



# Einzelhandelsgutachten für die Gemeinde Rastede

- Aktualisierung und Fortschreibung -

27. Februar 2006

Dipl.-Geogr. Martin Kremming  
Dipl.-Ing. Sascha Anders



- ▶ **Angebots- und Nachfrageanalyse  
(Aktualisierung und Vergleich zu 2002)**
- ▶ **Haushaltsbefragung**
- ▶ **Bewertung des Einzelhandelsstandortes „Rastede West“**
- ▶ **Entwicklungsmöglichkeiten/ Standortkonzept**



# Angebots- und Nachfrageanalyse

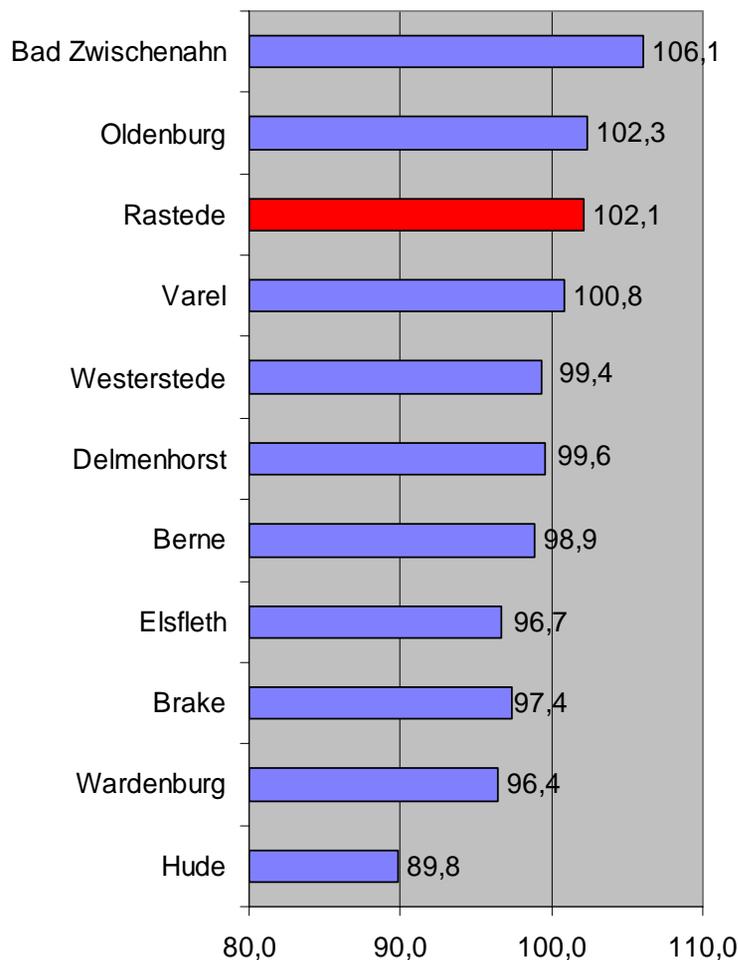
(Aktualisierung und Vergleich zu 2002)

Dipl.-Geogr. Martin Kremming  
Dipl.-Ing. Sascha Anders



## Kaufkraftkennziffern 2005

(Deutschland = 100%)



**Ausgabesatz im EH  
pro EW:  
5.045 €p.a.**

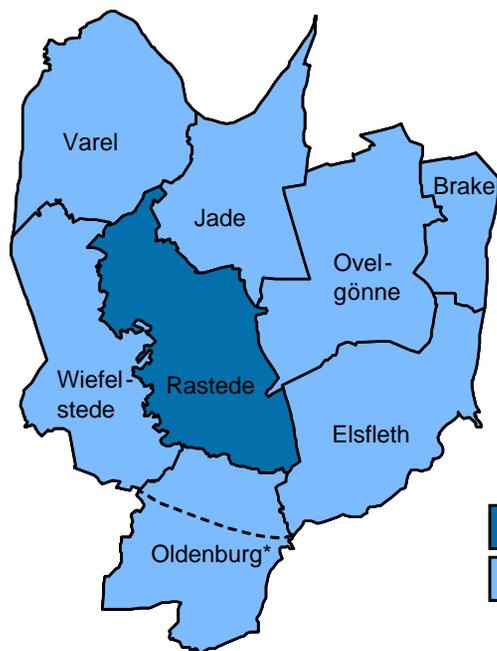
Im Vergleich zum Jahr 2002

**Kaufkraftkennziffer Rastede  
2001: 98,9**

Quelle: MB Research



## Marktgebiet der Gemeinde Rastede



<b>Rastede:</b> 20.161 Einwohner 103,7 Mio.€ Nachfragepotenzial
<b>Marktgebiet:</b> 120.104 Einwohner* 605,6 Mio.€ Nachfragepotenzial*
* Bevölkerung in Oldenburg nur anteilig berechnet (Stat. Bezirk 6 und 7)



## Nachfragepotenzial insgesamt ca. 716,4 Mio. €\*

\* inkl. Potenzialreserve von rd. 7,1 Mio. €



## Vorgehensweise bei der Bestandserhebung

- ▶ **Begehung der Einzelhandelsbetriebe in Rastede und Einschätzung der Leistungsqualität**
- ▶ **Einschätzung der Flächenproduktivität nach Bundesdurchschnitt mit einer regionalen Anpassung & Einschätzung durch Experten**  
(Umsatz je qm Verkaufsfläche in € pro Jahr)
- ▶ **Erfassung des Branchenmix in Rastede** (33 Sortimente, Zusammenfassung auf 14 CIMA-Warengruppen)
- ▶ **Betriebstypendifferenzierung** (Facheinzelhandel, Discounter, Filialisten, „Regionalisten“, Kaufhäuser, Fachmärkte, SB-Warenhäuser)



## Zusammenfassung:

- ▶ In der Gemeinde Rastede wurden **167 Einzelhandelsbetriebe** erfasst
- ▶ mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von **33.900 qm**
- ▶ die **durchschnittliche Raumleistung** liegt **branchenübergreifend** bei **3.050 €/qm**
- ▶ Der errechnete **Einzelhandelsumsatz** liegt bei **103,4 Mio. € (brutto p.a.)**



## Wichtigste Veränderungen der Verkaufsflächen gegenüber 2002:

- ▶ **Zugänge im periodischen Bedarfsbereich**
  - ▶ Wahnbek: NP/ Schlecker
  - ▶ südl. Oldenburger Straße: LIDL
  
- ▶ **Abgänge im aperiodischen Bedarfsbereich**
  - ▶ Bauzentrum Grafe
  - ▶ Mega Polstermöbelmarkt



## Anzahl der Betriebe, VK, Umsätze

CIMA Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>69</b>	<b>11.325</b>	<b>59,5</b>
Lebensmittel, Reformwaren	53	9.210	51,8
Gesundheits- und Körperpflege	10	1.280	6,6
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	6	835	1,1
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>98</b>	<b>22.575</b>	<b>44</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>21</b>	<b>6.570</b>	<b>17,8</b>
Bekleidung, Wäsche	12	4.680	13,0
Schuhe, Lederwaren	4	1.590	3,3
Uhren, Schmuck, Optik	5	300	1,5
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>12</b>	<b>2.805</b>	<b>8,5</b>
Bücher, Schreibwaren	5	760	3,7
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	7	2.045	4,8
<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>10</b>	<b>1.455</b>	<b>2,4</b>
Sportartikel	3	***	***
Spielwaren	2	***	***
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	5	795	1,1
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>8</b>	<b>1.150</b>	<b>2,0</b>
<b>Einrichtungsbedarf</b>	<b>10</b>	<b>4.385</b>	<b>5,2</b>
Möbel, Antiquitäten	7	***	***
Gardinen, Teppiche, Heimtextilien	3	***	***
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>37</b>	<b>6.210</b>	<b>8,0</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>167</b>	<b>33.900</b>	<b>103,4</b>

\*\*\* Aus datenschutzrechtlichen Gründen werden Umsätze und Verkaufsflächen erst ab einer Anzahl von vier Betrieben ausgewiesen.

Im Vergleich zum Jahr 2002

← **Leichter Anstieg von VK und Umsatz im periodischen Bedarf insg.**  
(2002: 9.200 qm VK, Umsatz: 51,0 €)

← **Rückgang von VK und Umsatz**  
(2002: 21.600 qm VK, Umsatz: 50,4 €)

**Raumleistung des EH leicht zurückgegangen**  
(2002: 3.100 €/qm - 2005: 3.050 €/qm)

**Geringe Verkaufsflächendichte von nur 1,68 qm/ EW**

← **Geringe Änderung des Umsatzes**  
(2002: 101,6 Mio. €)



## Umsatz, Nachfragevolumen, Handelszentralität

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität 2005 in %	Handelszentralität in % (2002)
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>59,5</b>	<b>55,6</b>	<b>107,0</b>	<b>101,3</b>
Lebensmittel, Reformwaren	51,8	42,4	122,3	112,9
Gesundheits- und Körperpflege	6,6	12,0	55,2	53,6
übriger periodischer Bedarf (Blumen, Zeitschriften, etc.)	1,1	1,2	85,1	102,1
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>43,9</b>	<b>48,0</b>	<b>91,3</b>	<b>98,3</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>17,8</b>	<b>13,3</b>	<b>133,9</b>	<b>147,8</b>
Bekleidung, Wäsche	13,0	8,5	151,9	170,9
Schuhe, Lederwaren	3,3	2,7	123,7	130,1
Uhren, Schmuck, Optik	1,5	2,1	73,2	74,1
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>8,5</b>	<b>12,1</b>	<b>69,9</b>	<b>60,9</b>
Bücher, Schreibwaren	3,7	3,1	119,1	123,4
Elektroartikel/Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien	4,8	9,1	53,2	42,6
<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>2,4</b>	<b>3,9</b>	<b>62,5</b>	<b>67,1</b>
Sportartikel	***	***	21,0	24,5
Spielwaren	***	***	112,6	117,3
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien, etc.)	1,1	1,1	100,5	100,2
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>2,0</b>	<b>1,2</b>	<b>159,3</b>	<b>172,1</b>
<b>Einrichtungsbedarf</b>	<b>5,2</b>	<b>7,5</b>	<b>69,3</b>	<b>71,8</b>
Möbel, Antiquitäten	***	***	61,7	65,4
Gardinen, Teppiche, Heimtextilien	***	***	90,1	90,7
<b>Baumarktspezifische Sortimente</b>	<b>8,0</b>	<b>10,0</b>	<b>79,7</b>	<b>108,4</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>103,4</b>	<b>103,7</b>	<b>99,7</b>	<b>99,8</b>

\*\*\* Aus datenschutzrechtlichen Gründen werden Umsätze und Verkaufsflächen erst ab einer Anzahl von vier Betrieben ausgewiesen.

