

MARKT- UND WIRKUNGSANALYSE

Modernisierung und Neukonzipierung eines Pflanzenhofes
in 28865 Lilienthal-Seebergen

erstellt für: Gebrüder Weingärtner GmbH
 Seeberger Landstraße 60
 28865 Lilienthal

Projekt-Nr.: 103084

Hamburg, 06.05.2009

Jarrestraße 8
22303 Hamburg
Tel. (040) 42 32 22-0
Fax (040) 42 32 22-12
hamburg@bulwiengesa.de
www.bulwiengesa.de

INHALTSVERZEICHNIS

	SEITE		SEITE
1	VORBEMERKUNG	1	ANHANG
2	MAKROSTANDORT	3	1 Sortimentsstrukturen
2.1	Raum- und siedlungsstrukturelle Aspekte	3	
2.2	Bevölkerungsentwicklung- und prognose	5	2 Sortimentsliste
2.3	Haushaltsstruktur	5	
2.4	Pendler	6	3 Marktverteilung IST und PROGNOSE
2.5	Kaufkraftniveau	6	
3	MIKROSTANDORT	8	
4	ANGABEN ZUM PROJEKT	10	
5	EINZUGSGEBIET / NACHFRAGEVOLUMEN	13	
6	WETTBEWERB	16	
6.1	Angebots- und Wettbewerbsstrukturen im Einzugsgebiet	16	
6.2	Angebots- und Wettbewerbsstrukturen außerhalb des Einzugsgebietes	19	
7	WIRKUNGSANALYSE	21	
7.1	Umsatzleistung Pflanzenhof Lilienthal	21	
7.2	Umsatzrekrutierung	22	
7.3	Umverteilung innerhalb des Einzugsgebietes	23	
7.4	Verminderung von Kaufkraftabflüssen	24	
7.5	Zentrenrelevanz	25	
7.6	Verkehrsbelastung / Schallimmission	26	
8	ERGEBNIS	27	

VERZEICHNIS DER ABKÜRZUNGEN

AV	Ausgabenvolumen	LROP	Landes-Raumordnungsprogramm
ALQ	Arbeitslosenquote	MA	Marktanteil
ASB	Allgemeiner Siedlungsbereich	MF	Mietfläche
BA	Bauabschnitt	MI	Mischgebiet
BAB	Bundesautobahn	MIV	Motorisierter Individualverkehr
BfLR	Bundesforschungsanstalt für Landeskunde und Raumordnung (jetzt: BBR)	MZ	Mittelzentrum
BBR	Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung	NLS	Niedersächsisches Landesamt für Statistik
BGF	Bruttogeschossfläche	OG	Obergeschoss
BIP	Bruttoinlandsprodukt	ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
BHM	Bau- und Heimwerkermarkt	OTZ	Ortsteilzentrum
DIY	Do-it-yourself (Bau- und Heimwerkersortiment)	PH	Parkhaus
EFH	Einfamilienhaus	Pkw	Personenkraftwagen
EG	Erdgeschoss; auch Einheitsgemeinde bzgl. Gebietsgliederung	PP	Parkplätze/Stellplätze
EH	Einzelhandel	qm	Quadratmeter
EKZ	Einkaufszentrum	ROG	Raumordnungsgesetz
EW	Einwohner	SBWH	Selbstbedienungswarenhause
EZG	Einzugsgebiet	SG	Samtgemeinde
FGZ	Fußgängerzone	SM	Supermarkt
FM	Fachmarkt	SO	Sondergebiet
GE	Gewerbe	SVP	Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg	UE	Unterhaltungselektronik
GG	Gebrauchsgüter	UKZ	Umsatzkennziffer
GPK	Glas, Porzellan, Keramik	VA	Verbrauchsausgaben
GVZ	Güterverkehrszentrum	VG	Verkehrsgemeinschaft (süddeutsch: Verwaltungsgemeinschaft)
GZ	Grundzentrum	VKF	Verkaufsfläche
HAKA	Herrenoberbekleidung	VM	Verbrauchermarkt
HWS	Hauptwohnsitz	VZ	Versorgungszentrum
KES	Komplexer Einzelhandelsstandort	WA	Allgemeines Wohngebiet
KIKA	Kinderbekleidung	WPR	Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel
Kfz	Kraftfahrzeug	WZ	Wohnnahes Zentrum
KKZ	Kaufkraftkennziffer	ZVB	Zentraler Versorgungsbereich
Konz.	Konzessionär	ZUP	Zentraler Umsteigepunkt
LEP	Landesentwicklungsplan, Landesentwicklungsprogramm (Bayern, Baden-Württemberg)		
LK/Lkr.	Landkreis		
LM/VG	Lebensmittel/Verbrauchsgüter		

1 VORBEMERKUNG

Auftraggeber und Problemstellung

Die Gebrüder Weingärtner GmbH, beauftragten die BulwienGesa AG, mit der Durchführung einer Markt- und Wirkungsanalyse für eine projektierte umfassende Modernisierung und Neukonzeptionierung ihres Pflanzenhofes in Lilienthal-Seebergen.

Da es sich bei dem Vorhaben prinzipiell um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb handelt, ist hierfür üblicherweise Baurecht in Form einer Sondergebietsausweisung erforderlich. Eine Sondergebietsausweisung soll aber nach übereinstimmender Auffassung der Planungsbehörden nicht möglich sein, da sich das Planvorhaben mit seiner Lage im Lilienthaler Ortsteil Seebergen nicht innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes der Gemeinde Lilienthal befindet.

Die Notwendigkeit der Einbindung in das zentrale Siedlungsgebiet der Gemeinde Lilienthal entfielen, wenn der Nachweis erbracht werden kann, dass der Pflanzenhof in der geplanten Neukonzeptionierung nicht die Vermutungsregel des § 11.3 BauNVO erfüllt, mithin das Vorhaben nicht geeignet ist, sich nach *"Art, Lage und Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Ordnung"* mehr als nur unwesentlich auswirken.

Untersuchungsinhalt

In diesem Einzelhandelsgutachten soll abgeleitet werden, inwieweit durch die Neukonzipierung des Pflanzenhofes Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden auftreten können.

Die durchgeführte Analyse beinhaltet folgende wesentliche Untersuchungsinhalte:

- Darstellung und Bewertung wesentlicher Faktoren des Makro- und Mikrostandortes.
- Darstellung des Planvorhabens unter besonderer Beachtung der mit der Neukonzeptionierung angestrebten Sortimentsumstrukturierung im Vergleich zum derzeitigen Vertriebskonzept.
- Abgrenzung und Definition des projektrelevanten Einzugsgebietes mit Ermittlung des untersuchungsrelevanten Nachfragevolumens.
- Darstellung und Bewertung relevanter Einzelhandels- und Wettbewerbsstrukturen innerhalb und an der Peripherie des Einzugsgebietes.

- Ermittlung eines Projektumsatzes für den neu konzipierten Pflanzenhof und marktanalytische Einschätzung der hierzu erforderlichen Kaufkraftabschöpfung.
- Analyse der Auswirkungen durch Ermittlung und Bewertung von Umverteilungsquoten für den relevanten Wettbewerb innerhalb und an der Peripherie des Einzugsgebietes unter Berücksichtigung zentraler Versorgungsbereiche (Ortskerne). Die Ermittlung von Umverteilungsquoten erfolgt auf Basis von Marktverteilungsrechnungen.
- Aussagen zur Zentrenrelevanz der Sortimente.
- Abschließendes Ergebnis mit Empfehlungen zu eventuell erforderlichen Fixierung einzelner Sortimente in Form von Obergrenzen.

Die gutachterlichen Aussagen und Einschätzungen beruhen auf:

- Vor-Ort-Recherchen mit Standort- und Objektbegehung.
- Angaben des Auftraggebers zur Neukonzipierung, zur angestrebten Sortimentsstruktur und zum derzeitigen Einzelhandelsumsatz.
- Auswertung relevanter Statistiken, handelsspezifischer Kenndaten und zugänglicher Unterlagen (u. a. Regionales Zentren- und Einzelhandelskonzept Region Bremen sowie BBE Branchenreport Garten, Jahrgang 2006).

- Die Angaben zum Wettbewerb beruhen maßgeblich auf Bestandserhebungen und Datenbasis des Kommunalverbundes Niedersachsen/Bremen e. V., die punktuell durch eigene Erhebungen und Recherchen ergänzt wurden.
- Bei der Abgrenzung des Einzugsgebietes konnte sich maßgeblich auf empirische Befunde durch Auswertung einer vom Auftraggeber zur Verfügung gestellten Kundenkartei gestützt werden.

Interpretiert und bewertet werden die Ergebnisse vor dem Hintergrund der Erfahrungen der BulwienGesa AG in ihrer deutschland- und europaweiten Forschungs- und Beratungstätigkeit.

2 MAKROSTANDORT

2.1 Raum- und siedlungsstrukturelle Aspekte

Die dem Landkreis Osterholz angehörige Gemeinde Lilienthal grenzt - getrennt durch den Verlauf der Wümme - unmittelbar nördlich an Bremen an.

Innerhalb des Landkreises und dem nördlichen Bremer Umland nimmt Lilienthal die zentralörtliche Funktion eines Grundzentrums ein.

Die zentralörtliche Struktur wird geprägt durch das Oberzentrum Bremen sowie durch das Mittelzentrum Osterholz-Scharmbeck. Die benachbarten Gemeinden Worpswede, Grasberg, Ottersberg und Ritterhude nehmen wie Lilienthal die Stellung von Grundzentren ein.

Die Gemeinde Lilienthal ist Mitglied des Kommunalverbundes Niedersachsen / Bremen e.V., der einen Zusammenschluss aus 30 Städten und Gemeinden der Region Bremen darstellt und durch enge Kooperation Zusammenhalt und regionale Wettbewerbsfähigkeit stärken will.

Das Lilienthaler Gemeindegebiet ist relativ weitläufig und zeigt vor allem in den Ortsteilbereichen Worphausen, St. Jürgen, Seebergen und Heidberg eine stark ländliche und dispers besiedelte Prägung.

Das Untersuchungsobjekt ist im Ortsteil Seebergen gelegen. Seebergen zählt rd. 800 Einwohner und ist als Streusiedlungsbereich mit geringer Verdichtung im Bereich Bergstraße am Mühlenberg zu charakterisieren.

Eindeutiger Siedlungsschwerpunkt ist der Kernort Lilienthal, der eine bandartige Siedlungsstruktur aufweist, die sich überwiegend entlang der Verkehrsachse L 133 (Hauptstraße/Falkenberger Landstraße) er-

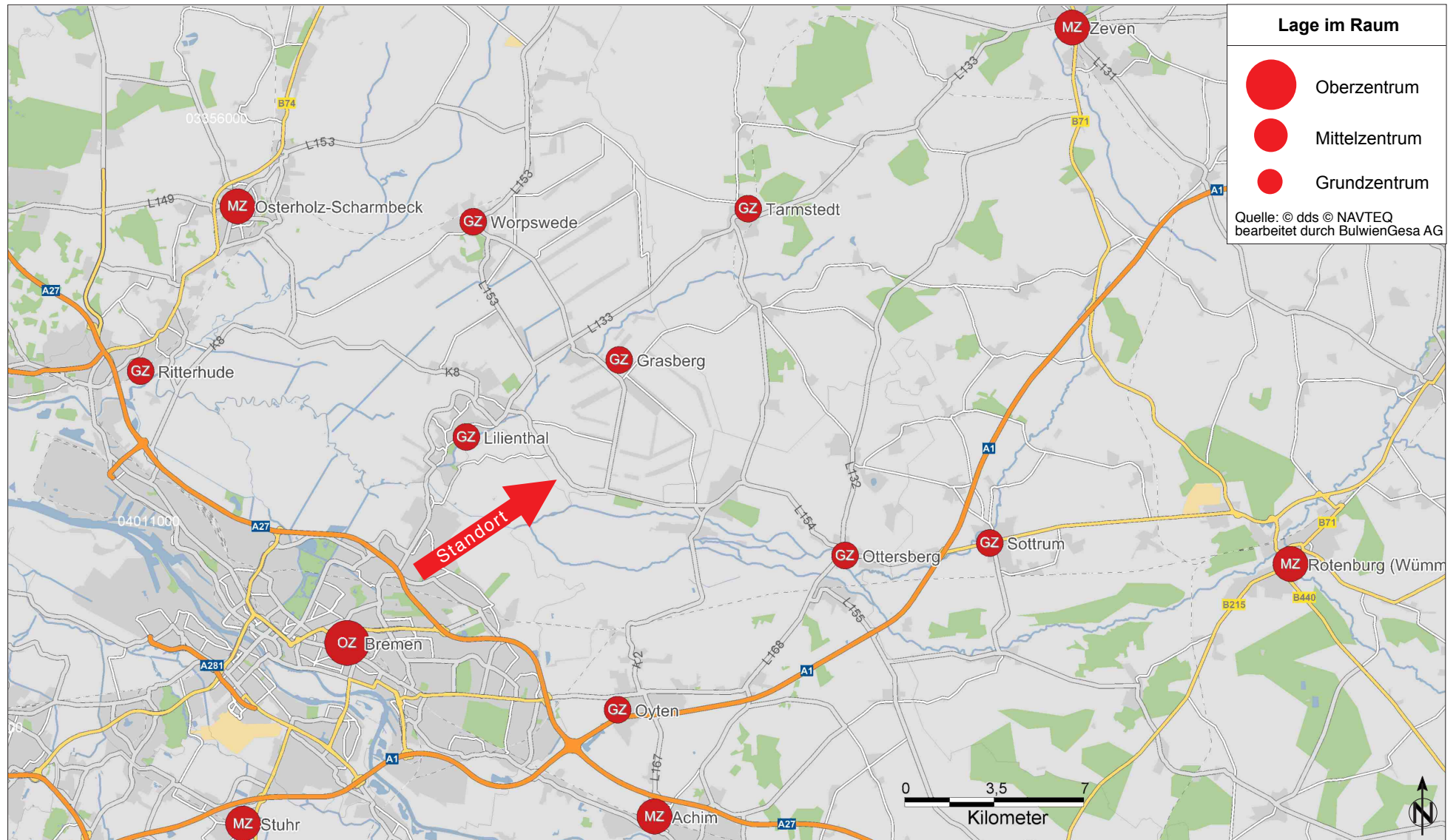
streckt. Entlang L 133 sind auch die meisten Lilienthaler Einzelhandelsbetriebe angesiedelt. Der zentralörtliche Versorgungskern mit annähernd durchgängigen Besatzstrukturen befindet sich ebenfalls an der Hauptstraße. Der Ortskern wird durch eine Umgehungsstraße von Durchgangsverkehren entlastet.

Lilienthal ist im Süden eng mit dem Bremer Stadtteil Borgfeld verflochten, in dem es in jüngerer Vergangenheit zu umfangreichen Wohnungsneubau kam.

