

## 2. Änderung des Bebauungsplans Nr. 1-21 „Gewerbegebiet Bahnhof Altenesch

Hier: Benachrichtigung von der Auslegung und Aufforderung der Behörden und sonstiger Träger öffentlicher Belange gem. § 4 Abs. 2 BauGB

Zusammenfassung der eingegangenen Stellungnahmen

| Lfd.-<br>Nr. | Behörde/TöB<br>Datum   | Inhalt der Stellungnahme   | Abwägungsempfehlung  | Abwägung der Stellungnahmen für die Gemeinde Lemwerder seitens des Planungsbüros Stadt + Handel   |
|--------------|--|--|--|---|
| TöB -<br>01  | Kommunalverbund<br>Niedersachsen/ Bremen e. V.<br><br>29.08.2019 | <p>Das Vorhaben wurde seitens des Landkreises als atypischer Sonderfall im Sinne des § 11 (3) Satz 4 BauNVO eingeordnet:</p> <p>„Es liegen keine Anhaltspunkte nach § 11 (3) Nr. 2 BauNVO vor, dass sich das Vorhaben nach Art, Lage und Umfang auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Ordnung „nicht nur unwesentlich“ auswirken wird. Die Regelvermutung des § 11 (3) BauGB gilt als wiederlegt. Das Vorhaben stellt einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb dar, jedoch kein Einzelhandelsgroßprojekt im Sinne des § 11 (3) Nr. 2 BauNVO in Verbindung mit LROP 2017, Kapitel 2.3, Ziffer 02. Die summarische Prüfung hat ergeben, dass weder Verstöße gegen die Ziele der Landesraumordnung gemäß LROP 2017, noch gegen die Ziele der regionalen Raumordnung gemäß RROP 2003 und RROP (neu) Entwurf 05/2019 vorliegen. Städtebauliche negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und auf die Versorgungsstrukturen im Umland vom Lemwerder können ausgeschlossen werden. Das</p> | <p><b>Die Festsetzungen des Bebauungsplanes beschreiben das Vorhaben infolge der detailgenauen Sortimentsliste eindeutig.</b></p> <p>Das Baurecht ist damit auch vollständig unabhängig von Eigentümerwechseln. Im Falle eines Betreiberwechsels wäre die Umsetzung eines veränderten Einzelhandelsprojektes auf Basis des vorliegenden Baurechts nicht möglich. Ein Veränderungsbedarf wird nicht gesehen.</p> <p>Der Hinweis, dass das Vorhaben vom Grundsatz her auch in einem Gewerbegebiet zulässig wäre, wird zur Kenntnis genommen. Aber auch die gewählten baurechtlichen Regelungen für ein Sondergebiet sind zielführend. Hierbei besteht zudem die Möglichkeit zur Festsetzung der genauen Sortimentsliste, die im Rahmen eines Gewerbegebietes ansonsten nicht in dieser Weise möglich wäre.</p> | <p>Aufgrund der vorliegenden Verträglichkeitsanalyse besteht der Nachweis, dass es sich bei der Erweiterung des Raiffeisen-Marktes um ein atypisches Vorhaben handelt. Dieses kann als Grundlage verwendet werden, um ein Gewerbegebiet festzusetzen und eine Umnutzung in ein Einzelhandelsgroßprojekt auszuschließen – z. B. im Rahmen eines Betreiber- oder Eigentümerwechsels.</p> <p>Durch die Überschreitung der Großflächigkeit ist jedoch ebenfalls die Festsetzung als Sondergebiet möglich, welches im Gegensatz zur Festsetzung als Gewerbegebiet eine Feinsteuerung der Sortimente und Verkaufsflächen ermöglicht.</p> <p>Stadt + Handel unterstreicht somit die nebenstehende Abwägungsempfehlung und priorisiert die Ausweisung eines Sondergebietes.</p> |