Im Vergleich zum Jahr 2002

← Versorgung mit Gütern gesichert und deutlich verbessert!

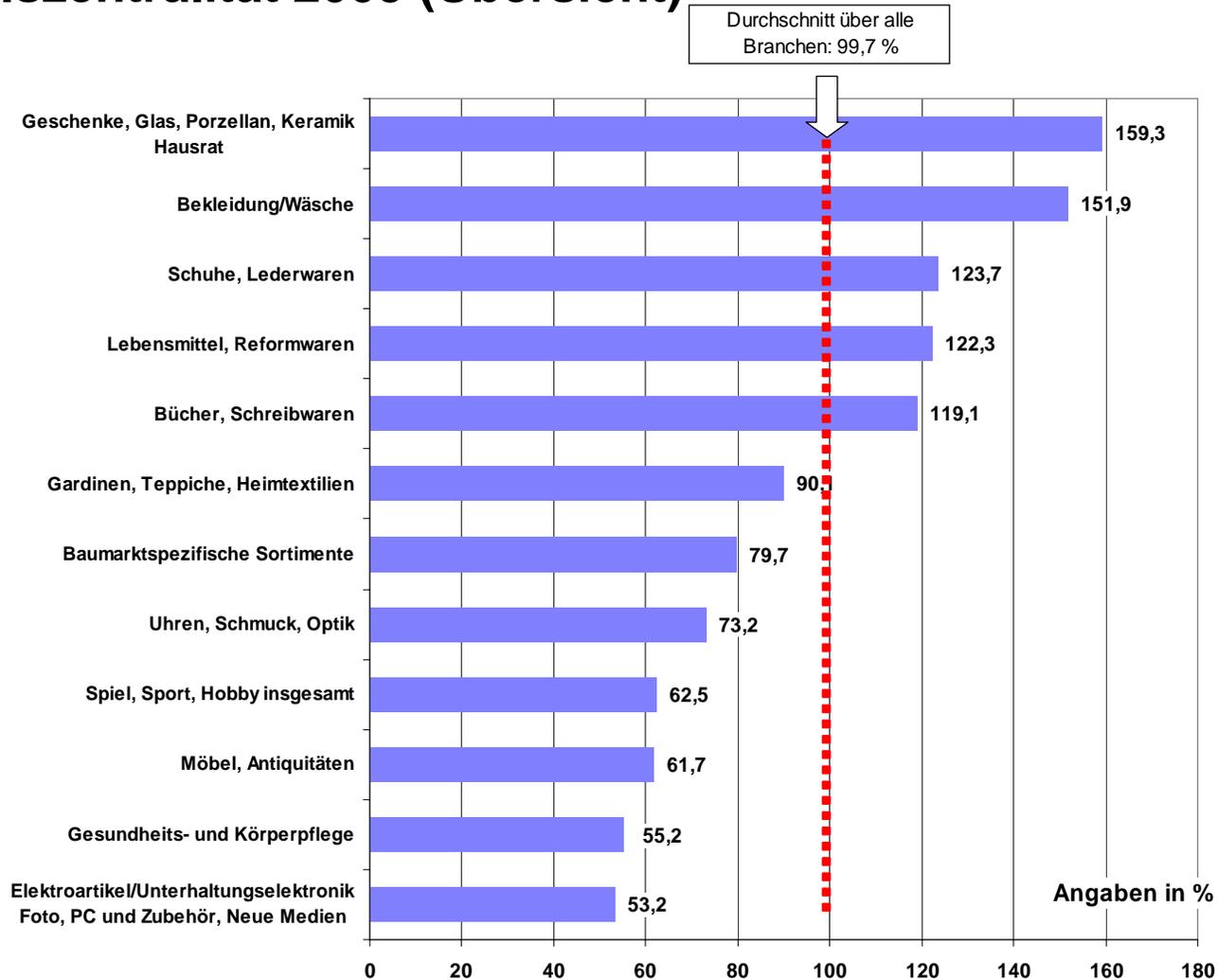
← Insgesamt leichter Rückgang, in den einzelnen Branchen erhebliche Abweichungen

Insgesamt liegt die Einzelhandelszentralität unter 100 %, so dass per Saldo Kaufkraft aus Rastede abfließt

← EH-Umsatz entspricht in etwa dem vorhandenen Nachfragepotenzial



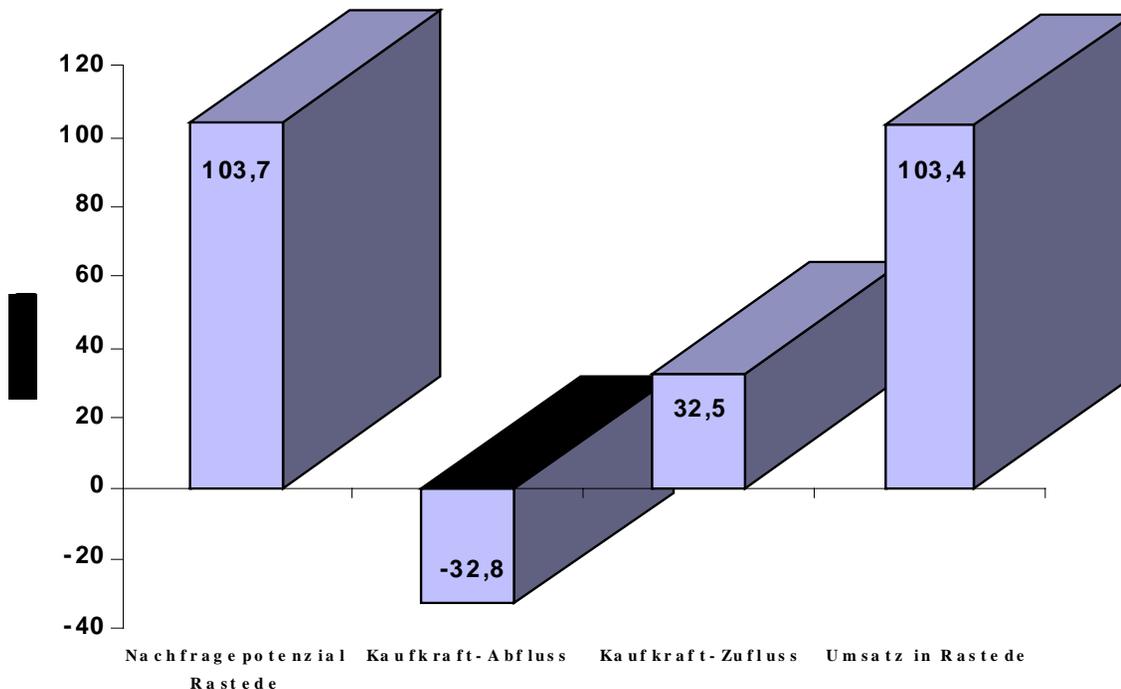
## Handelszentralität 2005 (Übersicht)





## Kaufkraftpotenzial, Abflüsse, Zuflüsse, Umsatz

Im Vergleich zum Jahr 2002

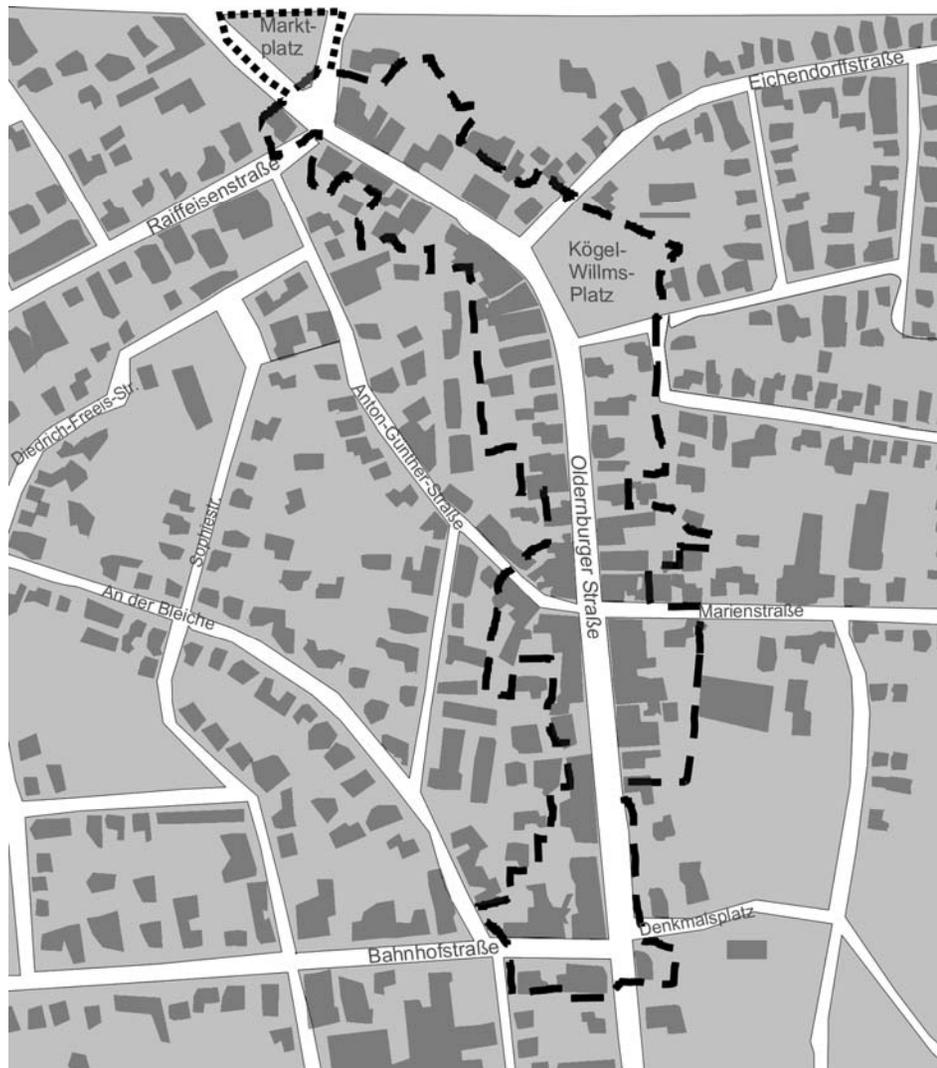


- ▶ Leichter Anstieg von Kaufkraftpotenzial und Umsatz
- ▶ Leichter Anstieg von Kaufkraftzu- und -abflüssen
- ▶ Kaufkraft kann heute nicht zufriedenstellend gehalten werden
- ▶ Anstieg der Zuflüsse im Bereich Lebensmittel
- ▶ Anstieg der Abflüsse im Bereich Bekleidung und baumarktspezifische Sortimente