Die L 113 ist für die innerörtliche Erschließung wie auch für übergemeindliche Verkehrsanbindung die maßgebliche Verkehrsachse. Hierüber ist Lilienthal an das Bremer Stadtgebiet angebunden und besteht eine Anbindung an die A 27 (Anschlussstelle Horn-Lehe). Weitere Querverbindungen zu den Nachbarorten und zur Kreisstadt Osterholz-Scharmbeck verlaufen über Kreis- und Landstraßen mit tlw. schwächerem Ausbaugrad. Eine günstige Anbindung an das Bundesstraßennetz ist nicht gegeben. Seebergen wird über die L 154 erschlossen.

Wie in nachfolgender Übersicht dargestellt, ist in Lilienthal wie auch im gesamten Landkreis Osterholz von einer überwiegend durch Einfamilienhaus-Bebauung geprägten Siedlungsstruktur auszugehen, während verdichteter Mietwohnungsbau kaum vertreten ist.

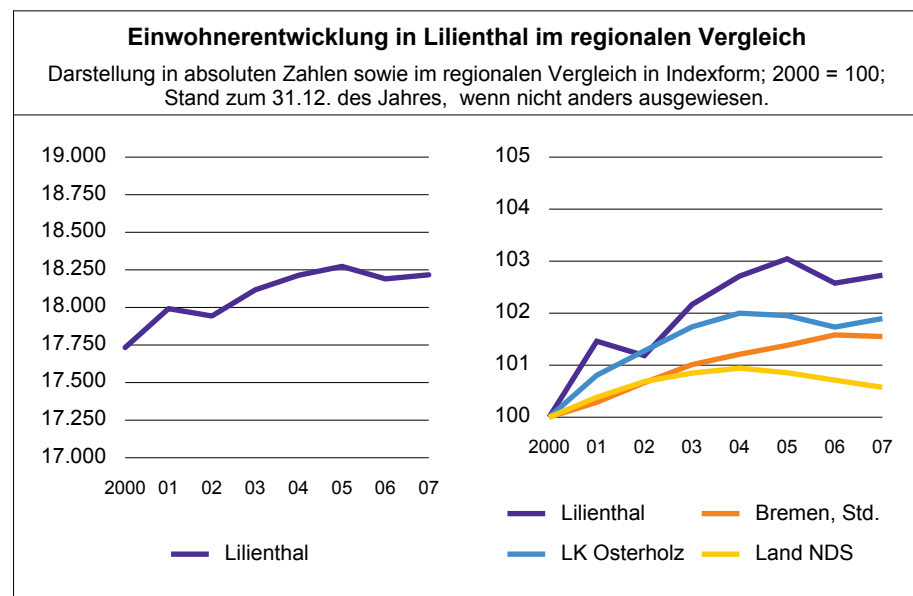
Gebäudestruktur im Vergleich			
	Anteil Gebäude mit 1 Wohnung	Anteil Gebäude mit 2 Wohnungen	Anteil Gebäude mit 3 u. mehr Whg.
Lilienthal	78,2 %	15,0 %	6,9 %
LK Osterholz-Scharmbeck	77,8 %	16,5 %	5,7 %
Stadt Bremen	59,1 %	16,3 %	24,6 %
Land Niedersachsen	70,0 %	18,2 %	11,8 %
Quelle: Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie; Stand 31.12.2007			



2.2 Bevölkerungsentwicklung- und prognose

Die Gemeinde Lilienthal zeigt in der Tendenz eine kontinuierlich steigende Bevölkerungsentwicklung, wobei sich der Trend in jüngerer Vergangenheit abgeflacht hat. Die Stadt Bremen und der Landkreis Osterholz-Scharmbeck weisen eine vergleichbare Entwicklung auf.

Lt. Statistischem Landesamt Niedersachsen wird für den gesamten Landkreis Osterholz-Scharmbeck bis zum Jahr 2015 nur noch ein geringer Bevölkerungszuwachs von 0,56 % prognostiziert.



Quelle: Statistisches Landesamt, Riwis

2.3 Haushaltsstruktur

In Lilienthal sind ältere Haushaltsvorstände über 50 Jahre überdurchschnittlich und junge Haushaltsvorstände unter 40 Jahren unterdurchschnittlich vertreten. Aus dieser Altersstruktur dürfte sich auch der relativ hohe Anteil von kinderlosen Mehrpersonenhaushalten begründen.

Im gesamten Landkreis Osterholz-Scharmbeck sind dagegen Mehrpersonenhaushalte mit Kindern deutlich stärker vertreten, so dass auch die ø Haushaltsgröße überdurchschnittlich hoch ausfällt.

Single-Haushalte und junge Haushaltsvorstände unter 30 Jahre sind in Lilienthal wie auch im gesamten Landkreis unterrepräsentiert.

Haushaltsstruktur in Lilienthal im Vergleich zur Region								
	Lilienthal		LK Osterholz		Bremen, Std.		Land NDS	
ø Haushaltsgröße	2,13		2,22		1,84		2,11	
Haushaltsstruktur	Anteil %	Index BRD=100	Anteil %	Index BRD=100	Anteil %	Index BRD=100	Anteil %	Index BRD=100
Single	35,6	93	34,2	90	48,4	127	38,8	101
Mehrpersonen kinderlos	34,4	112	32,7	107	28,8	94	30,5	99
Mehrpersonen mit Kindern	30,0	96	33,0	106	22,9	73	30,8	99
Haushaltsvorstand								
< 30 Jahre	7,9	69	8,9	78	13,5	118	11,3	99
30 < 40 Jahre	15,5	89	17,4	100	19,2	110	17,6	101
40 < 50 Jahre	21,7	102	21,9	103	19,5	92	21,2	100
50 > 60 Jahre	17,9	108	18,9	113	15,2	91	16,6	99
60 + Jahre	37,0	112	32,9	99	32,6	99	33,3	101

Quelle: GfK 2008

2.4 Pendler

Die Pendlerstatistik zeigt einen deutlichen Auspendlerüberschuss. Die Auspendler sind ganz überwiegend in die Stadt Bremen orientiert.

Bei insgesamt gut 4.000 SVP-Arbeitsplätzen pendeln immerhin aber auch über 2.700 Beschäftigte nach Lilienthal ein. Es ist von relativ intensiven arbeitsbedingten Verflechtungsbeziehungen auch zu den benachbarten Umlandgemeinden auszugehen.

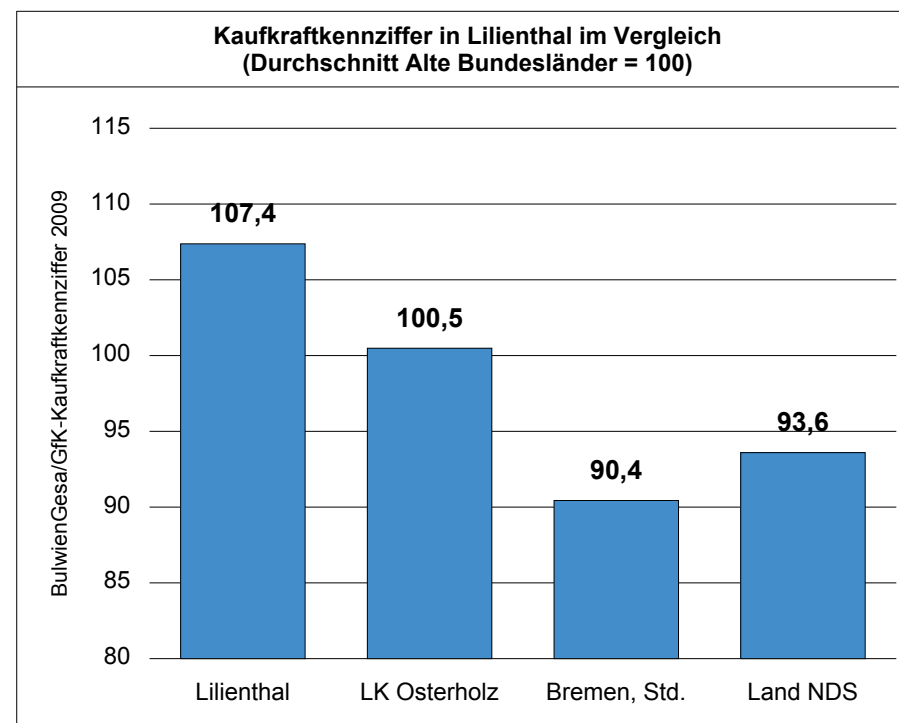
Pendlerverflechtungen in der Gemeinde Lilienthal zum 30.06.2008			
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte			
Wohnort/Arbeitsort	Einpendler aus	Auspendler nach	Saldo
Grasberg	414	130	284
Osterholz-Scharmbeck, Stadt	215	208	7
Ritterhude	60	44	16
Worpswede	270	98	172
übrige Gemeinden LK Osterholz	110	74	36
Tarmstedt	77	13	64
übrige Gemeinden LK Rotenburg (Wümme)	222	67	155
Achim, Stadt	26	55	-29
Ottersberg, Flecken	47	51	-4
übrige Gemeinden LK Verden	45	72	-27
übriges Land Niedersachsen	252	243	9
Bremen, Stadt	875	3.073	-2.198
übriges Land Bremen	12	38	-26
übriges Bundesgebiet	115	328	-213
Ein-/Auspendler gesamt	2.740	4.494	-1.754
Wohn- und Arbeitsort Gemeinde Lilienthal	1.283	1.283	
Beschäftigte am Arbeits- bzw. Wohnort Lilienthal	4.023	5.777	-1.754

Quelle: Bundesanstalt für Arbeit; Nürnberg; Stichtag 30.6.2008, eigene Berechnungen

2.5 Kaufkraftniveau

Die Gemeinde Lilienthal zeigt mit einer Kennziffer von 107,4 ein überdurchschnittlich hohes Kaufkraftniveau.

Das Kaufkraftniveau im gesamten Landkreis Osterholz entspricht in etwa dem Durchschnitt der Alten Bundesländer. Es liegt aber deutlich oberhalb des durchschnittlichen Niveaus des Landes Niedersachsen.



Fazit

Die von der Landesplanung als Grundzentrum eingestufte Gemeinde Lilienthal schließt unmittelbar nördlich an den Bremer Stadtteil Borgfeld an.

Lilienthal hat ein relativ weitläufiges, tlw. sehr ländlich geprägtes und dispers besiedeltes Gemeindegebiet. Der Kernort Lilienthal ist eindeutiger Siedlungsschwerpunkt. Hier ist entlang der Hauptstraße auch der zentralörtliche Versorgungsbereich vertreten.

Als Gemeinde im suburbanen Raum mit enger Verknüpfung zum Bremer Stadtgebiet ist Lilienthal als Wohnstandort für relativ kaufkraftstarke Bevölkerungsschichten zu qualifizieren, wobei ältere Ehepaare (über 50 Jahre) überdurchschnittlich vertreten sind. Einfamilienhausstrukturen (mit Gärten) sind in Lilienthal wie auch im gesamten Landkreis Osterholz stark ausgeprägt.

3 MIKROSTANDORT

Lage und Umfeldgegebenheiten

Der Standort des Untersuchungsobjektes befindet sich im Lilienthaler Ortsteil Seebergen und nimmt dort eine Lage an der Seeberger Landstraße ein.

Der Ortsteil Seebergen liegt ganz im Osten des Gemeindegebietes und grenzt an die Gemarkungsgrenzen von Grasberg und Ottersberg an. Die Entfernung zum innerörtlichen Zentrum (Hauptstraße) im Kernort Lilienthal beträgt ca. 5 km (Luftlinie).

Bei Seebergen handelt es sich um einen sehr dünn besiedelten, dörflich geprägten Ortsteil mit rd. 800 Einwohnern. Das Siedlungsgefüge wie auch der Standort sind eingebettet in weitläufige, landwirtschaftlich genutzte Flächenareale. Siedlungsstrukturelle Verdichtungen (Einfamilienhäuser, Höfe) befinden sich in aufgelockerter Form vor allem straßenbegleitend entlang von Bergstraße und Am Mühlenberg.

In Seebergen sind u. a. Grundschule, Sportplatz/Sporthalle, Tennisplatz, Dorfgemeinschaftshaus und Reitplatz (Ponyhof Seebergen) ansässig.

Verkehrsanbindung

Das Untersuchungsobjekt liegt gut sichtbar unmittelbar an der Seeberger Landstraße. Die nur sehr mäßig frequentierte, zweispurige Seeberger Landstraße ist als L 154 Bestandteil des Lilienthaler Hauptverkehrsgerüsts.

Die L 154 mündet im Westen in die Lilienthaler Hauptverkehrsachse L 133 und führt in Richtung Osten zum Nachbarort Ottersberg.

Durch die Anbindung der Seeberger Landstraße an die L 133 ist der Standort bei Berücksichtigung der handels- und branchenspezifisch niedrigen Kundenfrequenzen von Gartenmärkten akzeptabel aus dem stark ländlich geprägten Bereich zwischen Bremen und Osterholz-Scharmbeck erreichbar.