|                        |   |  |   |   |
|------------------------|---|--|---|---|
|                        |   | <p>Vorhaben ist raumordnerisch und städtebaulich als unbedenklich einzuordnen.“ (vgl. Schreiben Ergebnis IMAGE-Moderation, 28.05.2019, S.2)</p> <p>Atypische Vorhaben sind keine Einzelhandelsgroßprojekte im Sinne des LROP. Die Festsetzungen im Bebauungsplan müssen somit in jedem Fall die Umnutzung in ein Einzelhandelsgroßprojekt ausschließen – z. B. im Rahmen eines Betreibers- oder Eigentümerwechsels.</p> <p>Da es sich um ein atypisches Vorhaben handelt, das generell keine Auswirkungen gemäß BauNVO (3) Satz 3 haben kann, wäre das Vorhaben auch in einem Gewerbegebiet zulässig.</p>  |   |   |
| <p><b>TöB - 01</b></p> | <p>Kommunalverbund Niedersachsen/ Bremen e. V.<br/>29.08.2019</p> | <p>Im Rahmen des IMAGE-Moderationsverfahrens wurde das künftige Sortiment des Raiffeisenmarktes auf Grundlage einer Sortimentsliste mit maximalen Verkaufsflächen detailliert abgestimmt und vereinbart. Dazu wurden die Sortimentsgruppen weiter ausdifferenziert mit dem Ziel, nicht nur unwesentliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich auszuschließen.</p> <p>Im Planentwurf sind die Sortimente dagegen aggregiert und auf Ebene der Sortimentsgruppen aufgeführt. Die beabsichtigte Steuerungswirkung zur Vermeidung städtebaulicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsstrukturen wird dadurch nicht erzielt und das IMAGE Moderationsergebnis im Planentwurf nicht umgesetzt. Bei einem Betreiber- oder Eigentümerwechsel ist eine Umnutzung des</p> | <p><b>Eine noch weitere Aufspaltung der nachstehenden und im Plan festgesetzten Sortimentsliste ist nicht erforderlich.</b></p> <p>Die auf dem Plan enthaltene Sortimentsliste ist eindeutig (siehe nachfolgend). Das Image Moderationsergebnis ist damit umgesetzt und auch bei einem Eigentümerwechsel sind die baurechtlichen Vorhaben weiterhin zwingend.</p> | <p>Eine weitere Konkretisierung der Sortimente ist nicht notwendig, da die Sortimente im Planentwurf den Sortimenten in der Sortimentsliste für die Gemeinde Lemwerder entsprechen. Der Abwägungsvorschlag wird von Seiten Stadt + Handels mitgetragen.</p> |