**167 Betriebe, 33.900 qm Verkaufsfläche**



## Zentrum Rastede



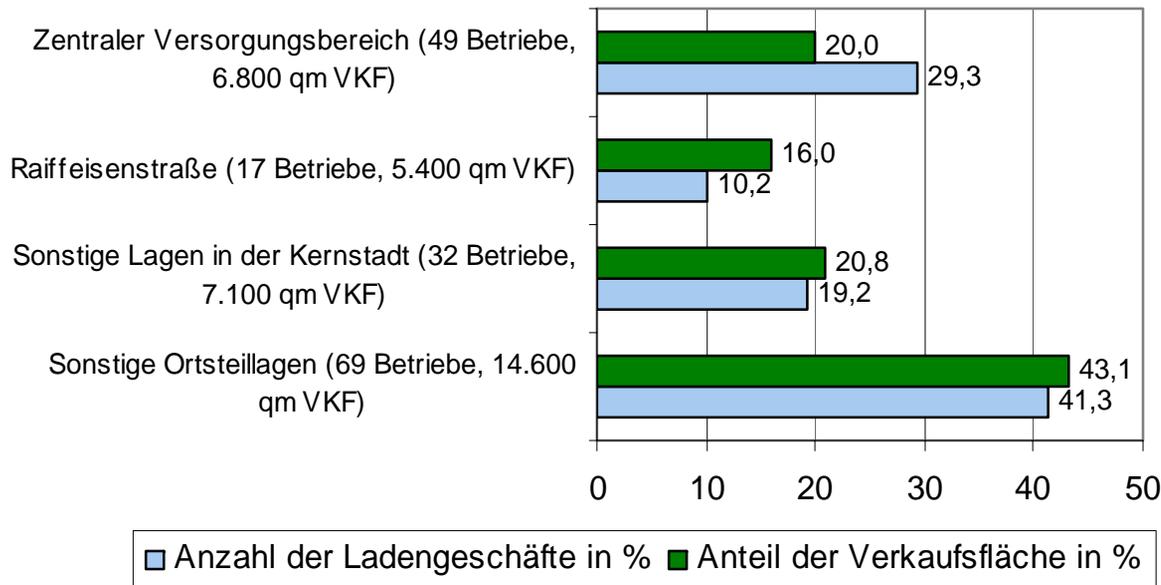
### Charakteristika

- ▶ Es überwiegen Versorgungskäufe (Pkw)
- ▶ kein durchgängiger Besatz mit Einzelhandel und Gastronomie vorhanden
- ▶ wenig Ladenleerstände in der Oldenburger Straße



## Anzahl der Ladengeschäfte nach Lage 2005

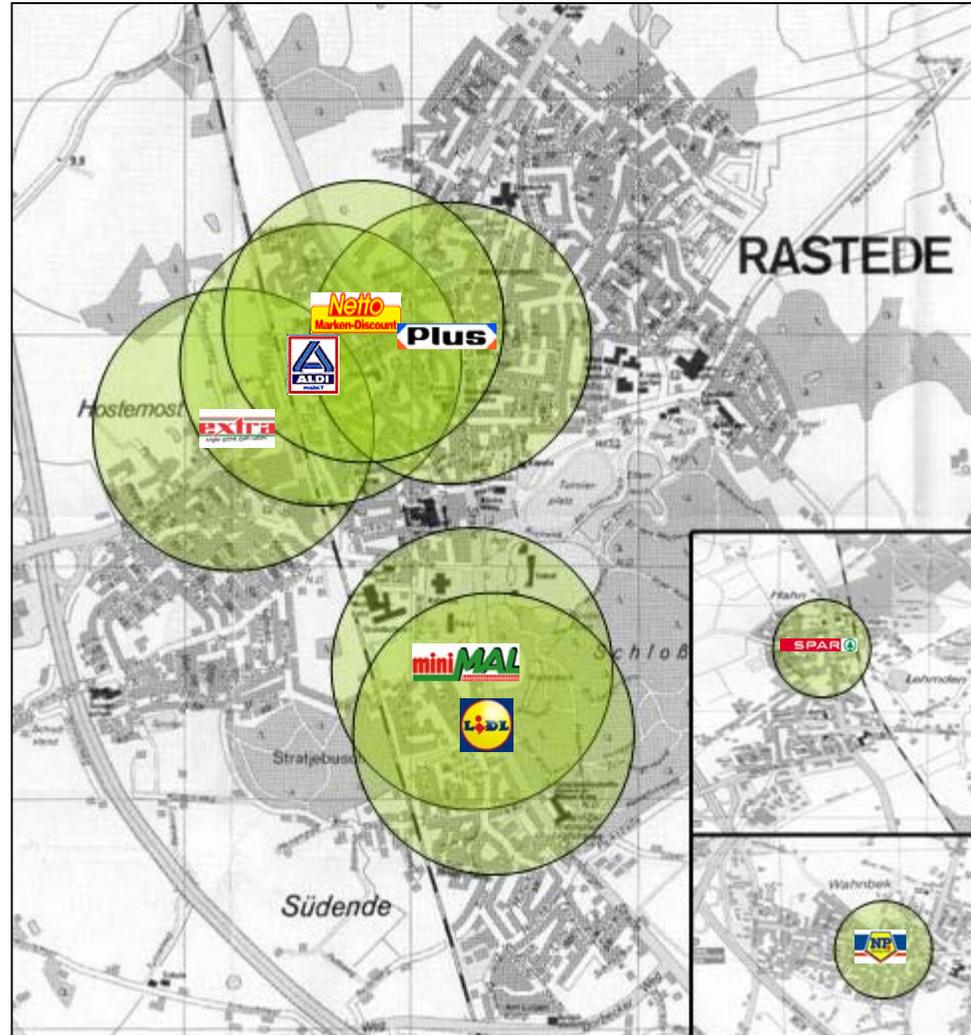
Im Vergleich zum Jahr 2002



- ▶ **Der Zentrale Versorgungsbereich „Oldenburger Straße“ hat anteilig an VK verloren (2002: 21,3% VK, 31,1% Anzahl)**
- ▶ **Der Anteil der sonstigen Lagen in der Kernstadt und den sonstigen Ortsteillagen ist deutlich gestiegen**
- ▶ **Anteil der VK des „Zentralen Versorgungsbereiches“ liegt bei nur rd. 20% (Mittelzentren sollten 30 bis 50 % erreichen)**
- ▶ **Zentraler Versorgungsbereich: eher kleine Betriebsstrukturen**



## Nahversorgungssituation





# Haushaltsbefragung

Dipl.-Geogr. Martin Kremming  
Dipl.-Ing. Sascha Anders



**Zeitraum:**

**20. Dez. 2005 bis 06. Jan. 2006**

befragt wurden:

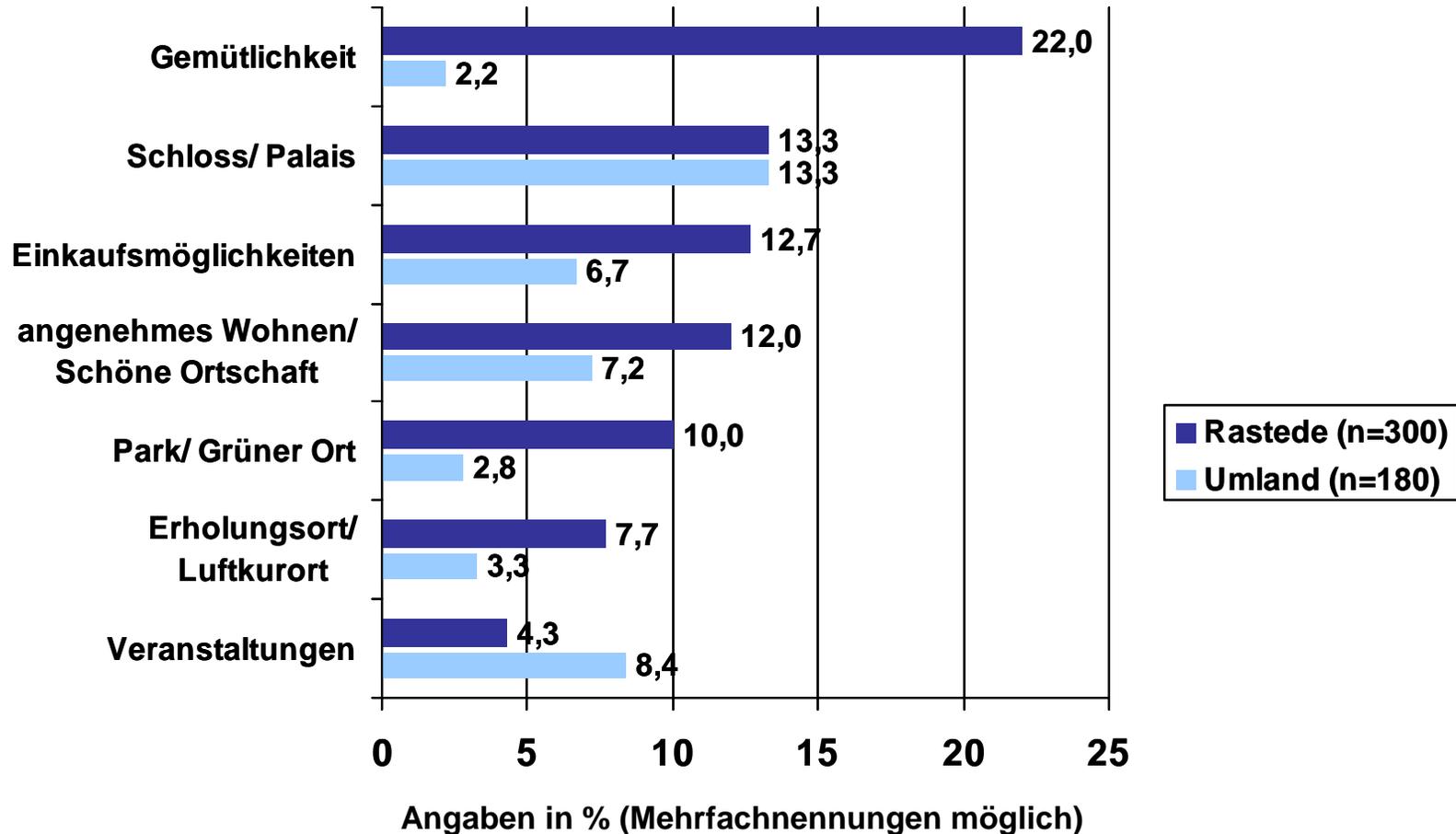
- ▶ aus der **Gemeinde Rastede: 300 Personen**
- ▶ aus den **Umlandgemeinden jeweils 60 Personen:**
  - ▶ **Brake/ Elsfleth**
  - ▶ **Wiefelstede**
  - ▶ **Oldenburg-Ofenerdiek**