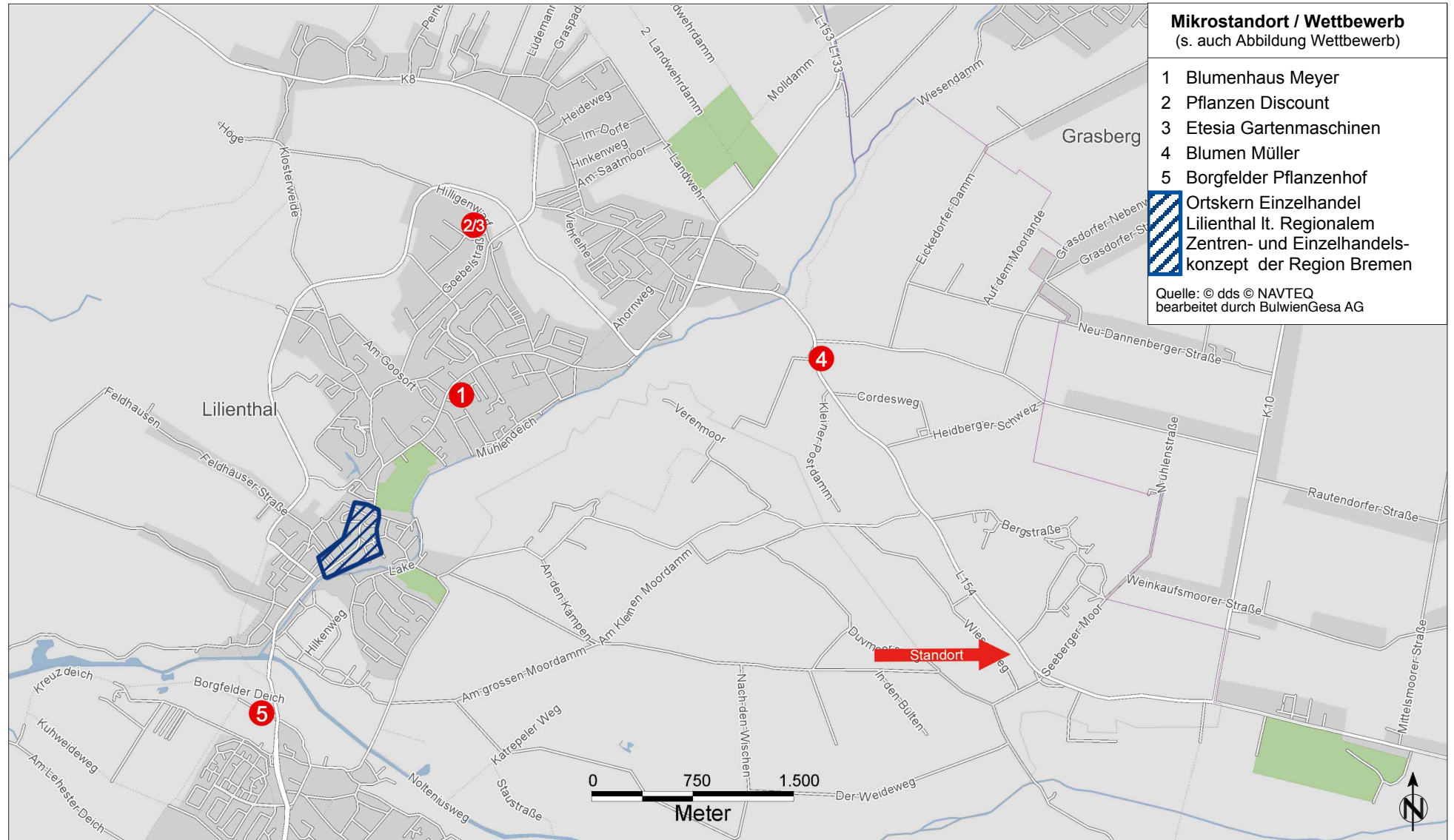
Ansonsten besteht zum regional bedeutsamen Straßennetz (Bundesstraßen, Autobahnen) eine relativ abseitige Lage, was auf das Einzugsgebiet einen begrenzenden Einfluss nimmt.

Fazit

Das Untersuchungsobjekt liegt mit seinem Standort im Ortsteil Seebergen deutlich außerhalb des zentralen Siedlungsgebietes der Gemeinde Lilienthal. Damit besteht eine Lageklassifikation, die nach Ziffer 2.3/Abs.03 Satz 5 Niedersächsisches Landesraumordnungsprogramm Sondergebietsausweisungen nicht zu lässt.

Der Standort steht im Kontext zum stark dörflichen Charakter von Seebergen und dem durch landwirtschaftliche Nutzungen geprägten Umfeld. Insofern passt sich ein Pflanzen- und Gartenmarkt themenspezifisch gut in die Umfeldgegebenheiten ein.

Die Standortfaktoren Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit sind unter Beachtung branchen- und vertriebsformenspezifisch geringer Kundenfrequenzierungen akzeptabel.



4 ANGABEN ZUM PROJEKT

Bestandssituation (s. Luftbild Seite 12)

Das Grundstück des Pflanzenhof der Gebr. Weingärtner verfügt über einen nahezu rechtwinkligen Grundriss. Die kundenzugängliche Verkaufsfläche umfasst insgesamt ca. 14.200 qm und besteht aus einem Freiflächenareal von ca. 12.500 qm und Flächen in Gewächshäusern mit zusammen ca. 1.700 qm.

Der jahrzehntelang ansässige Pflanzenhof ist aus einem Anbaubetrieb mit angeschlossenen Verkauf hervorgegangen. Inzwischen steht der Handel und nicht mehr der Anbau im Vordergrund.

Über eine adäquate Verkaufsausstattung bzw. kundenfreundliche Verkaufseinrichtungen und Warenpräsentationen verfügt der Pflanzenhof nicht. Die etwa 40 Jahre alten Gewächshäuser sind stark schadhaft und müssen durch Neubauten ersetzt werden. Bei tlw. niedrigen Deckenhöhen wird die Ware ohne Warenträger überwiegend auf dem Boden angeboten.

Der akute Sanierungsbedarf ist Anlass für eine zeitgemäße Umstrukturierung und Modernisierung des Pflanzenhofes.

Das Angebotsspektrum konzentriert sich gegenwärtig auf die nicht zentrenrelevanten Kernsortimente Lebendpflanzen, Terrakotta/Pflanzgefäße sowie Dünger und Erde. Mit einem Anteilswert von rd. 96 % an der Verkaufsfläche liegt der Angebotsschwerpunkt eindeutig bei Lebendpflanzen. Terrakotta/Pflanzgefäße werden im Außenbereich präsentiert.

Planvorhaben

Geplant ist primär eine zeitgemäße Umstrukturierung und Modernisierung der Warenpräsentation. Hierzu ist der Neubau von Gewächshäusern mit insgesamt ca. 3.000 qm Verkaufsfläche vorgesehen. Das kundenzugängliche Freiflächenareal soll künftig noch ca. 11.000 qm umfassen.

Eine Flächen-Erweiterung ist damit nicht projektiert. Vielmehr reduziert sich die Gesamt-Verkaufsfläche - durch eine ebenfalls vorgesehene Stellplatz-Erweiterung - geringfügig um 200 qm auf künftig ca. 14.000 qm.

Die Warenpräsentation soll über mehrere Gewächshäuser themenspezifisch akzentuiert und strukturiert werden und dem Kunden auch Gestaltungsideen vermitteln. Ihre Lage ist noch nicht festgelegt.

Wie in nachfolgender Übersicht dargelegt, bleibt der Sortimentschwerpunkt mit einem Flächenanteil von rd. 90 % auch künftig bei Lebendpflanzen.

Das Kernsortiment wird durch klassische Hartwaren des Gartenbedarfs (Gartengeräte, -grill und -technik) in einem geringen Umfang komplementiert.

Zur Arrondierung des Kernsortimentes sind Angebote aus den Bereichen Gartenmöbel, Keramik/Geschenkartikel und Weine vorgesehen. Diese Sortimentsbestandteile dienen der themenspezifischen Inszenierung und Warenpräsentation. Sie erhalten keinen eigenständigen Charakter innerhalb des Gesamt-Sortimentes. Dies gilt auch für Gartenmöbel, die nicht durch eine Abteilung angeboten werden, sondern der Akzentuierung verschiedener Garten-Themen dienen.

Bestand / Planvorhaben im Vergleich				
Sortiment	VKF alt qm	Flächenanteil %	VKF neu qm	Flächenanteil %
Pflanzen inkl. Zimmerpflanzen	13.595	95,7 %	12.650	90,4 %
Pflanzgefäße (Terracotta - Outdoor)	500	3,5 %	700	5,0 %
Erde/Dünger	105	0,7 %	120	0,9 %
Gartengeräte, Grill, Eisenwaren			90	0,6 %
Wasser-/Lichttechnik			140	1,0 %
Kernsortiment (Pflanzen / Gartenbedarf) gesamt	14.200	100,0 %	13.700	97,9 %
Gartenmöbel			220	1,6 %
Indoor-Keramik / Geschenkideen			70	0,5 %
Toscana-Weine			10	0,1 %
Gesamt	14.200	100,0 %	14.000	100,0 %
Quelle: Auftraggeber; siehe auch detaillierte Sortiments- und Flächenstrukturen im Anhang				

Fazit

Mit dem Planvorhaben ist keine Erweiterung der Gesamt-Verkaufsfläche des Pflanzenhofes vorgesehen.

Vielmehr ist aus Anlass eines akuten Sanierungsbedarfes eine Modernisierung des alteingessenen Betriebes mit der Zielsetzung einer zeitgemäßen und kundenfreundlichen Warenpräsentation angestrebt.

Der Angebotsschwerpunkt verbleibt eindeutig bei Lebendpflanzen und wird in einem sehr moderaten Umfang um neue Sortimente ergänzt, die primär einer themenspezifischen Akzentuierung der Warenpräsentation dienen. Der Charakter eines Pflanzenhofes bleibt erhalten.

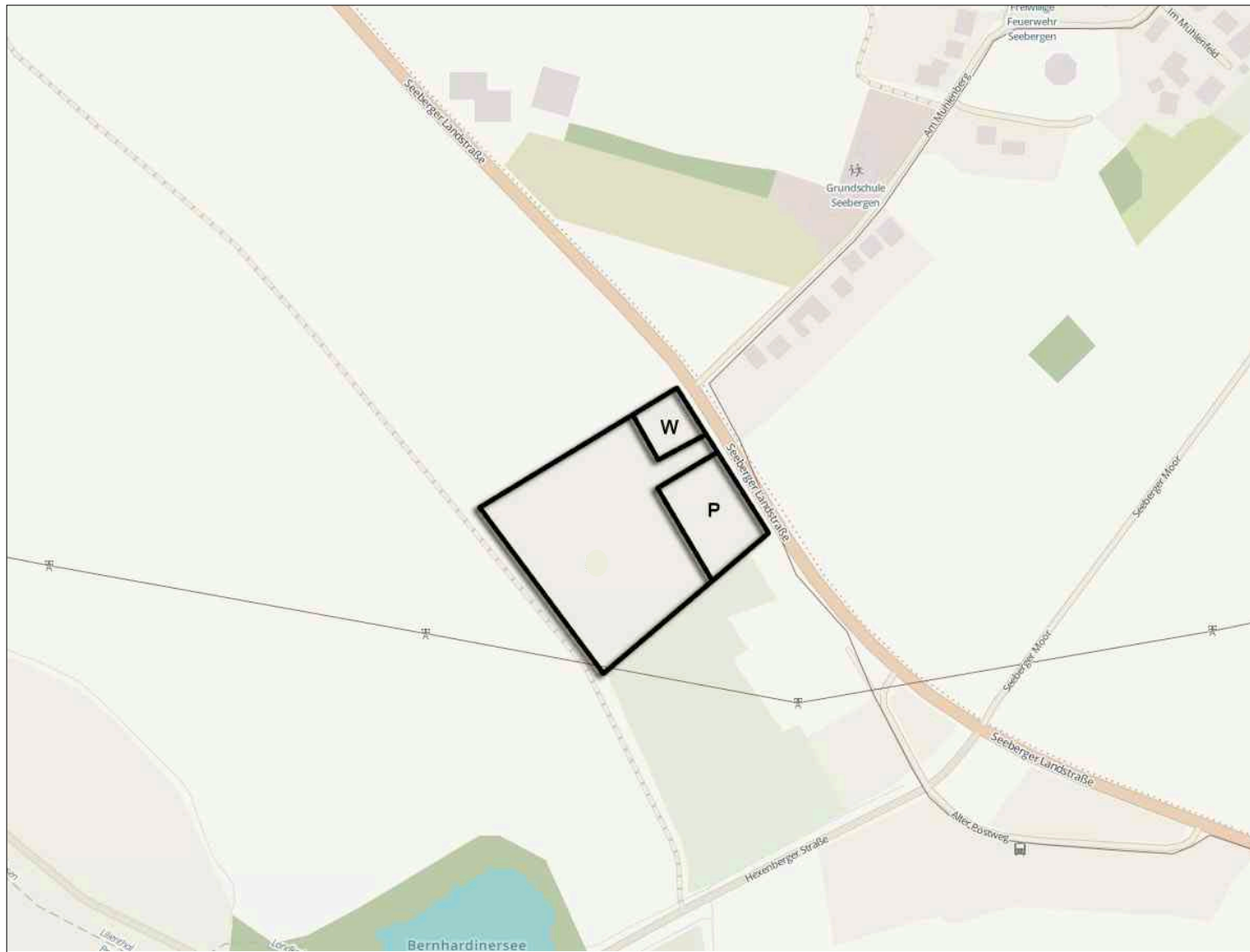


Abbildung 3
Mikro-Standort Pflanzenhof

Die Abbildung gibt die Ausgangslage wieder. Der mit dem Wohnhaus ("W") und zugehörigem Garten bebaute Bereich ist nicht Gegenstand der Neuplanung. Der vorhandene Stellplatz "P" soll erweitert; die abgängigen Gewächshäuser etwas versetzt neu errichtet werden. Durch den größeren Stellplatz reduziert sich die Gesamt-Verkaufsfläche leicht.

Kartengrundlage: OSM
Lizenz: Open Database License (ODBL)
bearbeitet durch BulwienGesa AG



5 EINZUGSGEBIET / NACHFRAGEVOLUMEN

Abgrenzung

Die Abgrenzung und Definition des projektrelevanten Einzugsgebietes orientiert sich an folgenden Faktoren:

- Lage und Positionierung des Bestandsobjektes im suburbanen Raum des nördlichen Bremer Umlandes.
- Wettbewerbs- und Konkurrenzbeziehungen zu alternativen Zentren, Geschäftslagen und Einkaufsorten.
- Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit.

Maßgeblich zur Abgrenzung des Einzugsgebietes für den Pflanzenhof ist eine empirische Fundierung durch Auswertung der Einkäufe mit Kundenkarten, welche in etwa zwei Drittel des Umsatzes ausmachen und Auskunft über die Kundenherkunft geben. Die Intensität der Marktgebietsdurchdringung wurde aus dem Anteilswert der Kunden an den Einwohnerzahlen je Gemeinde bzw. Postleitzahlbezirk gemessen.

Hiernach wird eine Einzugsgebiet abgegrenzt, das neben der Gemeinde Lilienthal noch die Nachbargemeinden Grasberg, Worpswede, Ottersberg und Tarmstedt sowie nördliche Randbereiche der Stadt Bremen (Borgfeld, Horn-Lehe, Oberneuland) umfasst und insgesamt rd. 100.400 Einwohner zählt.