|                                 |   | <p>Raiffeisenmarktes in ein Einzelhandelsgroßprojekt nicht auszuschließen</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Folgende Kernsortimente und sortimentsbezogenen Verkaufsflächen (VKF) sind maximal zulässig: <table border="1" data-bbox="1131 209 1391 300"> <thead> <tr> <th>Sortiment</th> <th>max. VKF</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Pflanzen / Gartenbedarf</td> <td>712 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>Baumarktsortiment i.e.S.</td> <td>226 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>Zooartikel</td> <td>282 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>Reisportartikel</td> <td>62 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>Berufsbekleidung</td> <td>34 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>Möbel (nur Gartenmöbel)</td> <td>42 m<sup>2</sup></td> </tr> </tbody> </table> </li> <li>Folgende zentrenrelevanten bzw. zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente und sortimentsbezogenen Verkaufsflächen sind maximal zulässig: <table border="1" data-bbox="1131 331 1391 422"> <thead> <tr> <th>Sortiment</th> <th>max. VKF</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nahrungs- und Genussmittel</td> <td>32 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>Tierfutter (Kleingebinde &lt;5 kg)</td> <td>45 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>Zeitschriften</td> <td>2 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>Bekleidung</td> <td>25 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>Schuhe/Lederwaren</td> <td>24 m<sup>2</sup></td> </tr> <tr> <td>Spielwaren</td> <td>9 m<sup>2</sup></td> </tr> </tbody> </table> </li> </ul> | Sortiment  | max. VKF | Pflanzen / Gartenbedarf | 712 m <sup>2</sup> | Baumarktsortiment i.e.S. | 226 m <sup>2</sup> | Zooartikel | 282 m <sup>2</sup> | Reisportartikel | 62 m <sup>2</sup> | Berufsbekleidung | 34 m <sup>2</sup> | Möbel (nur Gartenmöbel) | 42 m <sup>2</sup> | Sortiment | max. VKF | Nahrungs- und Genussmittel | 32 m <sup>2</sup> | Tierfutter (Kleingebinde <5 kg) | 45 m <sup>2</sup> | Zeitschriften | 2 m <sup>2</sup> | Bekleidung | 25 m <sup>2</sup> | Schuhe/Lederwaren | 24 m <sup>2</sup> | Spielwaren | 9 m <sup>2</sup> |  |
|---------------------------------|---|--|---|--|----------|-------------------------|--------------------|--------------------------|--------------------|------------|--------------------|-----------------|-------------------|------------------|-------------------|-------------------------|-------------------|-----------|----------|----------------------------|-------------------|---------------------------------|-------------------|---------------|------------------|------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------|------------------|--|
| Sortiment                       | max. VKF  |  |   |  |          |                         |                    |                          |                    |            |                    |                 |                   |                  |                   |                         |                   |           |          |                            |                   |                                 |                   |               |                  |            |                   |                   |                   |            |                  |  |
| Pflanzen / Gartenbedarf         | 712 m <sup>2</sup>  |  |   |  |          |                         |                    |                          |                    |            |                    |                 |                   |                  |                   |                         |                   |           |          |                            |                   |                                 |                   |               |                  |            |                   |                   |                   |            |                  |  |
| Baumarktsortiment i.e.S.        | 226 m <sup>2</sup>  |  |   |  |          |                         |                    |                          |                    |            |                    |                 |                   |                  |                   |                         |                   |           |          |                            |                   |                                 |                   |               |                  |            |                   |                   |                   |            |                  |  |
| Zooartikel                      | 282 m <sup>2</sup>  |  |   |  |          |                         |                    |                          |                    |            |                    |                 |                   |                  |                   |                         |                   |           |          |                            |                   |                                 |                   |               |                  |            |                   |                   |                   |            |                  |  |
| Reisportartikel                 | 62 m <sup>2</sup>   |  |   |  |          |                         |                    |                          |                    |            |                    |                 |                   |                  |                   |                         |                   |           |          |                            |                   |                                 |                   |               |                  |            |                   |                   |                   |            |                  |  |
| Berufsbekleidung                | 34 m <sup>2</sup>   |  |   |  |          |                         |                    |                          |                    |            |                    |                 |                   |                  |                   |                         |                   |           |          |                            |                   |                                 |                   |               |                  |            |                   |                   |                   |            |                  |  |
| Möbel (nur Gartenmöbel)         | 42 m <sup>2</sup>   |  |   |  |          |                         |                    |                          |                    |            |                    |                 |                   |                  |                   |                         |                   |           |          |                            |                   |                                 |                   |               |                  |            |                   |                   |                   |            |                  |  |
| Sortiment                       | max. VKF  |  |   |  |          |                         |                    |                          |                    |            |                    |                 |                   |                  |                   |                         |                   |           |          |                            |                   |                                 |                   |               |                  |            |                   |                   |                   |            |                  |  |
| Nahrungs- und Genussmittel      | 32 m <sup>2</sup>   |  |   |  |          |                         |                    |                          |                    |            |                    |                 |                   |                  |                   |                         |                   |           |          |                            |                   |                                 |                   |               |                  |            |                   |                   |                   |            |                  |  |
| Tierfutter (Kleingebinde <5 kg) | 45 m <sup>2</sup>   |  |   |  |          |                         |                    |                          |                    |            |                    |                 |                   |                  |                   |                         |                   |           |          |                            |                   |                                 |                   |               |                  |            |                   |                   |                   |            |                  |  |
| Zeitschriften                   | 2 m <sup>2</sup>  |  |   |  |          |                         |                    |                          |                    |            |                    |                 |                   |                  |                   |                         |                   |           |          |                            |                   |                                 |                   |               |                  |            |                   |                   |                   |            |                  |  |
| Bekleidung                      | 25 m <sup>2</sup>   |  |   |  |          |                         |                    |                          |                    |            |                    |                 |                   |                  |                   |                         |                   |           |          |                            |                   |                                 |                   |               |                  |            |                   |                   |                   |            |                  |  |
| Schuhe/Lederwaren               | 24 m <sup>2</sup>   |  |   |  |          |                         |                    |                          |                    |            |                    |                 |                   |                  |                   |                         |                   |           |          |                            |                   |                                 |                   |               |                  |            |                   |                   |                   |            |                  |  |
| Spielwaren                      | 9 m <sup>2</sup>  |  |   |  |          |                         |                    |                          |                    |            |                    |                 |                   |                  |                   |                         |                   |           |          |                            |                   |                                 |                   |               |                  |            |                   |                   |                   |            |                  |  |
| <p><b>TöB - 02</b></p>          | <p>Oldenburgische Industrie- und Handelskammer<br/>02.09.2019</p> | <p>Die Argumentation des Gutachters, dass bei einem Vorhaben aufgrund seines starken Bezugs zum Agrarsektor eine betriebliche Besonderheit vorliege und es deshalb ein atypisches Vorhaben im Sinne des LROP sei, teilen wir jedoch aus folgendem Grund nicht (vgl. Verträglichkeitsanalyse, S. 56 f.). Es gibt in Niedersachsen eine Vielzahl von Raiffeisenmärkten, die meist schon längere Zeit bestehen und alle aufgrund ihrer Sortimentsstruktur einen Bezug zum Agrarsektor haben. Laut Arbeitshilfe zum Abschnitt 2.3 „Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels“ des LROP wurden im Rahmen der vergangenen LROP Fortschreibungen sämtliche zum jeweiligen Planungszeitpunkt (bis 2017) bekannten und verbreiteten Vorhabentypen, Sortimente und Standortkonstellationen mit betrachtet. Marktübliche „Standardvorhaben“ können insofern unter raumordnerischen Gesichtspunkten in aller Regel keine atypischen Vorhaben sein (vgl. Arbeitshilfe zum Abschnitt 2.3 „Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels“ des LROP, hier: 2.5 Wie muss bei atypischen Vorhaben im Sinne des S 11 Abs. 3 BauNVO die Widerlegung der Regelvermutung erfolgen?).</p> | <p><b>Die Empfehlung wird nicht berücksichtigt. Es kann bei der Festsetzung eines Sonstigen Sondergebietes bleiben.</b></p> <p>Es ist richtig, dass infolge der letztlich während des Verfahrens festgestellten Atypik der Einzelhandelsbetrieb ggf. innerhalb eines Gewerbegebietes baurechtlich zulässig gewesen wäre. Allerdings ist auch die Festsetzung als Sonstiges Sondergebiet gemäß § 11 BauNVO mit der entsprechenden Zweckbestimmung zulässig. Hier besteht zudem der Vorteil, dass die genaue Sortimentsliste während des Verfahrens öffentlich dargestellt und geprüft wird. Ähnliche Festsetzungen sind im Rahmen von Gewerbegebieten im Regelfall nicht möglich. Insofern wird die Festsetzung eines Sonstigen Sondergebietes nicht nur für zulässig, sondern auch für zielführend erachtet.</p>  | <p>Zunächst handelt es sich bei dem Vorhaben um eine betriebliche sowie gleichzeitig eine städtebauliche Atypik, welche in dem vorliegenden Verträglichkeitsgutachten nachgewiesen wurde. Diese Atypik kann die Grundlage für eine Festsetzung als Gewerbegebiet bilden.</p> <p>Wie oben bereits beschrieben teilt Stadt + Handel jedoch die Auffassung, dass ebenfalls eine Ausweisung als Sondergebiet möglich ist, welche den Vorteil einer kleinteiligen Steuerung bildet.</p> |          |                         |                    |                          |                    |            |                    |                 |                   |                  |                   |                         |                   |           |          |                            |                   |                                 |                   |               |                  |            |                   |                   |                   |            |                  |  |