# Image der Gemeinde Rastede



An was denken Sie spontan, wenn Sie an Rastede denken?  
(Top 7-Nennungen)





# Image der Gemeinde Rastede



## Benotung einzelner Aspekte in Rastede (Befragte aus Rastede)

<b>Einzelhandelsangebot</b>	<b>2,38</b>
<b>Gastronomieangebot</b>	<b>2,38</b>
Kulturangebot/ Märkte/ Veranstaltungen	2,41
Beherbergungsangebot	2,42
<b>Aufenthaltsqualität im Zentrum</b>	<b>2,55</b>
<b>Parkmöglichkeiten</b>	<b>3,42</b>

(Schulnoten: 1= sehr gut bis 6 = ungenügend)

## Benotung einzelner Aspekte in Rastede (Befragte aus den Umlandgemeinden)

<b>Einzelhandelsangebot</b>	<b>2,35</b>
<b>Kulturangebot/ Märkte/ Veranstaltungen</b>	<b>2,38</b>
Gastronomieangebot	2,49
<b>Aufenthaltsqualität im Zentrum</b>	<b>2,52</b>
<b>Parkmöglichkeiten im Zentrum</b>	<b>3,00</b>

(Schulnoten: 1= sehr gut bis 6 = ungenügend)



## Benotung des Einzelhandels (Befragte aus Rastede)

<b>Erreichbarkeit</b>	<b>2,12</b>
<b>Service</b>	<b>2,16</b>
<b>Qualität des Angebots</b>	<b>2,22</b>
<b>Umfang des Angebotes</b>	<b>2,41</b>
<b>Öffnungszeiten</b>	<b>2,41</b>

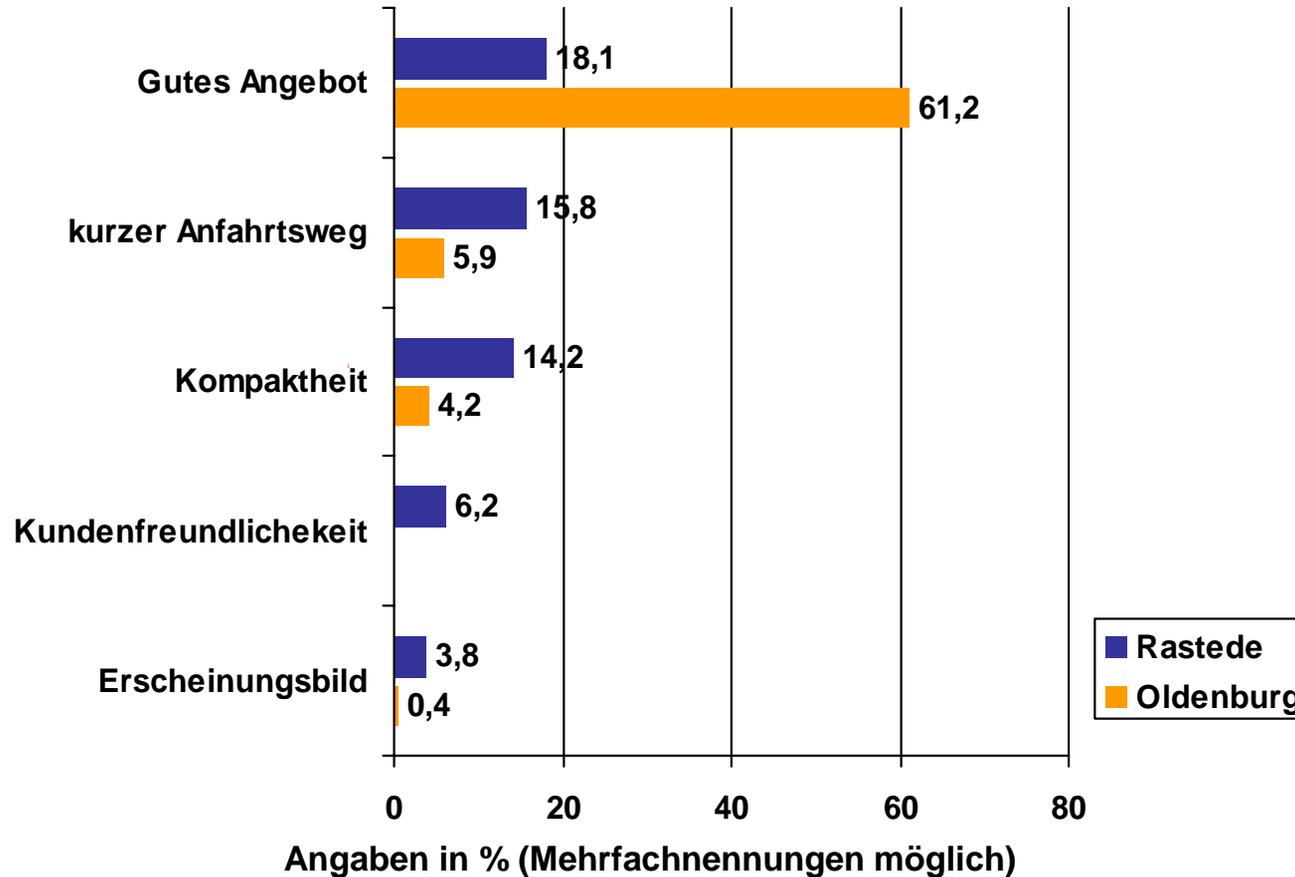
(Schulnoten: 1= sehr gut bis 6 = ungenügend)



# Rastede als Einzelhandelsstandort



## Stärken der Einkaufsorte Rastede und Oldenburg im Vergleich (nur Befragte aus Rastede\*) (Top 5-Nennungen)



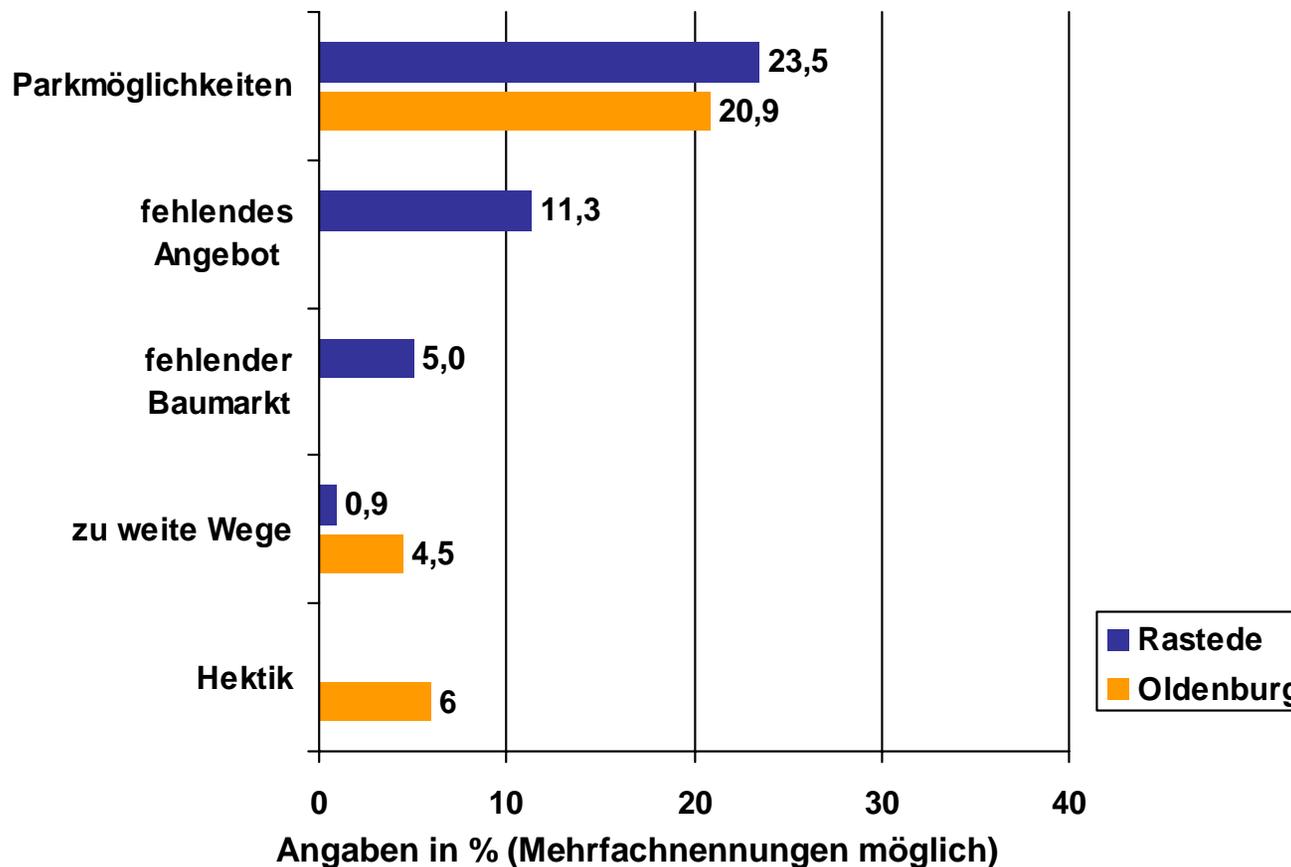
\* Zum Einkaufsort Rastede gab es 260 Nennungen, zu Oldenburg 237 Nennungen.