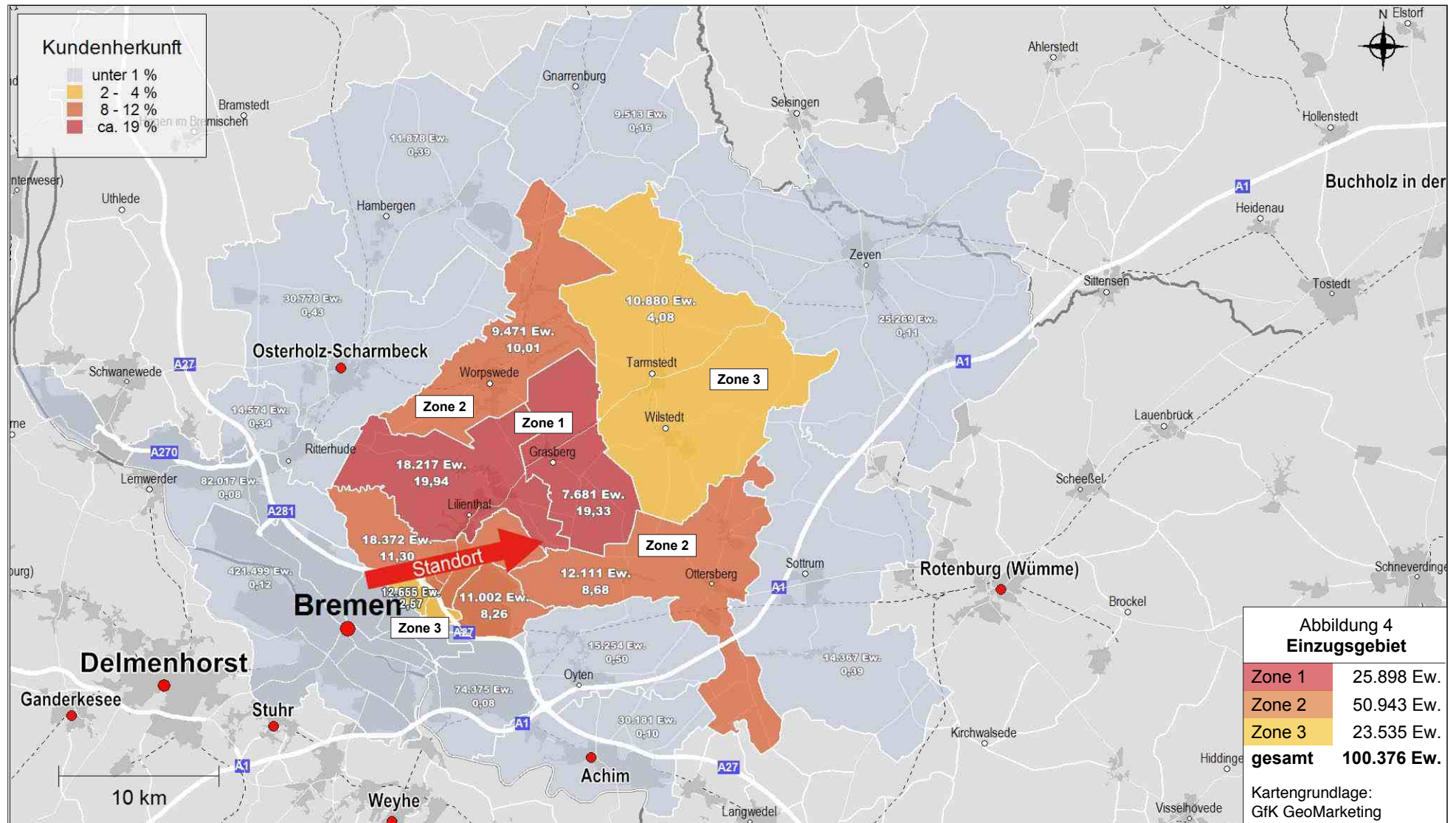
Je nach Intensität der Marktgebietsdurchdringung (Kundenanteil an der Einwohnerzahl) wird dieses Einzugsgebiet in 3 Marktzonen gegliedert.

Die Marktzone 1 besteht aus den Gemeinden Lilienthal und Grasberg mit zusammen 25.898 Einwohnern. In beiden Gemeinden erreicht der Pflanzenhof die intensivste Marktgebietsdurchdringung mit einem Kundenanteil von knapp 20 % an der Einwohnerzahl.

In der Marktzone 2 werden die Nachbargemeinden Worpswede und Ottersberg sowie nördliche Randbereiche der Stadt Bremen mit zusammen insgesamt 50.943 Einwohnern berücksichtigt. Die Bremer Randbereiche bestehen aus Borgfeld (PLZ-Bezirk 28357) und Oberneuland (PLZ-Bezirk 28355). Die Marktgebietsdurchdringung erreicht eine mittlere Intensität. Der Kundenanteil an der Einwohnerzahl liegt in einer Spannbreite von rd. 8 % bis rd. 11 %.

In der Marktzone 3 werden Gebietseinheiten mit geringer Marktgebietsdurchdringung zusammengefasst. Die Zone besteht aus der SG Tarmstedt (PLZ-Bezirk 27412) und aus Bremen Horn-Lehe (PLZ-Bezirk 28359) mit zusammen 23.535 Einwohnern. Die Kundenanteile an der Einwohnerzahl liegen für Tarmstedt bei rd. 4 % und für Horn-Lehe bei rd. 2,6 %.

Aus diesem definierten Einzugsgebiet stammen rd. 89 % aller Kunden mit Kundenkarte. Die Herkunft der restlichen 11 % verteilt sich ohne Schwerpunktbildung auf ein weitläufiges Gebiet, das sich ringförmig um das Einzugsgebiet erstreckt. Die Kundenanteile an den Einwohnerzahlen der jeweiligen Gebietseinheiten fallen mit Werten unter 0,5 % sehr gering aus.



Nachfragevolumen

Unter Beachtung des jeweiligen gebietsspezifischen Kaufkraftniveaus ermittelt sich für das gesamte definierte Einzugsgebiet ein einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen für das Kernsortiment (Pflanzen und Gartenbedarf) in Höhe von rd. 10,1 Mio. Euro p. a.

Die Ermittlung beruht auf einem durchschnittlichen Verbrauchsausgabensatz je Einwohner in den Alten Bundesländern in Höhe von 97 Euro p. a. Dieser Pro-Kopf-Ausgabenbetrag deckt das Kernsortiment ab und beinhaltet alle Pflanzensortimente¹, den biologisch-chemischen Bedarf (Erde/Dünger), Garten- und Grillgeräte, Ton-, Keramik- und Terrakottaware für den Garten, Wasser- und Lichttechnik für den Garten, Teichausstattung sowie Eisenwaren für Garten und Balkon.

Nachfragevolumen im Einzugsgebiet "Kernsortiment"				
Warengruppen	Nachfragevolumen in Mio. Euro p. a.			
	Zone 1	Zone 2	Zone 3	Einzugsgebiet gesamt
Pflanzen / Gartenbedarf	2,6	5,3	2,2	10,1
Rundungsdifferenzen möglich				

¹ Beet-, Balkon- und Zimmerpflanze, Obst- und Ziergehölze, Stauden, Blumenzwiebeln

6 WETTBEWERB

6.1 Angebots- und Wettbewerbsstrukturen im Einzugsgebiet

Die relevanten Wettbewerbsstrukturen im Kernsortiment (Pflanzen/Gartenbedarf) sind zusammengefasst in nachfolgender Tabelle dargestellt.

Die Angaben zum Wettbewerb und zu den Verkaufsflächen wurden der BulwienGesa AG von Seiten des Kommunalverbundes Niedersachsen/Bremen e. V. zur Verfügung gestellt und punktuell durch eigene Recherchen ergänzt.

Kleinflächige Blumenläden wurden nur anteilig berücksichtigt, da Schnittblumen kein Sortiment des Planvorhabens sind.

Die Abgrenzung zentraler Geschäftslagen gegenüber dem restlichen Gemeindegebiet erfolgte entsprechend dem "Regionalen Zentren- und Einzelhandelskonzept Region Bremen".

Der zur weiteren Durchführung der Wirkungsanalyse notwendige Modellumsatz wurde auf Basis handels-, branchen- und vertriebsformenspezifischer Flächenauslastungen unter Beachtung von Vor-Ort-Eindrücke eingeschätzt.

Bedingt durch das EKZ Dodenhof mit Obi Bau- und Heimwerkermarkt/Gartencenter ist das untersuchungsrelevante Angebot in Ottersberg-Posthausen am stärksten ausgebaut. Ergänzend agieren hier auch Blumenhof Delorme und der Baumschulbetrieb Haase & Böschen mit einem Pflanzenhof.

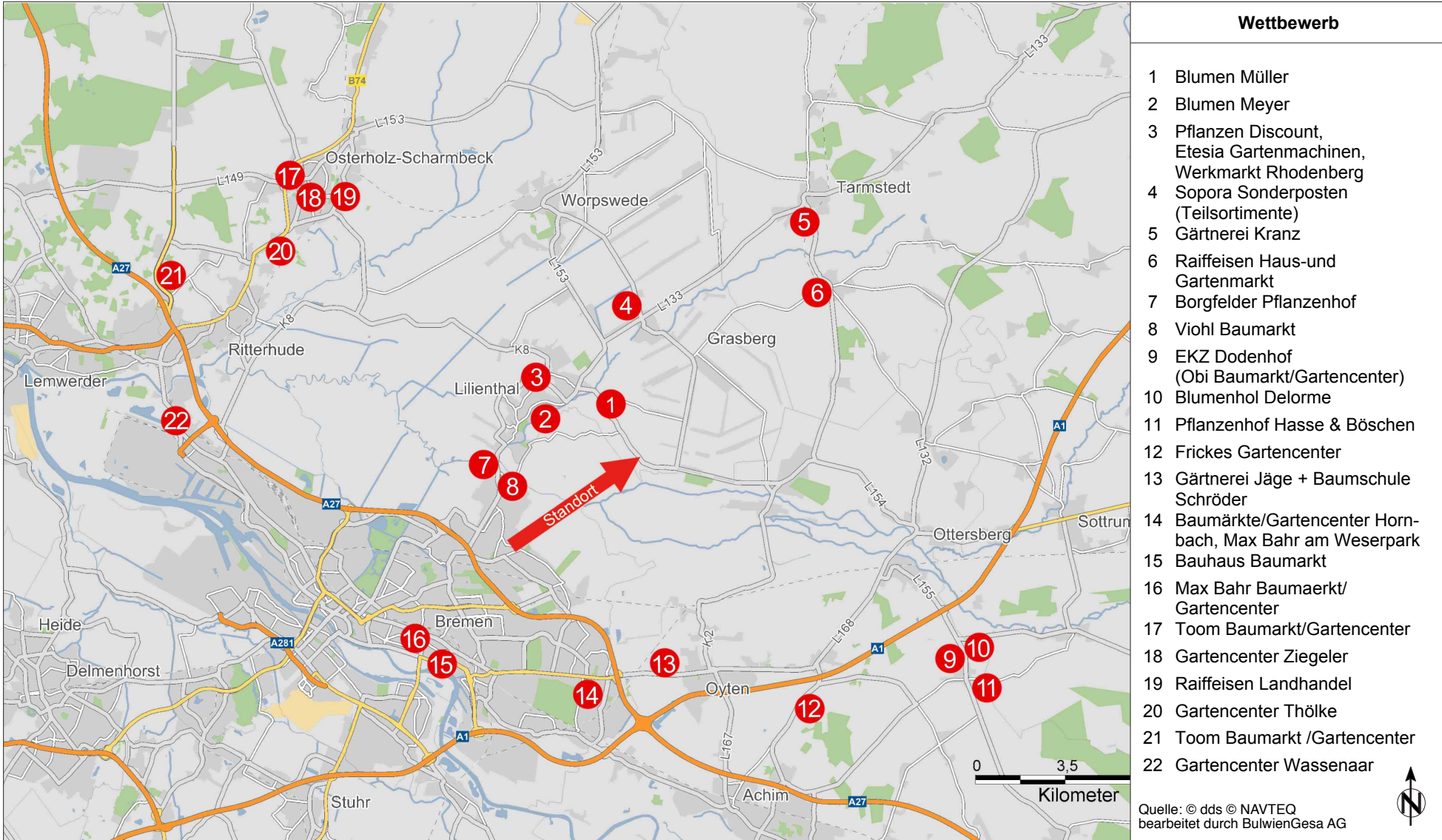
Das Angebot in Lilienthal ist primär in Streulagen und Gewerbegebietslagen angesiedelt und umfasst Blumen und Pflanzen (u. a. Pflanzen-Discount in Gewerbegebietslage, Blumenhaus Meyer an der Falkenberger Chaussee, Blumen Müller im Ortsteil Heidberg) sowie auch Gartenmaschinen und Gartengeräte (Etesia, Werkmarkt Rodenberg).

Das Angebot in den weiteren Gemeinden des Einzugsgebietes ist nicht sonderlich akzentuiert und besteht tlw. aus Teilsortimenten von Sonderpostenmärkten, Baumärkten und Raiffeisenmärkten.

Auch das Angebot im Bremer Teilbereich des Einzugsgebietes ist nicht sonderlich stark ausgeprägt. Hervorzuheben sind der Borgfelder Pflanzenhof und der Viohl Baumarkt, die in Randlage zum Lilienthaler Gemeindegebiet agieren.

Das untersuchungsrelevante Angebot ist in den definierten Ortskernlagen nur sehr marginal, überwiegend durch kleinflächige Blumenläden vertreten. Da sich das Angebot von Blumenläden stark über Schnittblumen profiliert, ist die Wettbewerbsintensität zu einem Pflanzenhof gering einzuschätzen.

Wettbewerb (Kernsortiment Pflanzen/Gartenbedarf) im Einzugsgebiet			
	VKF qm	Modellumsatz Tsd. Euro p. a.	Besatzstrukturen
Lilienthal Zentrum	35	130	2 Blumenläden
restl. Lilienthal	2.120	1.125	Blumenhaus/Gärtnerei Meyer, Pflanzendiscount, Etesia Gartenmaschinen, Rodenburg Werkmarkt (Teilsortimente), E-Neukauf (Teilsortimente), Blumen Müller, 5 Blumenläden
Lilienthal gesamt	2.155	1.255	ohne Untersuchungsobjekt
Grasberg Zentrum	40	100	1 Blumenladen, Eisenwaren Hilke (Teilsortimente)
restl. Grasberg	320	350	Sopora (Sonderposten) Teilsortimente, 2 Blumenläden
Grasberg gesamt	360	450	
Worpswede Zentrum	20	80	1 Blumenladen
restl. Worpswede	110	260	2 Blumenläden
Worpswede gesamt	130	340	
Ottersberg-Zentrum	10	40	1 Blumenladen im Ortskern Fischerhude
Ottersberg Dodenhof	4.800	4.600	Obi Gartencenter, Teilflächen im SB-Warenhaus und Kaufhaus
restl. Ottersberg	1.900	950	Blumenhof Delorme, Pflanzenhof Haase & Böschen, Holsten & Sohn Baumarkt (Teilsortimente), Blumen Buhlmann, 2 Blumenläden
Ottersberg gesamt	6.710	5.590	
Zentrum B.-Horn-Lehe	40	170	2 Blumenläden, Teilsortimente im Lestra Kaufhaus
Streulagen Bremen	985	1.450	Borgfelder Pflanzenhof, Viohl Baumarkt (Teilsortimente), Garland Gartengeräte, Behrens Gartenbedarf, 6 Blumenläden
Bremen PLZ-Bezirke 28355, 28357, 28359 gesamt	1.025	1.620	
Tarmstedt Zentrum	50	100	Teilsortimente bei Wiegmann (Haushaltswaren, Baumarktsortimente)
restl. Tarmstedt	130	250	Gärtnerei Kranz (Laden), EMV Profi Baumarkt (Teilsortimente)
Tarmstedt gesamt	180	350	
Wilstedt gesamt	125	210	nur in Streulagen; Raiffeisen Haus- und Gartenmarkt (Teilsortimente), 1 Blumenladen
Einzugsgebiet gesamt	10.685	9.815	
Kleinfl. Blumenläden sind nur anteilig berücksichtigt (nur Pflanzen/Gartenbedarf keine Schnittblumen), traditionelle Baumschulbetriebe mit überw. Zucht- und Großhandelsfunktion sind nicht berücksichtigt.			
Quelle: Erhebungen, Datenbank Kommunalverbund Niedersachsen/Bremen punktuell ergänzt durch eigene Recherchen			



6.2 Angebots- und Wettbewerbsstrukturen außerhalb des Einzugsgebietes

Osterholz-Scharmbeck:

Das Einzelhandelsangebot im untersuchungsrelevanten Kernsortiment (Pflanzen/Gartenbedarf) der Kreisstadt Osterholz-Scharmbeck umfasst insgesamt ca. 5.450 qm Verkaufsfläche. Der Einzelhandelsumsatz wird auf ca. 3,8 Mio. Euro p. a. eingeschätzt.