|                        |   |  |   |   |
|------------------------|---|--|---|---|
|                        |   | <p>Falls der Plangeber und der Landkreis Wesermarsch dennoch zu dem Schluss kommen, dass es sich um ein atypisches Vorhaben handelt, sollte von der geplanten Festsetzung als „Sondergebiet Fachmarkt Landhandel“ abgesehen werden und unverändert ein GE festgesetzt bleiben. Sondergebiete sind nach S 11 Abs. 3 der BauNVO für die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben vorgesehen, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und der Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können. Der Nachweis, dass das Vorhaben atypisch ist, schließt die Festsetzung eines Sondergebietes somit aus.</p> |   |   |
| <p><b>TöB - 02</b></p> | <p>Oldenburgische Industrie- und Handelskammer<br/>02.09.2019</p> | <p>Zur Verträglichkeitsanalyse:<br/><br/>An den erweiterungswilligen Raiffeisenmarkt ist ein Raiffeisen-Landhandel angegliedert. Stadt + Handel gehen davon aus, dass der Raiffeisenmarkt heute eine Verkaufsflächengröße von 507 m<sup>2</sup> hat und diese auf 1.495 m<sup>2</sup> vergrößern möchte. Laut Rechtsprechung zählen zur Verkaufsfläche alle Flächen eines Betriebes, die den</p>   | <p><b>Es ist nicht erforderlich, das Gutachten um den angesprochenen Sachverhalt zu erweitern.</b></p> <p>Die Aussagen des Gutachtens sowie die getroffenen Entscheidungen zur Festsetzung von Verkaufsflächen und Sortimentslisten sind eindeutig.</p> | <p>Der Abwägungsempfehlung wird zugestimmt- Die Verkaufsflächen wurden im Rahmen der Erstellung des Verträglichkeitsgutachtens geprüft.</p> |

|  |  |   |  |  |
|--|--|---|--|--|
|  |  | <p>Kunden zugänglich sind, in denen Waren angeboten werden und die mit dem Verkaufsvorgang in einem räumlich-funktionalen Zusammenhang stehen. Das SO, in dem die beiden Unternehmen angesiedelt sind, hat eine Grundfläche von ca. 5.050 m<sup>2</sup>. Fast auf der gesamten Fläche des SOS werden Waren für den Verkauf angeboten. Bei einer Ortsbegehung war es uns nicht eindeutig möglich, die angebotenen Waren einem der beiden Anbieter – also Raiffeisen oder Raiffeisen Landhandel – zuzuordnen. Wir empfehlen deshalb, im Verträglichkeitsgutachten auf diese Situation hinzuweisen und die angenommene derzeitige Verkaufsflächengröße für den Raiffeisenmarkt herzuleiten und zu begründen.</p> |  |  |
|--|--|---|--|--|