# Rastede als Einzelhandelsstandort



## Schwächen der Einkaufsorte Rastede und Oldenburg im Vergleich (nur Befragte aus Rastede\*) (Top 5-Nennungen)



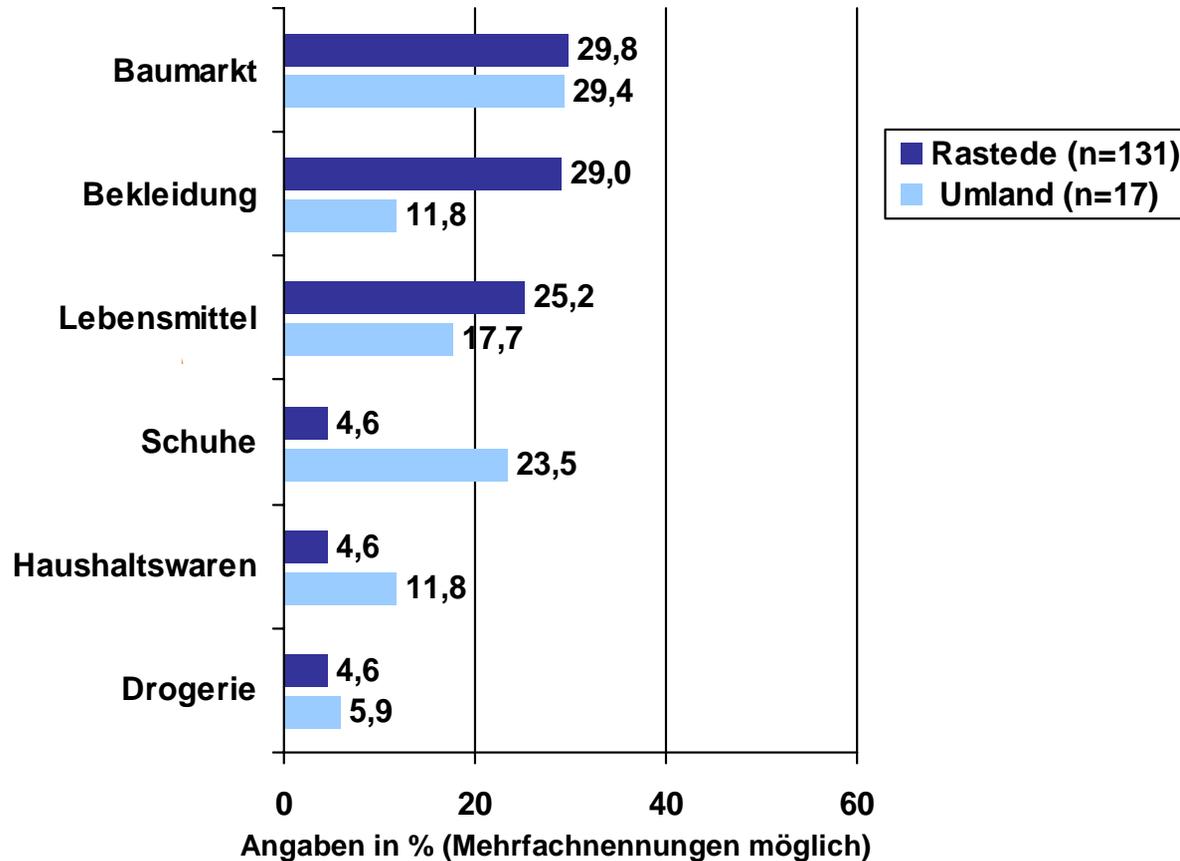
\* Zum Einkaufsort Rastede gab es 260 Nennungen, zu Oldenburg 237 Nennungen.



# Rastede als Einzelhandelsstandort



Wenn Sie an das EH-Angebot im Zentrum von Rastede denken, gibt es Sortimente/ Geschäfte, die Sie dort vermissen?

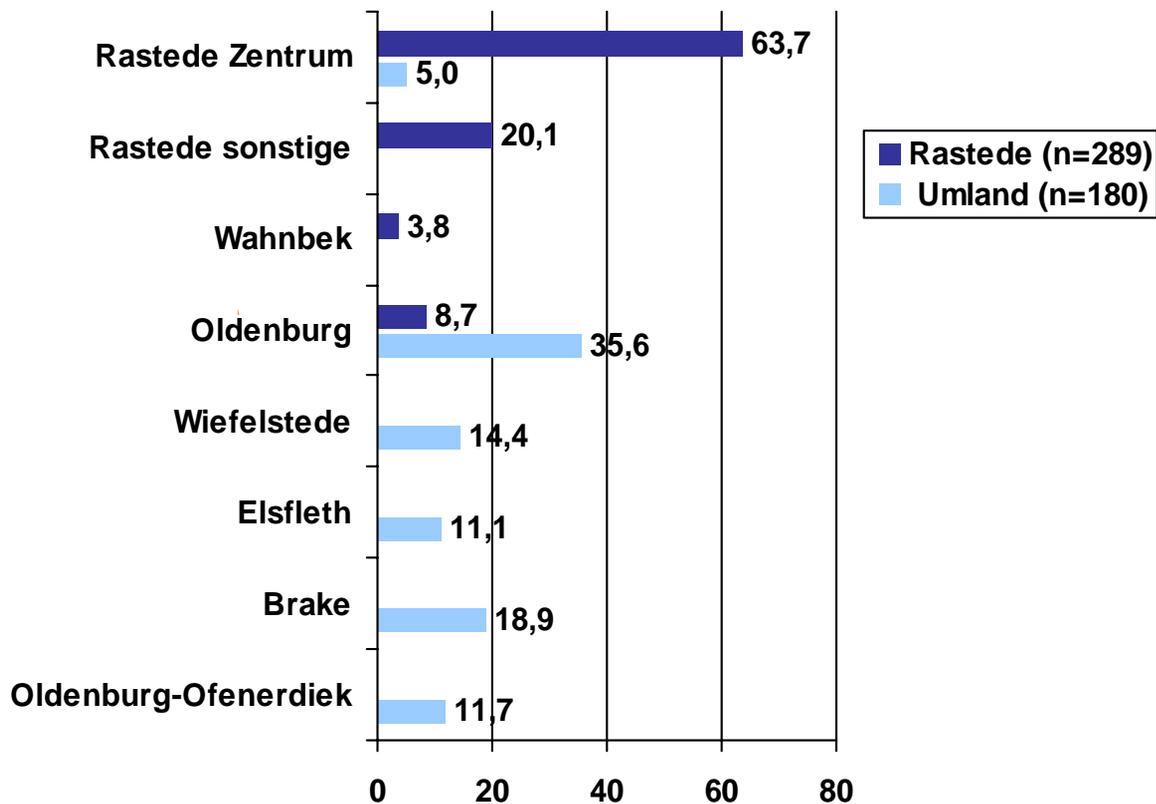




# Rastede als Einzelhandelsstandort



## Wo kaufen Sie hauptsächlich Lebensmittel/ Reformwaren ein? (Top 8-Nennungen)

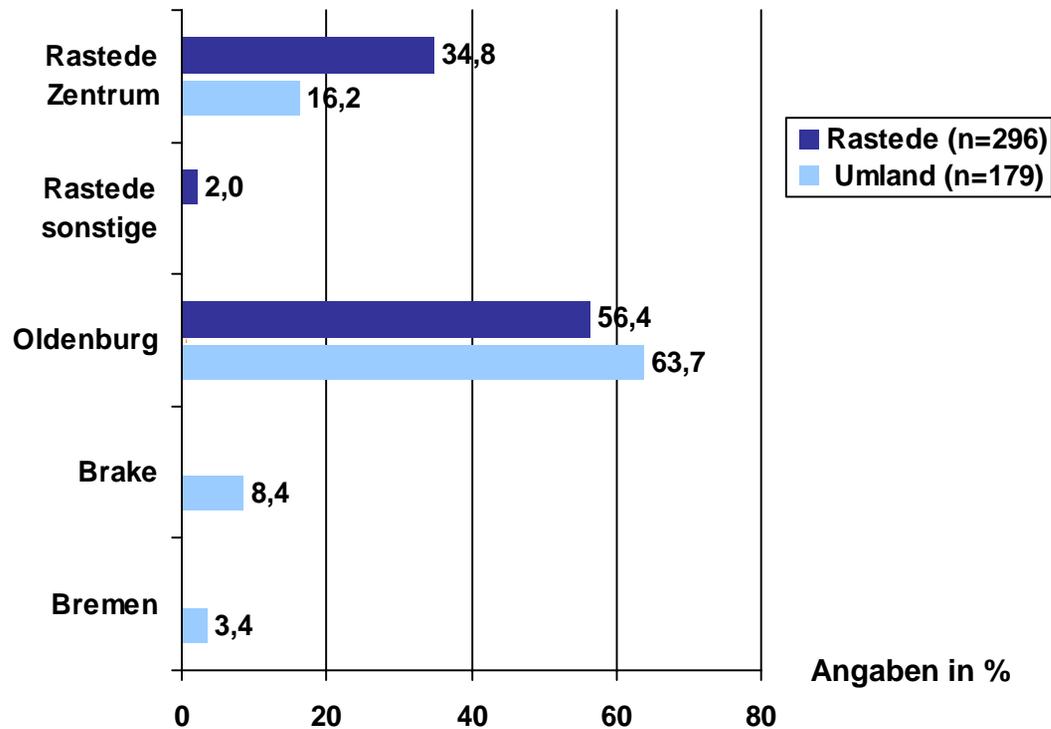




# Rastede als Einzelhandelsstandort



## Wo kaufen Sie hauptsächlich Bekleidung/ Wäsche ein? (Top 5-Nennungen)

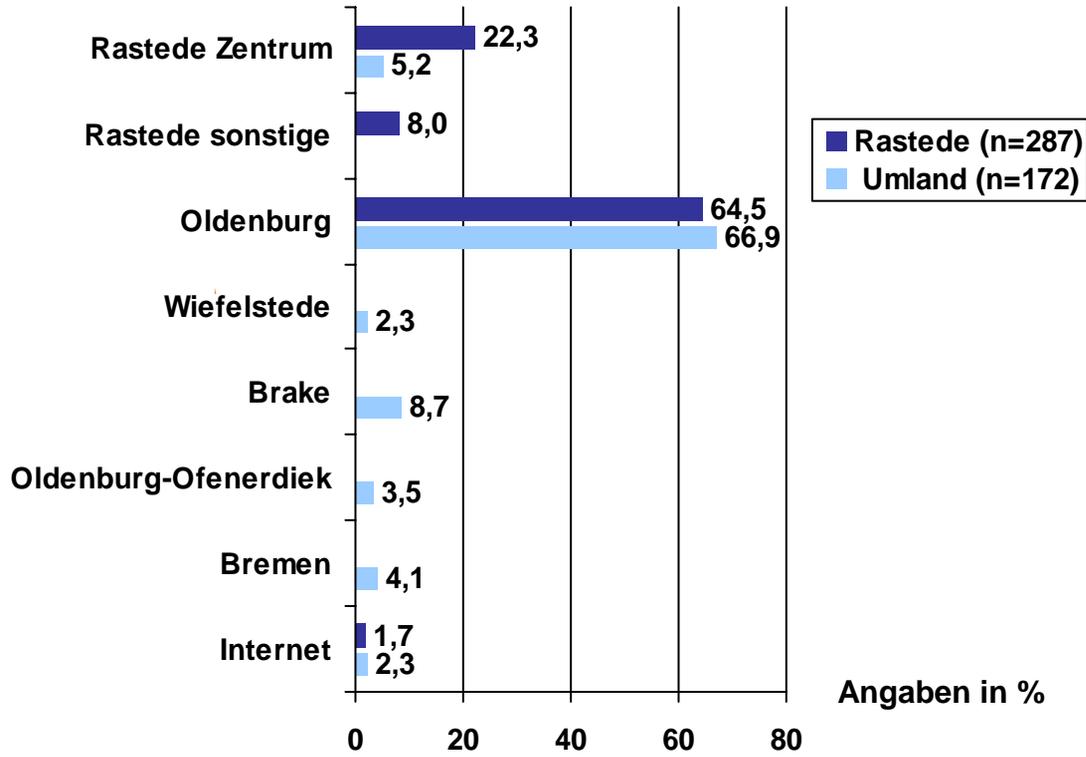




# Rastede als Einzelhandelsstandort



## Wo kaufen Sie hauptsächlich Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik/ Neue Medien ein? (Top 8-Nennungen)