Von dem Verkaufsflächenbestand entfallen ca. 950 qm auf die Innenstadt. Hervorzuheben ist das Gartencenter Ziegeler, das in einer innerstädtischen Nebenlage (Am Hang) auf insgesamt ca. 2.500 qm VKF agiert und auf gut 900 qm VKF Gartencenter-Kernsortimente anbietet. Des Weiteren besteht vor allem noch ein umfangreiches Angebot an Gartenmöbeln sowie arrondierenden Sortimenten aus den Segmenten Glas/Porzellan/Keramik und Geschenkartikel.

Das Angebot im weiteren Stadtgebiet mit insgesamt ca. 4.500 qm VKF wird durch das Gartencenter im Toom Baumarkt geprägt. Hervorzuheben sind auch das Gartencenter Thölken, der Blumen und Pflanzenhandel an der Bremer Heerstraße, die Gärtnereien Russmeier und Peper, eine Raiffeisen-Filiale sowie Teilsortimente im Jawoll Sonderpostenmarkt.

Ritterhude:

Das Einzelhandelsangebot im untersuchungsrelevanten Kernsortiment (Pflanzen/Gartenbedarf) im benachbarten Grundzentrum Ritterhude umfasst insgesamt ca. 3.500 qm VKF. Der Einzelhandelsumsatz wird auf ca. 3,5 Mio. Euro p. a. eingeschätzt.

Das Angebot im zentralen Ortskern ist mit 2 Blumenläden nur marginal ausgeprägt.

Maßgeblicher Anbieter ist der großformatige Toom Baumarkt (Gesamt-VKF ca. 8.200 qm) mit seinem Gartencenter (ca. 3.000 qm VKF), der in der Sondergebietslage Ihlpohl angesiedelt ist. Des Weiteren sind auch eine Raiffeisen-Filiale, die Gärtnerei/Gartenbau Mahlstedt sowie Teilsortimente im Real SB-Warenhaus marktwirksam.

EKZ Weserpark (Bremen-Osterholz):

Von hoher regionaler Marktbedeutung ist das Angebot im Umfeld des Einkaufszentrums Weserpark. In Anlehnung an das zugkräftige Einkaufszentrum agieren großformatige Baumärkte von Hornbach und Max Bahr.

Unter Berücksichtigung von 2 Blumenläden im EKZ und Teilsortimenten im Real SB-Warenhaus umfasst das Einzelhandelsangebot im untersuchungsrelevanten Kernsortiment (Pflanzen/Gartenbedarf) in dieser integrierten Gewerbegebietslage insgesamt ca. 5.400 qm Verkaufsfläche. Der Einzelhandelsumsatz wird auf ca. 5,5 Mio. Euro p. a. eingeschätzt.

Oyten / Bassen:

Im benachbarten Grundzentrum Oyten ist ein regional bedeutsames untersuchungsrelevantes Angebot vertreten, dessen Umsatzvolumen auf ca. 4 Mio. Euro p. a. veranschlagt wird.

Im Ortsteil Bassen bietet Fricke's Gartencenter auf über 80.000 qm Grundstücksfläche in zahlreichen Gewächshäusern und auf umfang-

reichen Freiflächen-Arealen eine umfassendes Angebot im untersuchungsrelevanten Kernsortiment.

Des Weiteren betreibt in Oyten am Oyterdamm die Gärtnerei Jäger eine Verkaufseinheit. Die Marktbedeutung dieses Wettbewerbers wird durch einen direkt gegenüber liegenden Baumschul-Betrieb (Schröder) gestärkt.

Sonstige:

In Bremen-Gröpelingen, Auf den Delben, ist mit dem Gartencenter Wassenaar ein leistungsfähiger Konkurrent vertreten. Das Gartencenter verfügt über ca. 6.000 qm Innenfläche, ca. 900 qm Kalthalle und ca. 3.000 qm attraktiv gestalteter Freifläche und ist über den Autobahnanschluss A 281 / A 27 gut zu erreichen.

Ansonsten ist generell noch auf den Wettbewerb mit Baumärkten hinzuweisen, die bei steigenden Tendenz bereits einen Marktanteil von über 20 % am gesamten Gartenmarktvolumen erreichen.

Insofern ist noch der weitere Baumarktbesatz in Bremen von Bedeutung. Aufzuführen sind vor allem die nördlich der Weser gelegenen Baumärkte von Max Bahr, Stresemannstraße, (ca. 9.800 qm Gesamt-VKF, ca. 2.000 qm Gartencenter) und Bauhaus, Pfalzburger Straße (ca. 5.700 qm Gesamt VKF, ca. 1.100 qm Gartencenter).

Fazit

Innerhalb des definierten Einzugsgebietes nimmt - hervorgerufen durch das EKZ Dodenhof (mit Obi Baumarkt) - vor allem das Angebot im Grundzentrum Ottersberg eine hervorgehobene Marktstellung ein.

Das weitere Angebot agiert über einen relativ vielfältigen Mix verschiedener Vertriebswege, wobei kleinere und mittelgroße Gärtnereien sowie Blumen- und Pflanzenhöfe einen Schwerpunkt bilden.

In Ortskernlagen ist das Einzelhandelsangebot im untersuchungsrelevanten Kernsortiment (Pflanzen, Gartenbedarf) in aller Regel nur sehr marginal, meist durch kleinflächige Blumenläden vertreten.

Außerhalb des Einzugsgebietes besteht eine nicht unerhebliche untersuchungsrelevante Angebotsstruktur. Hervorzuheben sind der Wettbewerb durch Baumärkte (vor allem Weserpark und Ritterhude-Ihlpol), das Gartencenter Wassenaar in Bremen-Gröpelingen sowie das umfangreiche Gartencenter-Angebot in Oyten.

7 WIRKUNGSANALYSE

7.1 Umsatzleistung Pflanzenhof Lilienthal

Bestandsumsatz

Der zzt. erzielte Einzelhandelsumsatz des bestehenden Pflanzenhofes kann mit ca. 1 Mio. Euro p. a. veranschlagt werden. Dies bedeutet, dass rd. 8 % des relevanten Nachfragevolumens im definierten Einzugsgebiet durch das Untersuchungsobjekt abgeschöpft werden.

Die strukturelle Herkunft des Umsatzes nach Marktzonen korrespondiert mit einer von Seiten des Auftraggebers zur Verfügung gestellten Kunden- und Kassenauswertung. Der Umsatz stammt demnach schwerpunktmäßig aus den Marktzonen 1 und 2, während die Marktzone 3 eine deutlich schwächere Abschöpfungsquote aufweist. Externe Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Einzugsgebietes stellen einen Umsatzanteil von knapp 17 %. Diese Kunden stammen ohne Schwerpunkt aus sehr weitläufigen Umlandbereichen (siehe Abschnitt 5).

Bestandsumsatz Pflanzenhof Lilienthal					
Zone	Einwohner	Ausgaben- volumen	Abschöpfung	Umsatz	Umsatz- zusammenset- zung
		Tsd. Euro p. a.	%	Tsd. Euro p. a.	%
1	25.898	2.615	12,0	314	31,4
2	50.956	5.349	8,5	455	45,5
3	23.535	2.167	3,0	65	6,5
EZG	100.389	10.131	8,2	834	83,4
plus externer Zufluss				166	16,6
Umsatz (Pflanzen/Gartenbedarf) p. a.				1.000	100,0

Prognose

Durch eine nachhaltige Modernisierung sowie durch die Komplementierung des Kernsortimentes und eine themenspezifische Arrondierung der Sortimentsstrukturen kann es aus marktanalytischer Sicht zu einer deutlichen Umsatzsteigerung auf ca. 1,5 Mio. Euro kommen.

Im Kernsortiment (Pflanzen/Gartenbedarf) wird ein künftiges Umsatzvolumen in Höhe von ca. 1,38 Mio. Euro p. a. erwartet, was einer Umsatzsteigerung von 38 % entspricht. Aus ergänzenden Sortimenten resultiert ein zusätzliches Umsatzvolumen in Höhe von ca. 120 Tsd. Euro p. a.

Marktanalytisch ist zur Erzielung des Prognose-Umsatzes eine Steigerung der Kaufkraftabschöpfung des Nachfragevolumens (Kernsortiment) im Einzugsgebiet um 3 % auf künftig rd. 11 % notwendig. Eine dominante Marktpositionierung ist auf Basis dieser Abschöpfungsquote nicht erkennbar. An die 90 % der Nachfrage im Kernsortiment bleiben auch bei Modernisierung des Pflanzenhofes unberührt.

Wie im Einzelnen in der nachfolgenden Tabelle dargestellt, stammt der Umsatz auch künftig schwerpunktmäßig aus den Marktzonen 1 und 2. Durch eine nachhaltige Attraktivitätssteigerung dürfte sich die Marktdurchdringung in der Marktzone 3 auf Basis eines bislang niedrigen Ausgangsniveaus deutlicher intensivieren. Auch Streukundschaft von außerhalb des definierten Einzugsgebietes dürfte in einem etwas stärkeren Umfang mobilisiert werden.

Die Umsätze der ergänzenden Sortimente wurden auf Basis handelsüblicher und branchenspezifischer Kennziffern in die Umsatzprognose einbezogen. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass diese Artikel kein Vollsortiment darstellen, sondern das Kernsortiment (Pflanzen/Garten-

bedarf) themenspezifisch in einem moderaten Umfang arrondieren. Diese Sortimente sind somit primär von Auslastung und Kundenfrequentierung der Gesamt-Anlage abhängig, die bei Gartencentern mit umfangreichen Freiflächenarealen handelsüblich niedrig ausfällt.

Umsatzprognose Pflanzenhof Lilienthal						
	Einwohner	Ausgaben- volumen	Abschöpfung	Umsatz	Umsatz- zusammenset- zung	
		Tsd. Euro p. a.	%	Tsd. Euro p. a.	%	
					Herkunft	
1	25.898	2.615	14,0	366	26,5	
2	50.956	5.349	11,5	615	44,6	
3	23.535	2.167	7,0	152	11,0	
EZG	100.389	10.131	11,2	1.133	82,1	
plus externer Zufluss				247	17,9	
Umsatz (Pflanzen/Gartenbedarf) p. a.				1.380	100,0	92,0
zzgl. Gartenmöbel				50		3,3
zzgl. Weine/Geschenkartikel/Indoor-Keramik				70		4,7
Gesamtumsatz p. a.				1.500		100,0

Da es zu keiner Verkaufsflächenerweiterung kommt und die Sortimentsstruktur nur moderat ergänzt wird, ist die ausgewiesenen Umsatzsteigerung von insgesamt 50 % eine durchaus ambitionierte Zielgröße. Im Hinblick auf die Wirkungsanalyse führt dieser Projektumsatz somit in der Tendenz zu einer Worst-Case-Betrachtung.

7.2 Umsatzrekrutierung

In der nachfolgenden Tabelle ist die modellhaft anhand von Marktverteilungsrechnungen (vgl. Anhang 3) ermittelte Rekrutierung des zusätzlichen Umsatzes im Kernsortiment in Höhe 380 Tsd. Euro p. a. dargelegt. Neben Umverteilungseffekten gegenüber dem Wettbewerb im Einzugsgebiet ist die Verminderung von Kaufkraftabflüssen aus dem Einzugsgebiet ein wesentlicher Faktor der Umsatzrekrutierung.

Umsatzrekrutierung		
Zusatzumsatz bei Modernisierung (Kernsortiment: Pflanzen, Gartenbedarf)) durch:	Tsd.Euro p. a.	Anteil am Mehrumsatz in %
Umverteilung im EZG gesamt	150	39,5 %
davon:		
- Umverteilung Lilienthal	33	8,7 %
- Umverteilung Grasberg	9	2,4 %
- Umverteilung Worpswede	4	1,1 %
- Umverteilung Ottersberg	76	20,0 %
- Umverteilung Tarmstedt	5	1,3 %
- Umverteilung Wilstedt	2	0,5 %
- Umverteilung Bremen (Borgfelde, Oberneuland, Horn-Lehe)	21	5,5 %
Verminderung Kaufkraftabflüsse aus dem EZG gesamt	203	53,4 %
davon:		
- zum Weserpark	75	19,7 %
- nach Osterholz-Scharmbeck	35	9,2 %
- nach Oyten / Bassen	51	13,4 %
- nach Ritterhude	22	5,8 %
- sonstige Abflüsse	20	5,3 %
Erhöhung externer Kaufkraftzuflüsse (von außerhalb EZG)	27	7,1 %
Zusatzumsatz bei Modernisierung gesamt	380	100,0 %
Bestandsumsatz (wirkungsneutral)	1.000	
Ergänzungssortimente	120	
Umsatz Pflanzenhof modernisiert gesamt	1.500	
Rundungsdifferenzen sind möglich		

7.3 Umverteilung innerhalb des Einzugsgebietes

In nachfolgender Übersicht sind die zu erwartenden Umverteilungsquoten im Kernsortiment Pflanzen/Gartenbedarf gegenüber dem Wettbewerb im Einzugsgebiet dargelegt.

Die Abgrenzung zentraler Geschäftslagen gegenüber dem restlichen Gemeindegebiet erfolgte entsprechend dem "Regionalen Zentren- und Einzelhandelskonzept Region Bremen".

Im Ergebnis ermitteln sich nur sehr geringfügige Umverteilungsquoten, die sehr deutlich unterhalb der als kritisch eingestuften 10%-Schwelle verbleiben. Dies gilt auch für den konkurrierenden Bestand in der Gemeinde Lilienthal der mit einer durchschnittlichen Umverteilungsquote von lediglich 2,6 % betroffen ist.

Da das relevante Angebot ganz überwiegend in Streu- und auch in nicht integrierten Gewerbegebietslagen angesiedelt ist, fallen die Umverteilungseffekte gegenüber den zentralen Ortskernlagen noch geringfügiger aus. Das untersuchungsrelevante Angebot ist in den definierten Ortskernlagen nur sehr marginal, überwiegend durch kleinflächige Blumenläden vertreten. Da sich das Angebot von Blumenläden stark über Schnittblumen profiliert, ist die Wettbewerbsintensität zu einem Pflanzenhof gering einzuschätzen.

