Baumarktsortiment)	33
Tabelle 10:	Marktanteile und Umsatzprognose des Planvorhabens im Sortimentsbereich Baumarktsortiment nach Zonen.....	33
Tabelle 11:	Flächenproduktivitäten und Umsatzprognose des Vorhabens (Worst Case) – hier Darstellung auf Basis der baurechtlichen Verkaufsfläche (ungewichtet)	34
Tabelle 12:	Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich Baumarktsortiment (Worst Case).....	37
Tabelle 13:	Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung (Worst Case)	37
Tabelle 14:	Umsatzumverteilungen im Sortimentsbereich GPK/Haushaltswaren/Wohneinrichtung unter Berücksichtigung einer reduzierten Verkaufsfläche (Worst Case).....	38
Tabelle 15:	Verträgliche Verkaufsflächen der tiefergehend geprüften Sortimente (Maximalausprägung)	48

Literatur- und Quellenverzeichnis

LITERATUR UND HANDELSFACHDATEN

Baumarktmanager (2020): baumarktmanager 4/2020.

BBE Handelsberatung GmbH (2024): Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2024, München.

Dähne Verlag (2023): Statistik Baumarkt + Garten.

DSSW (2014): Langzeitwirkung großflächiger Einzelhandelsbetriebe. Kurzfassung.

EHI (2023): EHI handelsdaten aktuell 2023, Köln.

Hahn Gruppe (2024): Hahn Retail Estate Report 2024/2025, Bergisch Gladbach.

IfH RETAIL CONSULTANTS GmbH (2024): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2024, Köln.

SONSTIGE QUELLEN

IT.NRW 2024 – Landesdatenbank NRW

Junker + Kruse (2012): Masterplan Einzelhandel für die Stadt Rheine. Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts.

Landesamt für Statistik Niedersachsen – LSN-Online Datenbank.

Stadt + Handel (2018): Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Gemeinde Neuenkirchen, Dortmund.

Abkürzungsverzeichnis

Abs.	Absatz	NuG	Sortimentsbereich
B	Bundesstraße		Nahrungs- und
BAB	Bundesautobahn		Genussmittel
BauGB	Baugesetzbuch	NVZ	Nahversorgungszentrum
BauNVO	Baunutzungsverordnung	NZ.....	Nebenzentrum
BGF	Bruttogeschossfläche	ÖPNV	öffentlicher
bspw.	beispielsweise		Personennahverkehr
BVerfG	Bundesverfassungs- gericht	OVG	Oberverwaltungsgericht
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht	OZ	Ortszentrum
bzw.	beziehungsweise	p. a.	per annum
d. h.	das heißt	rd.	rund
EW	Einwohner	S.	Seite
gem.	gemäß	s.	siehe
ggf.	gegebenenfalls	s. o.	siehe oben
GVKF	Gesamtverkaufsfläche	s. u.	siehe unten
i. d. R.	in der Regel	u. a.	unter anderem
inkl.	Inklusive	v. a.	vor allem
i. H. v.	in Höhe von	VG	Verwaltungsgericht
i. S.	im Sinne	vgl.	vergleiche
IZ	Innenstadtzentrum	v. H.	von Hundert
L	Landesstraße	VKF	Verkaufsfläche
m	Meter	ZVB	zentraler
m ²	Quadratmeter		Versorgungsbereich
max.	maximal	z. B.	zum Beispiel
Mio.	Millionen	z. T.	zum Teil

KONTAKT

Stadt + Handel Beckmann und Föhler Stadtplaner GmbH

info@stadt-handel.de

www.stadt-handel.de

Amtsgericht Dortmund,
Handelsregisternummer HRB 33826,
Hauptsitz: Dortmund

Standort Dortmund

Hörder Hafenstraße 11

44263 Dortmund

Fon +49 231 86 26 890

Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg

Tibarg 21

22459 Hamburg

Fon +49 40 53 30 96 46

Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe

Beiertheimer Allee 22

76137 Karlsruhe

Fon +49 721 14 51 22 62

Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig

Markt 9

04109 Leipzig

Fon +49 341 92 72 39 42

Fax +49 341 92 72 39 43