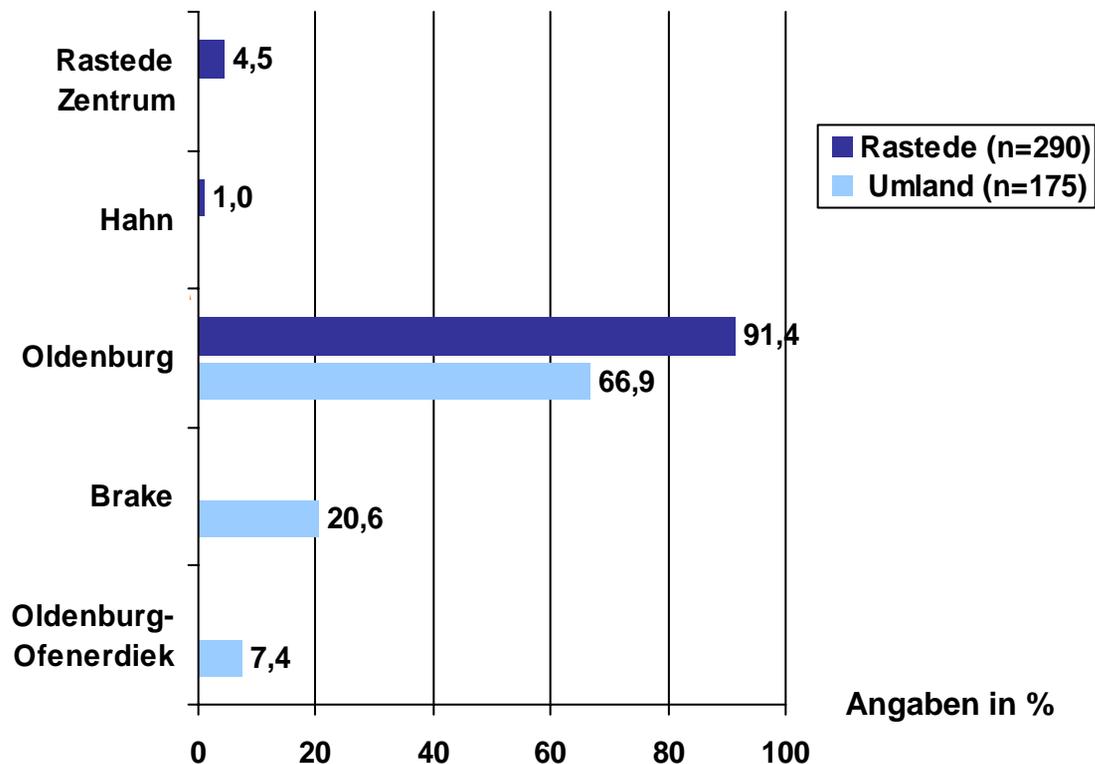




# Rastede als Einzelhandelsstandort



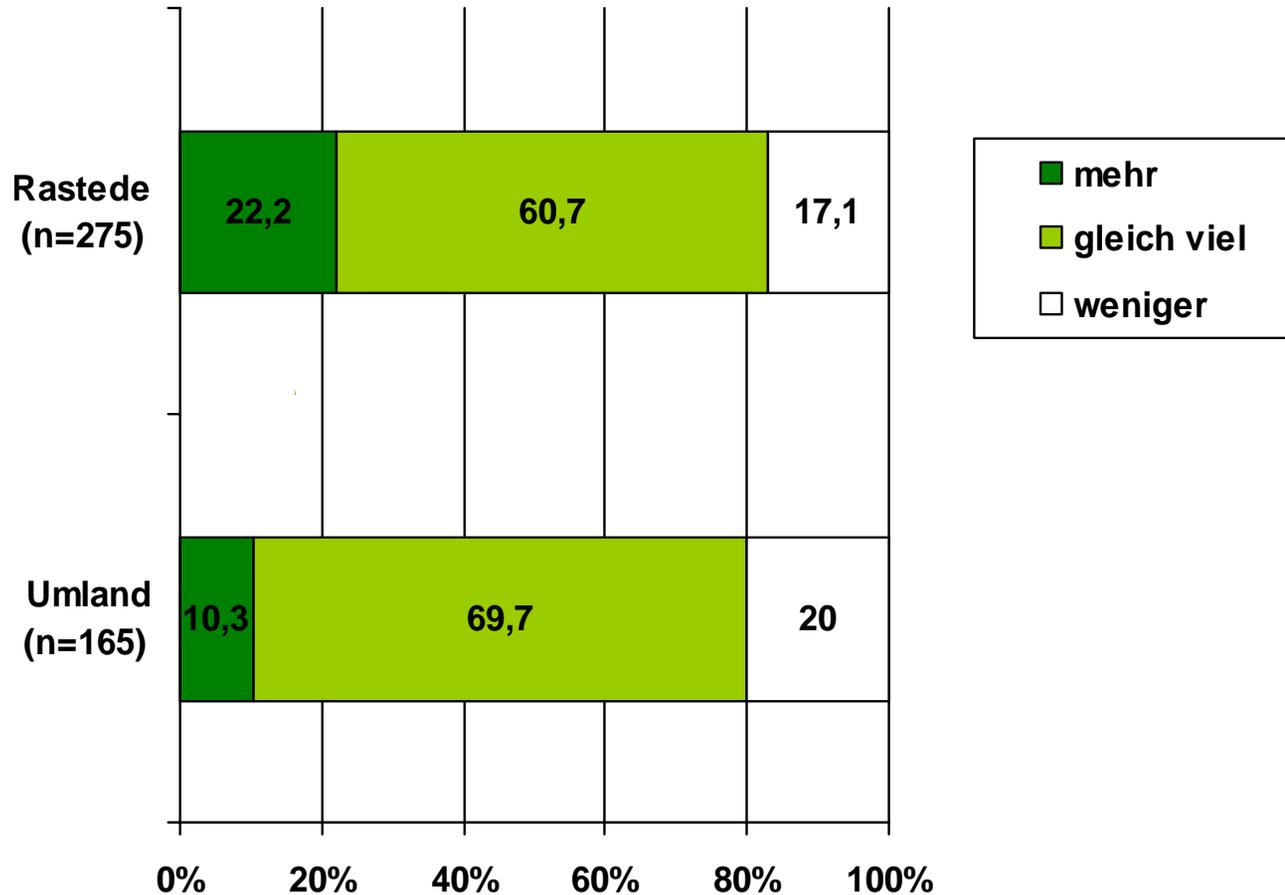
## Wo kaufen Sie hauptsächlich baumarktspezifische Artikel ein? (Top 5-Nennungen)





# Veränderung im Einkaufsverhalten

**Kaufen Sie heute mehr, gleich viel oder weniger im Zentrum von Rastede ein als vor drei Jahren?**





# Bewertung des Einzelhandelsstandortes „Rastede West“

Dipl.-Geogr. Martin Kremming  
Dipl.-Ing. Sascha Anders



# Standortbeschreibung



- ▶ **ehemaliges Gebäude des Baumarktes Grafe**
- ▶ **Bebauungsplan 70 Rastede-West als Sondergebiet „Einzelhandel/ Wohnen“ ausgewiesen**  
(Baumarkt bzw. als Lagerhalle hinzugefügt)
- ▶ **verkehrsgünstig** (Anschlussstelle Rastede zur BAB 29 nach OL und HB)
- ▶ **PKW gut erreichbar; fußläufig erreichbar**, aber keine städtebaulich-gestalterische Verbindung zum „Zentralen Versorgungsbereich Oldenburger Straße“ (Bahnübergang)
- ▶ **teil-integriert**
- ▶ **Entfernung Zentrum: rd. 600m**  
**Entfernung EH Raiffeisenstraße jenseits der Bahnlinie: rd. 300 m**  
**Verbrauchermarkt/ Teppichmarkt in direkter Nähe**



## Standortbeurteilung hinsichtlich der folgenden Kriterien:

- ▶ Standortumfeld (Einzelhandelsbesatz) und Erreichbarkeit
- ▶ Eignung für zentrenrelevanten Einzelhandel
- ▶ Eignung für die vorgesehenen Nutzungen (Branchen/ Verkaufsflächengröße)

## Bewertungskriterien:

- ▶ Dimensionierung der Gesamtkonzeption
- ▶ Verkaufsflächen nach Branchen
- ▶ Attraktivität der Gesamtkonzeption
- ▶ Verträglichkeit für das Ortszentrum



# Konzeption des Vorhabens



## Variante 1:

- Laden 1 (rd. 155 qm), EG: Textil
- Laden 2 (rd. 510 qm), EG: Drogerie
- Laden 3 (rd. 35 qm), EG: Fotoshop**
- Laden 4 (rd. 735 qm), EG/ OG: Kaufhaus
- Laden 5 (rd. 315 qm), OG: Schuhverkauf**
- Laden 6 (rd. 300 qm), OG: Textil**
- Laden 7 (rd. 500 qm), EG hinten: Getränke
- Laden 8 (rd. 330 qm), EG hinten: Zoobedarf

## Variante 2:

- Laden 1 (rd. 155 qm), EG: Textil
- Laden 2 (rd. 510 qm), EG: Drogerie
- Laden 3 (rd. 35 qm), EG: Fotoshop**
- Laden 4 (rd. 735 qm), EG/ OG: Kaufhaus
- Laden 5 (rd. 315 qm), OG: Videothek (kein EH)**
- Laden 6 (rd. 300 qm), OG: Textil**
- Laden 7 (rd. 500 qm), EG hinten: Getränke
- Laden 8 (rd. 330 qm), EG hinten: Zoobedarf