Die sehr niedrigen Umverteilungsquoten für einzelne Orte und Geschäftslagen resultieren auch aus der weitläufigen Verteilung des betroffenen Angebotes über das gesamte Einzugsgebiet.

Ferner ist von Bedeutung, dass bei nachhaltiger Attraktivierung und Modernisierung des Untersuchungsobjektes die Umorientierung von bisher nicht im Einzugsgebiet gebundenen Kaufkraftabflüssen ein wesentlicher Aspekt der Umsatzrekrutierung ist.

Umverteilungsquoten (Kernsortiment) im Einzugsgebiet				
	Umsatz IST	Umsatz KÜNFTIG	Projekturns. durch Um- verteilung	Umvertei- lungs- quote %
	Tsd. Euro	Tsd. Euro	Tsd. Euro	
Lilienthal Ortskern	130	129	1	-0,8 %
restl. Lilienthal	1.125	1.093	32	-2,8 %
Lilienthal gesamt	1.255	1.222	33	-2,6 %
Grasberg Ortskern	100	99	1	-1,0 %
restl. Grasberg	450	442	8	-1,8 %
Grasberg gesamt	550	541	9	-1,6 %
Worpswede Ortskern	80	80	0	0,0 %
restl. Worpswede	260	256	4	-1,5 %
Worpswede gesamt	340	336	4	-1,2 %
Ottersberg Ortskern Fischerhude	40	40	0	0,0 %
Ottersberg Dodenhof	4.600	4.540	60	-1,3 %
restl. Ottersberg	950	934	16	-1,7 %
Ottersberg gesamt	5.590	5.514	76	-1,4 %
Zentrum B.-Horn-Lehe	170	169	1	-0,6 %
Streulagen Bremen	1.450	1.430	20	-1,4 %
Bremen PLZ-Bezirke 28355, 28357, 28359 gesamt	1.620	1.599	21	-1,3 %
Tarmstedt Ortskern	100	99	1	-1,0 %
restl. Tarmstedt	250	246	4	-1,6 %
Tarmstedt gesamt	350	345	5	-1,4 %
Wilstedt gesamt (nur Streulagen)	210	208	2	-1,0 %
Umverteilung im EZG gesamt	9.915	9.765	150	-1,5 %

7.4 Verminderung von Kaufkraftabflüssen

Die Verminderung von Kaufkraftabflüssen im Kernsortiment ist ein wesentlicher Aspekt der Umsatzrekrutierung. An der Peripherie des Einzugsgebietes agieren attraktive und einzelhändlerisch zugkräftige Einkaufsalternativen (siehe Abschnitt 6.2).

Aktuell fließen jährlich ca. 3,6 Mio. Euro an Kaufkraft aus dem definierten Einzugsgebiet (siehe Marktverteilungsrechnung im Anhang 3). Bei einer nachhaltigen Modernisierung des Untersuchungsobjektes sollte ein Volumen von ca. 200 Tsd. Euro dieser Kaufkraft umorientiert werden können.

Für die maßgeblichen Einkaufsalternativen führt diese Kaufkraftumlenkung zu folgenden Umverteilungsquoten:

Umverteilungsquoten (Kernsortiment) Einkaufsalternativen außerhalb des Einzugsgebietes				
	Umsatz IST	Umsatz KÜNFTIG	Projekturns. durch Um- verteilung	Umvertei- lungs- quote
	Tsd. Euro	Tsd. Euro	Tsd. Euro	%
Weserpark	5.500	5.425	75	-1,4 %
Osterholz Scharmbek	3.800	3.765	35	-0,9 %
Oyten/Bassen	4.000	3.949	51	-1,3 %
Ritterhude	3.500	3.478	22	-0,6 %
Gesamt	16.800	16.617	183	-1,1 %

Weitere ca. 20 Tsd. Euro resultieren aus der Umlenkung sonstiger Abflüsse, die zzt. zu diversen Anbietern orientiert sind.

Für diese Einkaufsalternativen resultieren hieraus nur sehr geringe und verträgliche Umverteilungseffekte, wobei die Baumärkte am Weserpark und das umfangreiche Gartencenter-Angebot in Oyten/Bassen etwas stärker, aber letztlich dennoch nur marginal betroffen sein werden.

Für das relativ vielfältige untersuchungsrelevante Angebot in der Kreisstadt Osterholz-Scharmbeck sind bei einer Umverteilungsquote von knapp 1 % keine wesentlichen Beeinträchtigungen erkennbar.

Die insgesamt sehr niedrigen Umverteilungsquoten resultieren auch daraus, dass die Einkaufsalternativen weiträumige bzw. andere Einzugsbereiche ansprechen und das projektrelevante Einzugsgebiet diesbezüglich nur einen Teilraum darstellt.

7.5 Zentrenrelevanz

Bei dem Kernsortiment (Pflanzen, Gartenbedarf) des Untersuchungsobjektes, wie auch bei dem Ergänzungssortiment Gartenmöbel handelt es sich gemäß Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen 2008 eindeutig um nicht zentren- bzw. innenstadtrelevante Sortimente, wie sie etwa im Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen 2008 in den Erläuterungen zu Abschnitt 2.3 "Entwicklung der Versorgungsstrukturen" definiert werden. Hiernach sind Kernsortimente nicht innenstadtrelevant, wenn sie aufgrund ihres Flächen- bzw. Transportbedarfs überlicherweise nicht in der Innenstadt angesiedelt werden und dort auch die städtebaulichen Strukturen stören können. Als Beispiele werden hier neben Möbel-, Bau- und Heimwerkermärkten auch Gartencenter namentlich aufgeführt².

Auch im Regionalen Zentren- und Einzelhandelskonzept der Region Bremen (Endbericht) werden Pflanzen, Gartenbedarf und Gartenmöbel eindeutig den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet (siehe Sortimentsliste im Anhang).

Im Untersuchungsraum hat das Kernsortiment (Pflanzen, Gartenbedarf) keinen prägenden Einfluss auf Einzelhandelsstrukturen in zentralörtlichen Versorgungsbereichen (Ortskerne).

In nachfolgender Übersicht wird aufgezeigt, dass das Kernsortiment nur mit geringen Verkaufsflächenanteilen in den Ortskernen vertreten ist. Wird weiterhin berücksichtigt, dass dieses Angebot nur durch sehr marginale Umverteilungseffekte mit Quoten von max. bis zu 1 % betroffen (siehe Abschnitt 7.3) ist, können wesentliche Beeinträchtigungen dieser Ortskernlagen ausgeschlossen werden.

² siehe Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen 2008 in den Erläuterungen zu Abschnitt 2.3 Ziffer 03 -Entwicklung der Versorgungsstrukturen-

Zentrenrelevanz von Gartencenter-Kernsortimenten			
	VKF gesamt	VKF (Pflanzen/ Gartenbedarf)	VKF-Anteil Pfl./Gartenbedarf an Gesamt-VKF
	qm	qm	%
Ortskern Lilienthal	4.550	35	0,8 %
Ortskern Grasberg	2.125	40	1,9 %
Ortskerne Ottersberg + Fischhude	3.875	10	0,3 %
Ortskern Worpswede	4.375	20	0,5 %
Ortskern Tarmstedt	3.250	50	1,5 %
Stadtteilzentrum Horn-Lehe	4.475	40	0,9 %
Innenstadt			
Osterholz-Scharmbeck	12.050	935	7,8 %
Gesamt	34.700	1.130	3,3 %
Quellen: Regionales Zentren- und Einzelhandelskonzept Region Bremen; eigene Erhebungen			

Gartenmöbel

Im Rahmen der Modernisierung ist eine Verkaufsfläche von ca. 220 qm für Gartenmöbeln eingeplant. Gartenmöbel sollen nicht in einer einheitlichen Abteilung angeboten werden, sondern sie dienen zur Arrondierung einer themenspezifisch strukturierten Warenpräsentation. Das Angebot an Gartenmöbel hat entsprechend nur einen ergänzenden Charakter, ist nicht voll sortiert und erreicht an der gesamten Verkaufsfläche nur einen Anteilswert von 1,6 %. Der Umsatz mit Gartenmöbeln kann auf ca. 50 Tsd. Euro p. a. veranschlagt werden.

Wie aufgeführt gelten Gartenmöbel als nicht zentrenrelevante Sortimente, was im Grundsatz bereits auf verträgliche Auswirkungen schließen lässt. Die geringe Verkaufsfläche und das niedrige Umsatzvolumen tragen ebenfalls dazu bei, dass wesentliche Beeinträchtigungen zentralörtlicher Versorgungsstrukturen nicht zu erwarten sind.

Mit dem Umsatzvolumen in Höhe von 50 Tsd. Euro p. a. werden lediglich ca. 5 % der diesbezüglichen Nachfrage im definierten Einzugsgebiet in Höhe von ca. 1 Mio. Euro p. a. abgeschöpft³. Bei Berücksichtigung von externen Kaufkraftzuflüssen verringert sich diese Abschöpfungsquote weiter.

Damit ist aus marktanalytischer Sicht von einer sehr geringen Markteinflussnahme auszugehen, zumal Gartenmöbel über vielfältige Vertriebskanäle abverkauft werden (u.a. auch Möbelhäuser, Baumärkte, SB-Warenhäuser), so dass sich die bereits aufgrund des niedrigen Umsatzvolumens sehr gering zu veranschlagenden Umverteilungseffekte auf zahlreiche Anbieter aufsplitten. Auch an der Peripherie des Einzugsgebietes ist das Gartenmöbel-Angebot stark ausgeprägt. Allein der Gartenmöbelmarkt "Happy Garden" im EKZ Dodenhof verfügt über 4.200 qm VKF. Damit ist auch die Umlenkung bisher aus dem Einzugsgebiet abfließender Kaufkraft ein wesentlicher Aspekt der Umsatzrekrutierung.

Zentrenrelevante Sortimente

Zentrenrelevante Sortimente sollen nur in einem marginalen Umfang auf insgesamt 80 qm VKF angeboten werden. Sie erreichen damit einen Anteil an der gesamten Verkaufsfläche von lediglich 0,6 %, der damit sehr deutlich unterhalb des im Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen 2008 festgelegten Grenzwertes von 10 % liegt⁴.

³ Abgeleitet aus Angaben im BBE-Branchenreport Garten und unter Berücksichtigung des gebietsspezifischen Kaufkraftniveaus liegt der Pro-Kopf-Ausgabenbetrag im definierten Einzugsgebiet bei rd. 10 Euro p. a.

⁴ siehe Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen 2008 in den Erläuterungen zu Abschnitt 2.3 Ziffer03 -Entwicklung der Versorgungsstrukturen-

Bei den zentrenrelevanten Sortimenten handelt es sich um Weine (10 qm VKF) und Artikel aus der Warengruppe Glas/Keramik/Porzellan (GPK) und Geschenkartikel (70 qm). Die Umsatzprognose beläuft sich bei Weinen auf ca. 10 Tsd. Euro und bei GPK- und Geschenkartikel auf ca. 60 Tsd. Euro p. a.

Mit dem Umsatzvolumen in Höhe von 60 Tsd. Euro p. a. werden lediglich ca. 0,7 % der Nachfrage (GPK-Sortimente) im definierten Einzugsgebiet in Höhe von ca. 8,9 Mio. Euro p. a. abgeschöpft⁵. Für Weine (10 qm VKF) lässt sich aufgrund des sehr niedrigen Umsatzniveau keine messbare Abschöpfungsintensität ableiten.

Wesentliche Beeinträchtigung auf die zentralörtlichen Versorgungsstrukturen sind aufgrund der nur sehr geringfügigen Verkaufsflächen der zentrenrelevante Sortimente nicht zu erwarten.

7.6 Verkehrsbelastung / Schallimmission

Zu dem Planvorhaben liegen bereits ein Verkehrsgutachten⁶ sowie ein Schalltechnisches Gutachten⁷ vor. Bezüglich der Thematik Verkehrsbelastung und Schallimmission wird auf diese Fachgutachten verwiesen.

⁵ der an das gebietsspezifische Kaufkraftniveau angepasste Pro-Kopf-Ausgabenbetrag für GPK-Sortimente, Hausrat, Geschenkartikel beträgt lt. BulwienGesa-Warengruppensystematik 88 Euro p.a.

⁶ "Verkehrsgutachten Gartencenter Weingärtner Lilienthal-Seebergen" erstellt vom Büro für Verkehrs- und Stadtplanung BVS Rödel & Pachan, Kamp-Lintfort

⁷ "Schalltechnisches Gutachten zur Bauleitplanung "Weingärtner" an der Seeberger Landstraße im OT Seebergen in der Gemeinde Lilienthal, erstellt von Bonk - Maire - Hoppmann GbR

8 ERGEBNIS

Ausgangssituation und Planvorhaben

Gegenstand der Untersuchung ist eine geplante nachhaltige Modernisierung eines langjährig in der Gemeinde Lilienthal-Seebergen ansässigen und von den Gebr. Weingärtner betriebenen Pflanzenhofes.

Zzt. umfasst der Pflanzenhof ca. 14.200 qm Verkaufsfläche, die aus einem Freiflächenareal von ca. 12.500 qm und Flächen in Gewächshäusern mit zusammen ca. 1.700 qm besteht.

Aus Anlass eines akuten Sanierungsbedarfs der stark überalterten Gewächshäuser ist eine Umstrukturierung des Verkaufsflächengeländes geplant, die primär einer Modernisierung der Warenpräsentation und Verkaufsausstattung dient. Vorgesehen ist ein Neubau von Gewächshäusern mit insgesamt ca. 3.000 qm Verkaufsfläche. Das kundenzugängliche Freiflächenareal soll künftig ca. 11.000 qm umfassen. Eine Flächen-Erweiterung des Pflanzenhofes ist nicht vorgesehen.

Das Sortiment besteht zzt. mit einem Flächenanteil von 95,7 % im Wesentlichen aus Lebendpflanzen. Es wird durch die klassische Gartenbedarfssortimente Pflanzgefäße/Terracotta-Outdoor sowie Erde und Dünger ergänzt (ca. 605 qm).

Auch bei Modernisierung bleibt der Angebotsschwerpunkt mit einem Flächenanteil von rd. 90 % eindeutig bei Lebendpflanzen. Der klassische Gartenbedarfsbereich wird durch neue Sortimente (Gartengeräte, Gartengrill, Gartentechnik, Eisenwaren) vervollständigt und umfasst künftig ca. 1.050 qm. Zur themenspezifischen Arrondierung sind zusätzlich Gartenmöbel auf ca. 220 qm, Sortimente aus dem Bereich

Indoor-Keramik/Geschenkartikel (Pflanzgefäße, Vasen, Zierrat) auf ca. 70 qm und Toscana-Weine auf ca. 10 qm Verkaufsfläche vorgesehen.