## Variante 3:

- Laden 1 (rd. 155 qm), EG: Textil
- Laden 2 (rd. 510 qm), EG: Drogerie
- Laden 3 (rd. 35 qm), EG: Fotoshop**
- Laden 4 (rd. 735 qm), EG/ OG: Kaufhaus
- Laden 5 (rd. 315 qm), OG: Schuhverkauf**
- Laden 6 (rd. 300 qm), OG: Geschenkartikel**
- Laden 7 (rd. 500 qm), EG hinten: Getränke
- Laden 8 (rd. 330 qm), EG hinten: Zoobedarf

## Variante 4:

- Laden 1 (rd. 155 qm), EG: Textil
- Laden 2 (rd. 510 qm), EG: Drogerie
- Laden 3 (rd. 35 qm), EG: Apotheke**
- Laden 4 (rd. 735 qm), EG/ OG: Kaufhaus
- Laden 5 (rd. 315 qm), OG: Schuhverkauf**
- Laden 6 (rd. 300 qm), OG: Textil**
- Laden 7 (rd. 500 qm), EG hinten: Getränke
- Laden 8 (rd. 330 qm), EG hinten: Zoobedarf

## Variante 5:

- Laden 1 (rd. 155 qm), EG: Textil
- Laden 2 (rd. 510 qm), EG: Drogerie
- Laden 3 (rd. 35 qm), EG: Apotheke**
- Laden 4 (rd. 735 qm), EG/ OG: Kaufhaus
- Laden 5 (rd. 315 qm), OG: Schuhverkauf**
- Laden 6 (rd. 300 qm), OG: Geschenkartikel**
- Laden 7 (rd. 500 qm), EG hinten: Getränke
- Laden 8 (rd. 330 qm), EG hinten: Zoobedarf

- ▶ **8 verschiedene Läden**
- ▶ **Branchenschwerpunkte:**
  - ▶ **Bekleidung (435 bis 735 qm VK)**
  - ▶ **Schuhverkauf (bis zu 355 qm VK)**
  - ▶ **Drogeriewaren (540 bis 575 qm VK)**



## Verkaufsfläche und Umsatz des Planvorhabens

Planungsvorhaben ehemaliger Grafe Baumarkt	Variante 1		Variante 2		Variante 3		Variante 4		Variante 5	
	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €								
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>1.090</b>	<b>3,2</b>	<b>1.090</b>	<b>3,2</b>	<b>1.090</b>	<b>3,2</b>	<b>1.125</b>	<b>3,9</b>	<b>1.125</b>	<b>3,9</b>
Lebensmittel und Reformwaren (inkl. Getränke)	550	1,4	550	1,4	550	1,4	550	1,4	550	1,4
Gesundheits- und Körperpflege	540	1,8	540	1,8	540	1,8	575	2,5	575	2,5
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>1.090</b>	<b>3,2</b>	<b>775</b>	<b>2,3</b>	<b>790</b>	<b>2,3</b>	<b>1.090</b>	<b>3,2</b>	<b>790</b>	<b>2,3</b>
Bekleidung, Wäsche	735	2,2	735	2,2	435	1,3	735	2,2	435	1,3
Schuhe, Lederwaren	355	1,0	40	0,1	355	1,0	355	1,0	355	1,0
<b>Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien</b>	<b>95</b>	<b>0,3</b>	<b>95</b>	<b>0,3</b>	<b>95</b>	<b>0,3</b>	<b>60</b>	<b>0,2</b>	<b>60</b>	<b>0,2</b>
<b>GPK, Geschenke</b>	<b>85</b>	<b>0,2</b>	<b>85</b>	<b>0,2</b>	<b>385</b>	<b>0,8</b>	<b>85</b>	<b>0,2</b>	<b>385</b>	<b>0,8</b>
<b>baumarktspezifische Sortimente (inkl. Zoobedarf)</b>	<b>350</b>	<b>0,5</b>								
<b>sonst. kaufhaustypische Sortimente*</b>	<b>170</b>	<b>0,5</b>								
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>2.880</b>	<b>7,9</b>	<b>2.565</b>	<b>7,0</b>	<b>2.880</b>	<b>7,6</b>	<b>2.880</b>	<b>8,5</b>	<b>2.880</b>	<b>8,2</b>

\* Uhren/ Schmuck/ Optik, Bücher/ Schreibwaren, Spielwaren, Hobbybedarf, Teppiche/ Gardinen/ Heimtextilien

Variante 1: mit Fotoshop (Laden 3), Textil (Laden 6) und Schuhverkauf (Laden 5)

Variante 2: mit Fotoshop (Laden 3), Textil (Laden 6), ohne Schuhverkauf (Laden 5 = Videothek)

Variante 3: mit Fotoshop (Laden 3), Geschenk-artikel (Laden 6) und Schuhverkauf (Laden 5)

Variante 4: mit Apotheke (Laden 3), Textil (Laden 6) und Schuhverkauf (Laden 5)

Variante 5: mit Apotheke (Laden 3), Geschenk-artikel (Laden 6) und Schuhverkauf (Laden 5)

► **Einzelhandelsumsatz je nach Variante von ca. 7,0 Mio. € bis 8,5 Mio. €**



## Ist-Situation der vorhabenrelevanten Sortimente

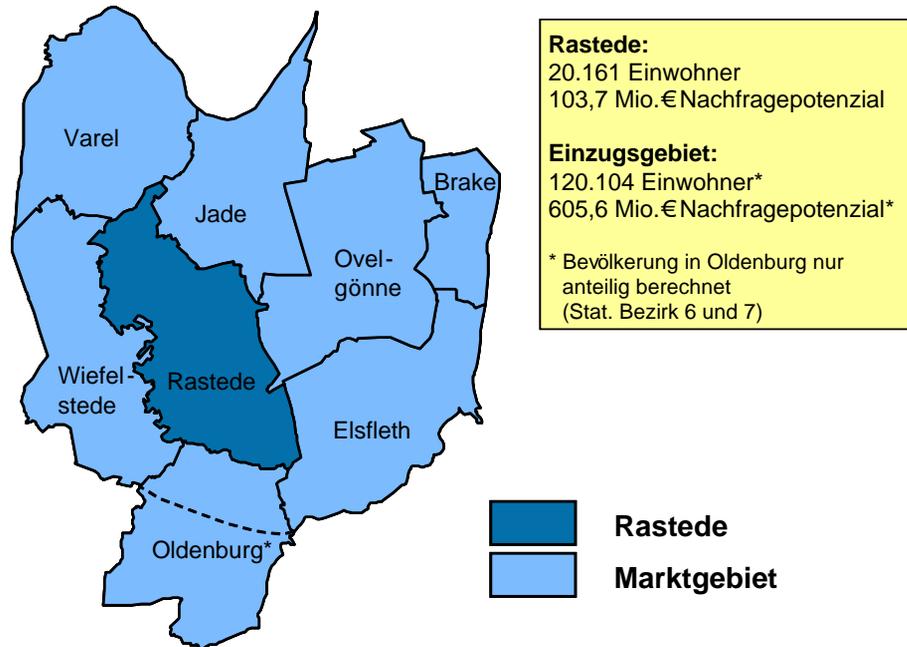
### Flächen- und Umsatzbilanz heute

Flächen- und Umsatzbilanz (aktuell)	Rastede (gesamt)		Rastede Zentrum	
	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
<b>CIMA Warengruppe</b>				
<b>Periodischer Bedarf gesamt</b>	<b>10.490</b>	<b>58,4</b>	<b>1.540</b>	<b>9,1</b>
Lebensmittel und Reformwaren (inkl. Getränke)	9.210	51,8	1.025	6,2
Gesundheits- und Körperpflege	1.280	6,6	515	2,8
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>6.270</b>	<b>16,3</b>	<b>2.710</b>	<b>7,7</b>
Bekleidung, Wäsche	4.680	13,0	2.490	7,2
Schuhe, Lederwaren	1.590	3,3	220	0,5
<b>Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien</b>	<b>2.045</b>	<b>4,8</b>	<b>55</b>	<b>0,3</b>
<b>GPK, Geschenke</b>	<b>1.150</b>	<b>2,0</b>	<b>450</b>	<b>0,8</b>
<b>baumarktspezifische Sortimente (inkl. Zoobedarf)</b>	<b>6.210</b>	<b>8,0</b>	<b>85</b>	<b>0,2</b>
<b>sonst. Kaufhaustypische Sortimente*</b>	<b>3.690</b>	<b>9,0</b>	<b>1.845</b>	<b>5,7</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>29.855</b>	<b>98,5</b>	<b>6.685</b>	<b>23,8</b>

\* Uhren/ Schmuck/ Optik, Bücher/ Schreibwaren, Spielwaren, Hobbybedarf, Teppiche/ Gardinen/ Heimtextilien