Einzugsgebiet

Das durch eine Kundenbefragung empirisch fundierte und in drei Marktzone n gegliederte Einzugsgebiet zählt insgesamt rd. 100 Tsd. Einwohner. Es besteht neben der Gemeinde Lilienthal aus den überwiegend ländlich geprägten Nachbargemeinden Grasberg, Worpswede, Ottersberg und Tarmstedt/Wilstedt und umfasst auch nördliche Randbereiche der Stadt Bremen (Borgfeld, Oberneuland, Horn-Lehe). Die ländlich geprägten Teilbereiche des Einzugsgebietes sind siedlungsstrukturell stark durch Einfamilienhaus-Bebauungen mit Gärten geprägt. Dies gilt tlw. auch für die Bremer Randbereiche.

Durch die geplante Modernisierung wird es aus folgenden Gründen zu keiner relevanten Erweiterung des Einzugsgebietes kommen:

- Es ist keine Verkaufsflächen-Erweiterung des Pflanzenhofes vorgesehen.
- Die Sortimentsstrukturen werden nicht entscheidend verändert, sondern der Angebotsschwerpunkt im Bereich Pflanzen/Gartenbedarf wird beibehalten.
- Die Konkurrenzsituation ist durch relativ starke und eigenständige Wettbewerbsstrukturen an der Peripherie des Einzugsgebietes geprägt (vielfältige Angebote in Bremen u. a. mit Weserpark, EKZ Dodenhof, Oyten/Bassen, Osterholz-Scharmbeck, Ritterhude), die zu einer stabilen Begrenzung des Einzugsgebietes beitragen.
- Die Verkehrsanbindung und Erreichbarkeit des Pflanzenhofes mit einer etwas abseitigen Lage an der L 154 in Lilienthal-Seebergen wirken sich restriktiv auf die Fernwirkung des Planvorhabens aus.

Umsatzprognose

Aus marktanalytischer Sicht besteht für den Pflanzenhof mit einem Einzelhandelsumsatz von zzt. ca. 1 Mio. Euro p. a. durch die geplante Modernisierung und Attraktivierung ein Steigerungspotenzial auf insgesamt ca. 1,5 Mio. Euro Einzelhandelsumsatz. Von der Umsatzsteigerung in Höhe von ca. 0,5 Mio. Euro p. a. entfallen ca. 380 Tsd. auf das Kernsortiment (Pflanzen/Gartenbedarf), ca. 50 Tsd. Euro p. a. auf Gartenmöbel, ca. 60 Tsd. Euro p. a. auf GPK-Sortimente (Glas, Porzellan, Keramik) und ca. 10 Tsd. Euro auf Weine.

Die prospektive Umsatzsteigerung resultiert im Wesentlichen aus einer Intensivierung der Markgebietsdurchdringung. Zur Erzielung des Prognose-Umsatzes ist eine moderate Steigerung der Kaufkraftabschöpfung im Einzugsgebiet im Kernsortiment von zzt. rd. 8 % um 3 % auf künftig rd. 11 % notwendig. Eine dominante Marktposition ist hieraus nicht erkennbar. An die 90 % der Nachfrage im Kernsortiment bleiben auch bei Modernisierung von dem Untersuchungsobjekt unberührt.

Die Kaufkraftabschöpfungsquoten fallen für Gartenmöbel mit ca. 5 % und für GPK-Sortimente (Glas, Porzellan, Keramik) mit ca. 0,7 % noch deutlich geringer aus. Für Weine (10 qm VKF) lässt sich aufgrund des sehr niedrigen Umsatzniveaus keine messbare Abschöpfungsintensität ableiten.

Da Verkaufsfläche nicht erweitert und die Sortimentsstruktur nur moderat ergänzt wird, ist die ausgewiesene Umsatzsteigerung von insgesamt 50 % eine durchaus ambitionierte Zielgröße. Im Hinblick auf die Wirkungsanalyse führt dieser Projektumsatz somit in der Tendenz zu einer Worst-Case-Betrachtung.

Wirkungsanalyse

Auf Basis einer durchgeführten Wirkungsanalyse sind wesentliche Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Lilienthal oder in anderen Gemeinden gemäß § 11 (3) BauNVO aus folgenden Gründen nicht zu erwarten:

- Bei dem Planvorhaben handelt es sich um eine Modernisierung auf gleicher Fläche und nicht um eine Erweiterung und Neuansiedlung.
- Die Sortimentsstrukturen werden sich nicht entscheidend verändern. Der Angebotsschwerpunkt bleibt mit einem Flächenanteil von rd. 98 % eindeutig bei Pflanzen und Gartenbedarf (Kernsortiment).
- Bei Pflanzen und Gartenbedarf sowie bei Gartenmöbeln handelt es sich gemäß Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen 2008 und dem Regionalen Zentren- und Einzelhandelskonzept der Region Bremen (Endbericht) eindeutig um nicht zentren- bzw. innenstadtrelevante Sortimente; d.h. es handelt sich um Sortimente, die in aller Regel auch außerhalb zentraler Lagen großflächig angeboten werden dürfen.
- Eine für das Kernsortiment (Pflanzen/Gartenbedarf) detailliert durchgeführte wirkungsanalytische Einschätzung lässt auf keine wesentlichen Beeinträchtigungen der zentralörtlichen Versorgungsstrukturen und -funktionen schließen. Im Ergebnis ermitteln sich für den relevanten Wettbewerb innerhalb und an der Peripherie des Einzugsgebietes nur sehr geringfügige Umverteilungsquoten, die sehr deutlich unterhalb der als kritisch eingestuft

- 10%-Schwelle liegen. Dies gilt auch für den konkurrierenden Bestand in der Gemeinde Lilienthal, der mit einer durchschnittlichen Umverteilungsquote von 2,6 % in einem als verträglich einzuschätzenden Umfang betroffen ist.
- Da der relevante Wettbewerb ganz überwiegend in Streu- und nicht integrierten Lagen angesiedelt ist, fallen die Umverteilungseffekte gegenüber den zentralen Ortskernlagen mit Quoten von maximal 1 % noch geringfügiger aus. Das untersuchungsrelevante Angebot ist in den definierten Ortskernlagen nur sehr marginal, überwiegend durch kleinflächige Blumenläden vertreten. Da sich das Angebot von Blumenläden stark über Schnittblumen profiliert, ist die Wettbewerbsintensität zu einem Pflanzenhof gering einzuschätzen.
 - Die sehr niedrigen Umverteilungsquoten für einzelne Orte und Geschäftslagen resultieren auch aus der weitläufigen Verteilung des betroffenen Angebotes über das gesamte Einzugsgebiet, was dazu führt, dass sich der umverteilungswirksame Verdrängungsumsatz auf zahlreiche Anbieter aufsplittet.
 - Auch die Umoorientierung von bisher aus dem Einzugsgebiet abfließender Kaufkraft ist ein wesentlicher Aspekt der Umsatzrekrutierung. Für die betroffenen Angebotsstrukturen wie Baumärkte in Bremen, Ritterhude und Osterholz-Scharmbeck sowie die sehr umfangreichen Gartencenter-Angebote in Oyten ermitteln sich Umverteilungsquoten, die mit Werten von unter 1,5 % als verträglich einzuschätzen sind.
 - Zentrenrelevante Sortimente sind lediglich mit ca. 80 qm Verkaufsfläche eingeplant. Sie erreichen einen Anteil an der gesamten Verkaufsfläche von lediglich 0,6 %, der damit sehr deutlich unterhalb des im Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen 2008 festgelegten Grenzwertes von 10 % Verkaufsflächenanteil bzw. max. 800 qm VKF liegt.
 - Aufgrund der sehr kleinflächigen Dimensionierung und entsprechend niedriger Umsatzniveaus sind relevante Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen durch die zentrenrelevanten Sortimente nicht zu erwarten. Das auf ca. 70 qm vorgesehene GPK-Sortiment (Glas, Porzellan, Keramik) wird ca. 0,6 % der diesbezüglichen Nachfrage im Einzugsgebiet binden. Aufgrund dieser nur sehr marginalen Markteinflussnahme sind messbare Umverteilungsquoten auf die Bestandsstrukturen nicht ableitbar. Diese gilt es um so mehr noch für den auf 10 qm vorgesehenen Weinverkauf.

Empfehlungen zur Sortimentsfestsetzung

Vor dem Hintergrund der durchgeführten Analyse kann sich bei eventuell erforderlichen Festsetzungen von Sortimenten an der vom Auftraggeber mit der Modernisierung angetriebenen Zusammensetzung der Sortimente orientiert werden. Um hinsichtlich der weiteren Projektentwicklung sowie eventuell auf Sicht erforderlicher Anpassungen an Marktveränderungen ein Mindestmaß an Flexibilität zu erhalten, können VKF-Obergrenzen für einzelne Sortimente einbezogen werden.

Der gesamte Flächenrahmen sollte auf 14.000 qm Verkaufsfläche festgelegt werden und auch als Obergrenze für nicht zentrenrelevante Sortimente, also dem Kernsortiment (Pflanzen, Pflanzgefäße/Terrakotta-Outdoor, Erde/Dünger sowie Gartengeräte/Eisenwaren/Gartentechnik) sowie Gartenmöbel gelten.

Zentrenrelevante Randsortimente sollten auf 10 % der Innen-Verkaufsfläche beschränkt bleiben, was in diesem Fall bei ca. 3.000 qm Gewächshausfläche einer Verkaufsfläche für zentrenrelevante Sortimente von max. 300 qm entspricht.

Fazit

Das Vorhaben modernisiert und erweitert die überdachte und umbaute Verkaufsfläche von derzeit ca. 1.700 qm auf rund 3.000 qm⁸, wobei die vorhandenen Gewächshäuser, welche technisch abgängig sind, durch Neubauten ersetzt werden sollen. Die kundenzugängliche Gesamt-VKF von gegenwärtig ca. 14.200 qm wird dagegen nicht ausgebaut, sondern reduziert sich zugunsten einiger neuer Stellplätze leicht um ca. 200 qm.

Die durchgeführte Wirkungsanalyse zeigt auf, dass sich die projektierte Neukonzipierung und Modernisierung des Pflanzenhofes verträglich in die zentralörtlichen Versorgungsstrukturen einpasst. Wesentliche Beeinträchtigungen auf bestehende Wettbewerbsstandorte und zentralörtliche Versorgungskerne sowie auf deren Entwicklung sind nicht zu erwarten.

Da auch bei der angestrebten Neukonzipierung das Vertriebskonzept sehr weitgehend auf das Kernsortiment und hierbei wiederum auf Le-

⁸ Bedeutet eingehaute Fläche. Hierzu zählen keine überdachten Freiflächen, wie sie z. B. bei bestimmten Freilandpflanzen zur Schattengewährung notwendig sind.

bendpflanzen beschränkt ist, bleibt der Charakter eines Pflanzenhofes mit einem ganz überwiegend nicht zentrenrelevanten Angebot erhalten.

Diese Vertriebsform weist traditionell einen engen räumlichen Bezug zu den Anbau- bzw. Kultivierungsflächen auf und ist somit grundsätzlich - wie auch im vorliegenden Falle innerhalb des konkreten Einzugsgebietes untersucht - kein Bestandteil des verbrauchernahen Versorgungsnetzes an zentralen Standortbereichen. Insoweit wird durch den Ausbau am vorhandenen Standort die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich nicht berührt.

Aus marktanalytischer Sicht wird durch das Planvorhaben die Vermutungsregel nach § 11.3 BauNVO im Gesamtergebnis daher nicht erfüllt.

Das Vorhaben ist insbesondere nicht geeignet, sich gemäß der Markt- und Wirkungsanalyse

- *auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und*
- *auf die Funktionsfähigkeit und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde oder in anderen Gemeinden*

mehr als unwesentlich auszuwirken.

Damit sollte die projektierte Neukonzipierung und Modernisierung des alteingessenen Pflanzenhofes der Gebrüder Weingärtner nicht zu einer Verletzung des landesplanerischen Konzentrationsgebot führen und auch ohne Sondergebietsausweisung in einer Gewerbegebietslage möglich sein.

Im Hinblick auf weitere prüfungsrelevante Aspekte wie Auswirkungen auf den Verkehr, das Orts- und Landschaftsbild sowie projektinduzierte Emissionen wird auf die entsprechenden Fachgutachten bzw. fachlichen Einschätzungen der Planungsbehörden verwiesen.

ANHANG

Jarrestraße
22303 Hamburg
Tel. (040) 42 32 22-0
Fax (040) 42 32 22-12
hamburg@bulwiengesa.de
www.bulwiengesa.de

Anhang 1/1:

Produktverteilung 2008

Ist-Zustand Freiflächen ca. 12.500 qm Flächenverteilung

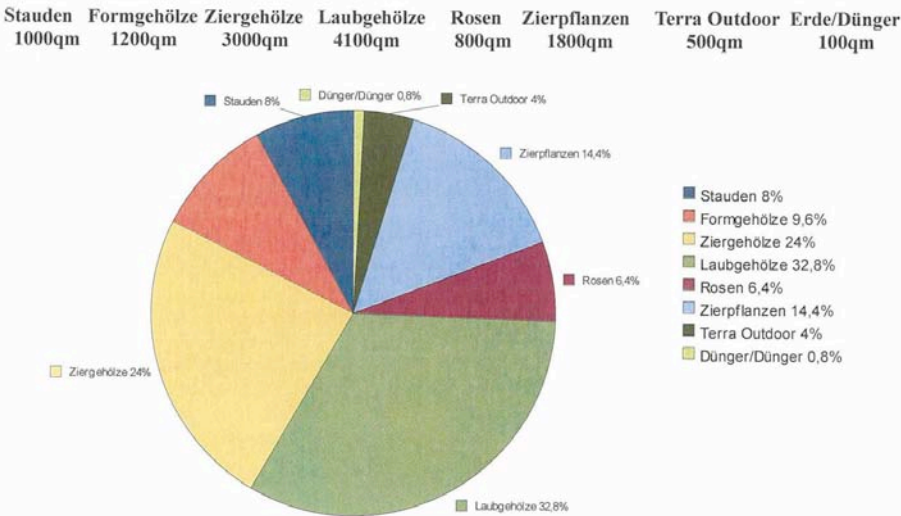


Abbildung 1: Flächenverteilung Freiland

Ist-Zustand Gewächshäuser ca. 1.700 qm Flächenverteilung

Stauden	Zierpflanzen	Ziergehölze	Rosen	Erde/Dünger
150qm	1170qm	325qm	50qm	5qm

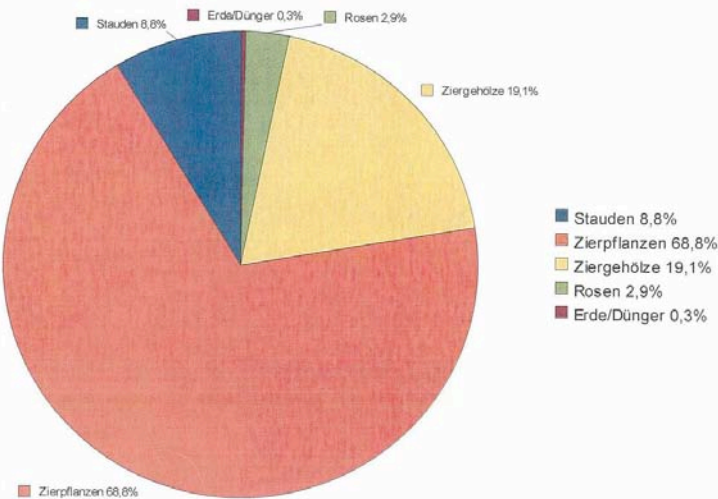


Abbildung 2: Flächenverteilung Gewächshäuser

Anhang 1/2:

Produktentwicklung

Planung Freiflächen ca. 11.000 qm Flächenverteilung

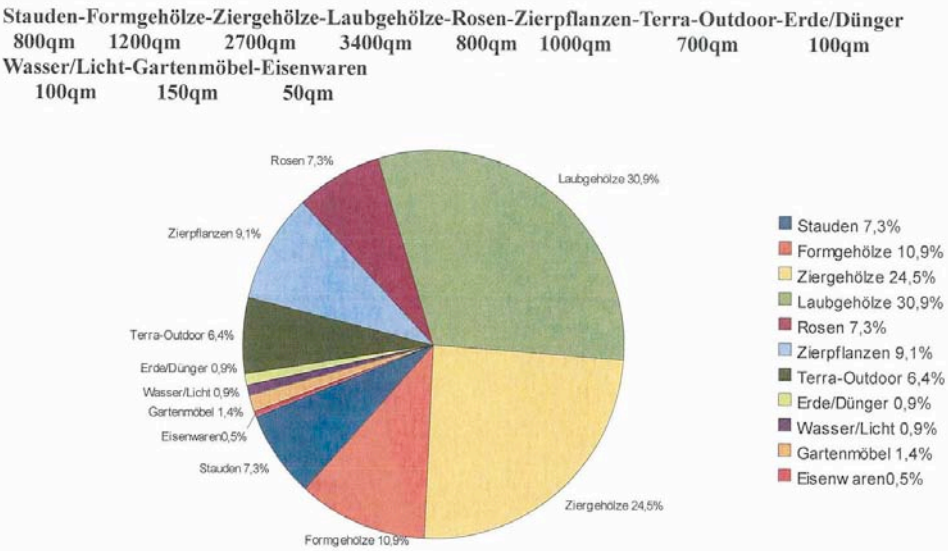


Abbildung 3: Produktentwicklung Freiland

Planung Gewächshäuser ca. 3.000 qm Flächenverteilung

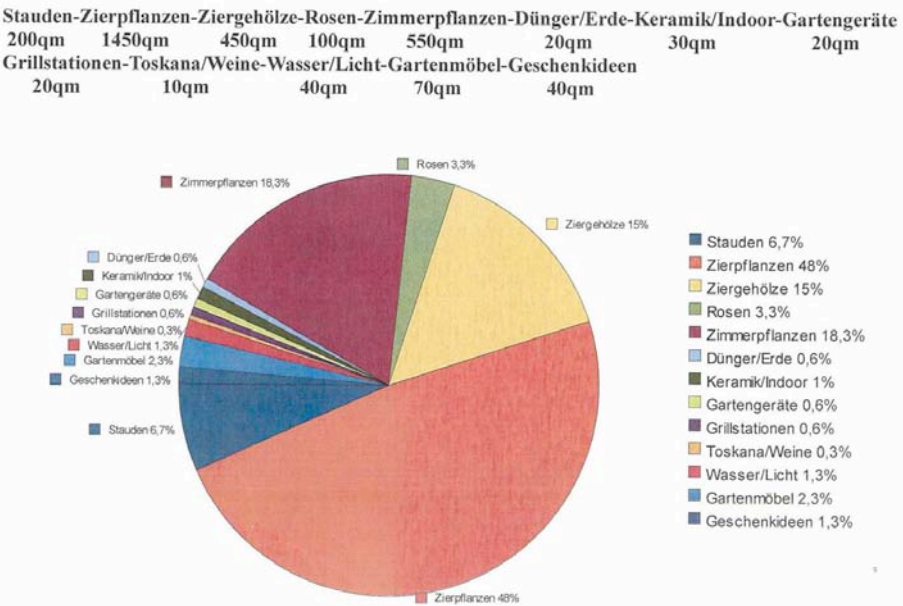


Abbildung 4: Produktentwicklung Gewächshäuser

Anhang 2:

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
davon nahversorgungsrelevant Arzneimittel (Schnitt-)Blumen Drogeriewaren Nahrungs- und Genussmittel Papier-, Schreibwaren, Schulbedarf Reformwaren Zeitungen/ Zeitschriften Zooartikel ----- Bastel- und Geschenkartikel Bekleidung aller Art Briefmarken Bücher Büromaschinen ohne Computer Campingartikel Computer, Kommunikationselektronik Elektrokleingeräte Elektrogroßgeräte Foto, Video Gardinen und Zubehör Glas, Porzellan, Keramik Haushaltswaren/ Bestecke Haus-, Heimtextilien, Stoffe Kosmetika und Parfümerieartikel Kunstgewerbe/ Bilder und -rahmen Kurzwaren, Handarbeiten, Wolle Leder- und Kürschnerwaren Musikalien Nähmaschinen Optik und Akustik Sanitätswaren Schuhe und Zubehör Spielwaren Sportartikel einschl. Sportgeräte Tonträger Uhren/ Schmuck, Gold- und Silberwaren Unterhaltungselektronik und Zubehör Waffen, Jagdbedarf	Bad-, Sanitäreinrichtungen und -zubehör Bauelemente, Baustoffe Beleuchtungskörper, Lampen Beschläge, Eisenwaren Bodenbeläge, Teppiche, Tapeten Erde, Torf Fahrräder und Zubehör (motorisierte) Fahrzeuge aller Art und Zubehör Farben, Lacke Fliesen Gartenhäuser, -geräte Herde/ Öfen Installationsmaterial Küchen (inkl. Einbaugeräte) Möbel (inkl. Büromöbel) Pflanzen und -gefäße Rollläden und Markisen Werkzeuge

Quelle: Endbericht des Regionalen Zentren- und Einzelhandelskonzeptes für die Region Bremen, Stand: 10.06.2008

Anhang 3/1:

Marktverteilung, IST-Situation											
Umsätze Kernsortiment (Pflanzen, Gartenbedarf) p. a. nach Gebietseinheiten, Zentren und Zonen											
Wettbewerber	Zone 1		Zone 2		Zone 3		Abschöpfung		ext. Zufluss	Umsatz/Marktvolumen	
	Tsd. Euro p. a.	%	Tsd. Euro p. a.	%	Tsd. Euro p. a.	%	Tsd. Euro p. a.	%	Tsd. Euro p. a.	Tsd. Euro p. a.	%
Lilienthal Zentrum	110	4,2	16	0,3			126	1,2	4	130	1,2
Lilienthal Objekt	314	12,0	455	8,5	65	3,0	834		166	1.000	9,2
Lilienthal, Streulagen	549	21,0	481	9,0	43	2,0	1.074	10,6	51	1.125	10,3
Lilienthal gesamt	973	37,2	952	17,8	108	5,0	2.033	20,1	221	2.254	20,7
Grasberg Zentrum	78	3,0	21	0,4			100	1,0		100	0,9
Grasber Streulagen	366	14,0	80	1,5			446	4,4	4	450	4,1
Grasberg gesamt	445	17,0	102	1,9			546	5,4	4	550	5,0
Worpswede Zentrum			80	1,5			80	0,8		80	0,7
Worpswede Streulagen	13	0,5	241	4,5			254	2,5	6	260	2,4
Worpswede gesamt	13	0,5	321	6,0			334	3,3	6	340	3,1
Ottersberg Zentrum			40	0,8			40	0,4		40	0,4
Ottersberg Streulagen	52	2,0	722	13,5	22	1,0	796	7,9	154	950	8,7
Dodenhof	157	6,0	428	8,0	173	8,0	758	7,5	3.842	4.600	42,1
Ottersberg gesamt	209	8,0	1.190	22,3	195	9,0	1.595	15,7	3.996	5.591	51,2
Zentrum Horn-Lehe			37	0,7	98	4,5	135	1,3	35	170	1,6
Streulagen Bremen	157	6,0	909	17,0	314	14,5	1.381	13,6	69	1.450	13,3
Tarmstedt Zentrum					98	4,5	98	1,0	2	100	0,9
Tarmstedt Streulagen					238	11,0	238	2,4	12	250	2,3
Tarmstedt gesamt					336	15,5	336	3,3	14	350	3,2
Wilstedt nur Streulagen					206	9,5	206	2,0	4	210	1,9
Summe/ Bindung im EZG	1.797	68,7	3.512	65,7	1.257	58,0	6.566	64,8	4.349	10.915	100,0
Abfluss Weserpark	170	6,5	428	8,0	195	9,0	793	7,8	4.707	5.500	
Abfluss Osterholz-Scharmbeck	131	5,0	214	4,0	65	3,0	410	4,0	3.390	3.800	
Abfluss Oyten	65	2,5	214	4,0	130	6,0	409	4,0	3.591	4.000	
Abfluss Ritterhude	52	2,0	160	3,0	43	2,0	256	2,5	3.244	3.500	
Sonstige Abflüsse	400	15,3	821	15,4	477	22,0	1.698	16,8			
Ausgabenvolumen	2.615	100,0	5.349	100,0	2.167	100,0	10.132	100,0			
Quelle: BulwienGesa											

Anhang 3/2:

Marktverteilung, Prognose												
Umsätze Kernsortiment (Pflanzen, Gartenbedarf) nach Gebietseinheiten, Zentren und Zonen												
Wettbewerber	Zone 1		Zone 2		Zone 3		Abschöpfung		ext. Zufluss	Umsatz/Marktvolumen		Veränd.
	Tsd. Euro p. a.	%	Tsd. Euro p. a.	%	Tsd. Euro p. a.	%	Tsd. Euro p. a.	%	Tsd. Euro p. a.	Tsd. Euro p. a.	%	%
Lilienthal Zentrum	109	4,2	16	0,3			125	1,2	4	129	1,2	-0,8
Lilienthal Projekt	366	14,0	615	11,5	152	7,0	1.133	11,2	247	1.380	12,4	38,1
Lilienthal, Streulagen	549	21,0	455	8,5	41	1,9	1.045	10,3	48	1.093	9,8	-2,8
Lilienthal gesamt	1.025	39,2	1.085	20,3	193	8,9	2.303	22,7	299	2.602	23,3	15,4
Grasberg Zentrum	78	3,0	21	0,4			99	1,0		99	0,9	-1,0
Grasber Streulagen	365	13,9	75	1,4			439	4,3	3	442	4,0	-1,8
Grasberg gesamt	443	16,9	96	1,8			538	5,3	3	541	4,9	-1,6
Worpswede Zentrum			80	1,5			80	0,8		80	0,7	
Worpswede Streulagen	12	0,4	240	4,5			251	2,5	5	256	2,3	-1,4
Worpswede gesamt	12	0,4	320	6,0			331	3,3	5	336	3,0	-1,1
Ottersberg Zentrum			40	0,8			40	0,4		40	0,4	
Ottersberg Streulagen	50	1,9	719	13,4	20	0,9	789	7,8	145	934	8,4	-1,7
Dodenhof	144	5,5	417	7,8	169	7,8	730	7,2	3.810	4.540	40,7	-1,3
Ottersberg gesamt	194	7,4	1.176	22,0	189	8,7	1.559	15,4	3.955	5.514	49,5	-1,4
Zentrum Horn-Lehe			37	0,7	97	4,5	134	1,3	35	169	1,5	-0,7
Streulagen Bremen	152	5,8	904	16,9	312	14,4	1.368	13,5	62	1.430	12,8	-1,4
Tarmstedt Zentrum					97	4,5	97	1,0	2	99	0,9	-0,7
Tarmstedt Streulagen					235	10,8	235	2,3	11	246	2,2	-1,8
Tarmstedt gesamt					332	15,3	332	3,3	13	345	3,1	-1,5
Wilstedt Streulagen					204	9,4	204	2,0	4	208	1,9	-1,0
Summe/ Bindung im EZG	1.824	69,7	3.618	67,6	1.327	61,2	6.769	66,8	4.376	11.145	100,0	2,1
Abfluss Weserpark	165	6,3	380	7,1	173	8,0	718	7,1	4.707	5.425		-1,4
Abfluss Osterholz-Scharmbeck	126	4,8	198	3,7	52	2,4	375	3,7	3.390	3.765		-0,9
Abfluss Oyten	58	2,2	193	3,6	108	5,0	358	3,5	3.591	3.949		-1,3
Abfluss Ritterhude	47	1,8	150	2,8	37	1,7	234	2,3	3.244	3.478		-0,6
Sonstige Abflüsse	396	15,2	811	15,2	470	21,7	1.677	16,6		= Marktvolumen im EZG		
Ausgabenvolumen	2.615	100,0	5.349	100,0	2.167	100,0	10.132	100,0				
Quelle: BulwienGesa												

URHEBERRECHTLICHER HINWEIS

Die in diesem Gutachten vorgelegten Ermittlungen und Berechnungen sowie die durchgeführten Recherchen wurden nach bestem Wissen und mit der nötigen Sorgfalt auf der Grundlage vorhandener oder in der Bearbeitungszeit zugänglicher Quellen erarbeitet. Eine Gewähr für die sachliche Richtigkeit wird nur für selbst ermittelte und erstellte Informationen und Daten im Rahmen der üblichen Sorgfaltspflicht übernommen. Eine Gewähr für die sachliche Richtigkeit für Daten und Sachverhalte aus dritter Hand wird nicht übernommen.

Die Ausfertigungen dieses Gutachtens bleiben bis zur vollständigen Bezahlung des vereinbarten Honorars unser Eigentum. Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und bei der BulwienGesa AG registriert. Alleine der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten oder Auszüge davon (diese jedoch nur mit Quellenangabe) für die gemäß Angebot/Auftrag vereinbarte Zweckbestimmung weiterzugeben. Vervielfältigungen, Veröffentlichungen und Weitergabe von Inhalten an Dritte in jeglicher Form sind grundsätzlich nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung der BulwienGesa AG und nur mit Angabe der Originalquelle gestattet. Ausgenommen ist die Verwendung des Gutachtens oder Teile davon für Vermarktungsprospekte, hier ist ausnahmslos die vorherige schriftliche Einwilligung der BulwienGesa AG einzuholen.

Hamburg, der 06.05.2009