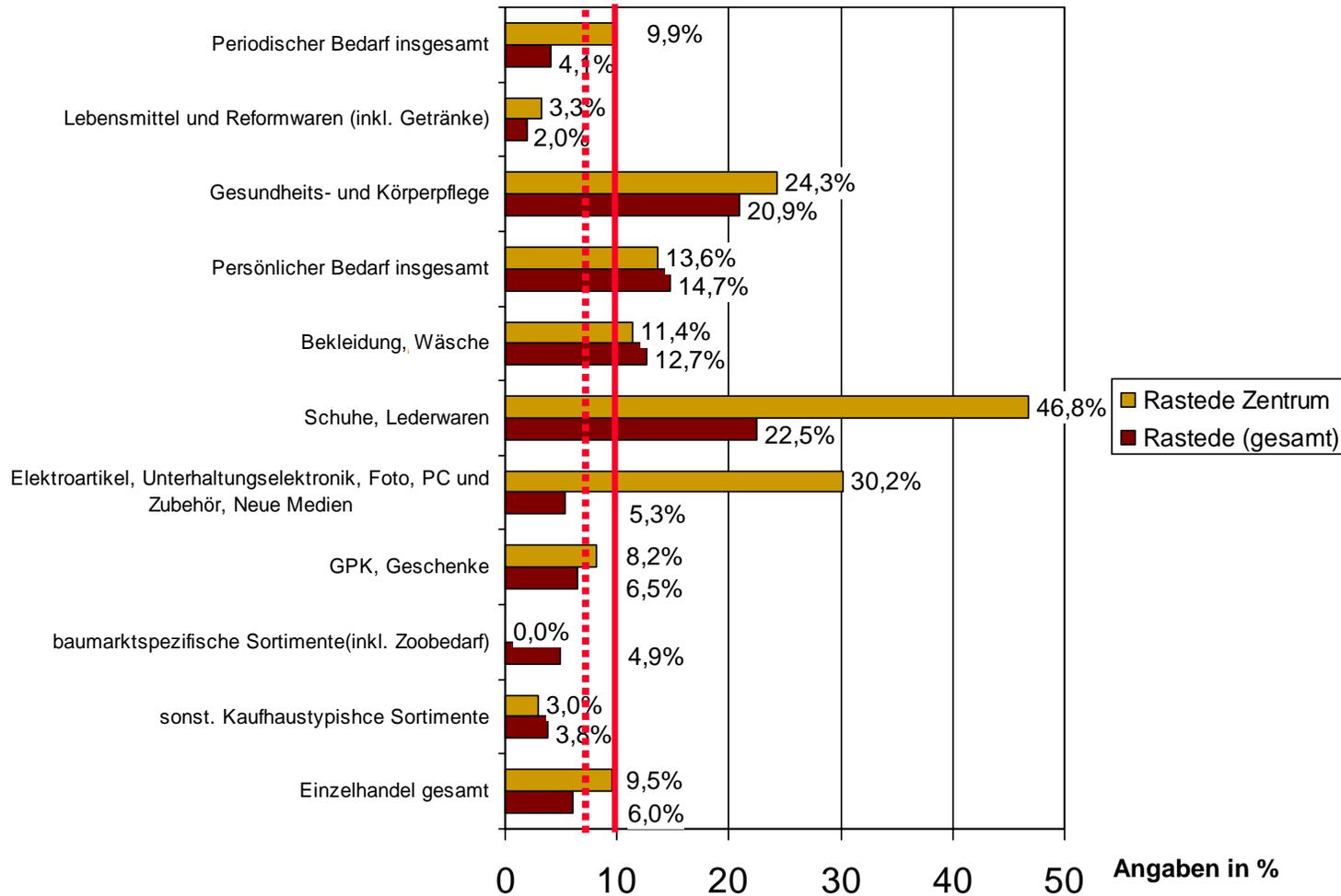
## Einzugsgebiet des Planvorhabens



- ▶ rd. 75% des Umsatzes werden aus dem Gemeindegebiet generiert
- ▶ je nach Variante: zw. 5,3 und 6,4 Mio. € aus dem Gemeindegebiet
- ▶ Entsprechend aus dem Zentralen Versorgungsbereich „Oldenburger Straße“: zw. 2,1 und 2,5 Mio. €
- ▶ Marktgebiet (inkl. Potenzialreserve): zw. 1,8 und 2,1 Mio. €

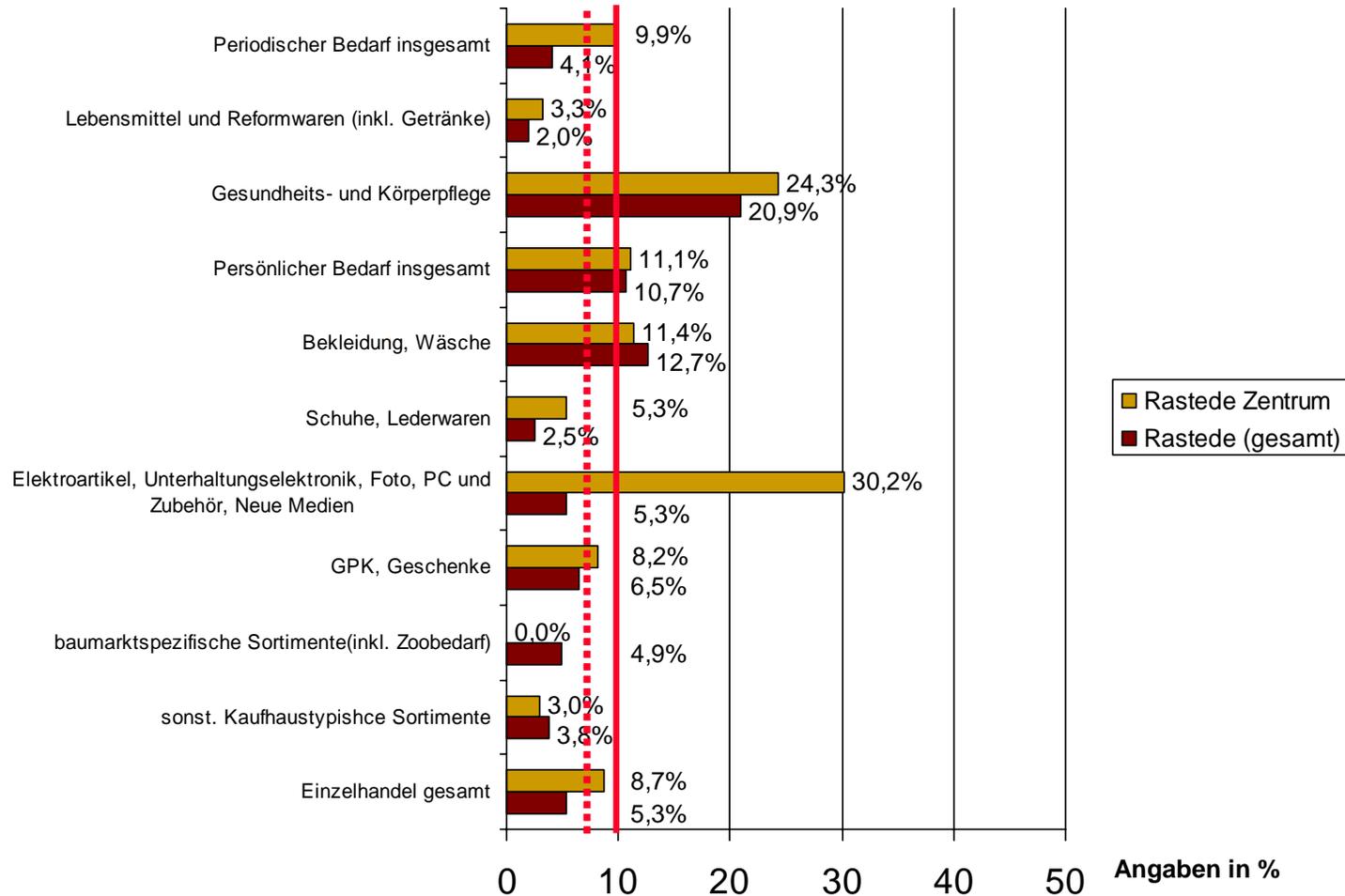


## Umverteilungseffekte in den vorhabenrelevanten Sortimenten Gemeinde Rastede, Zentrum Rastede (Variante 1)



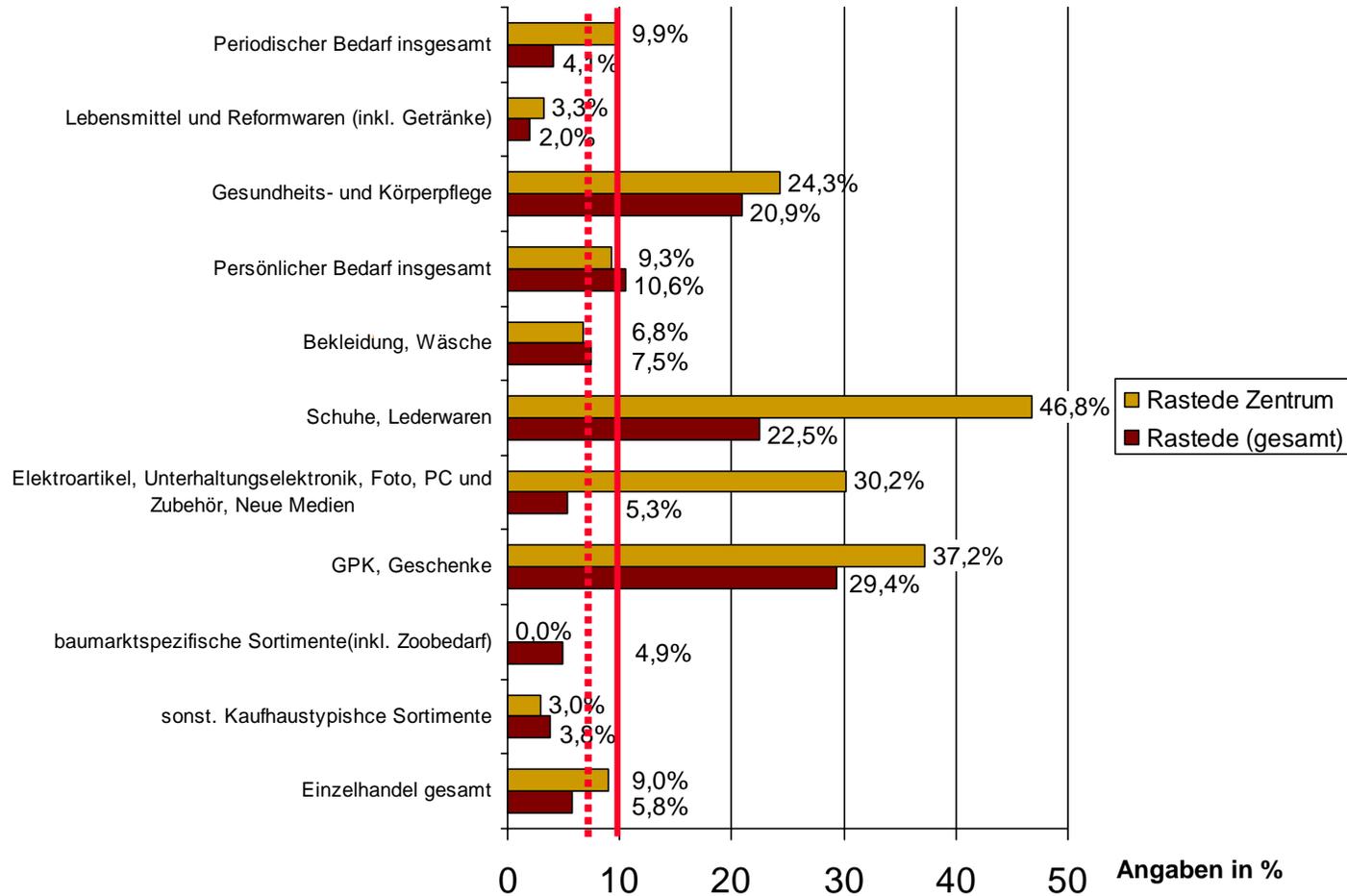


## Umverteilungseffekte in den vorhabenrelevanten Sortimenten Gemeinde Rastede, Zentrum Rastede (Variante 2)



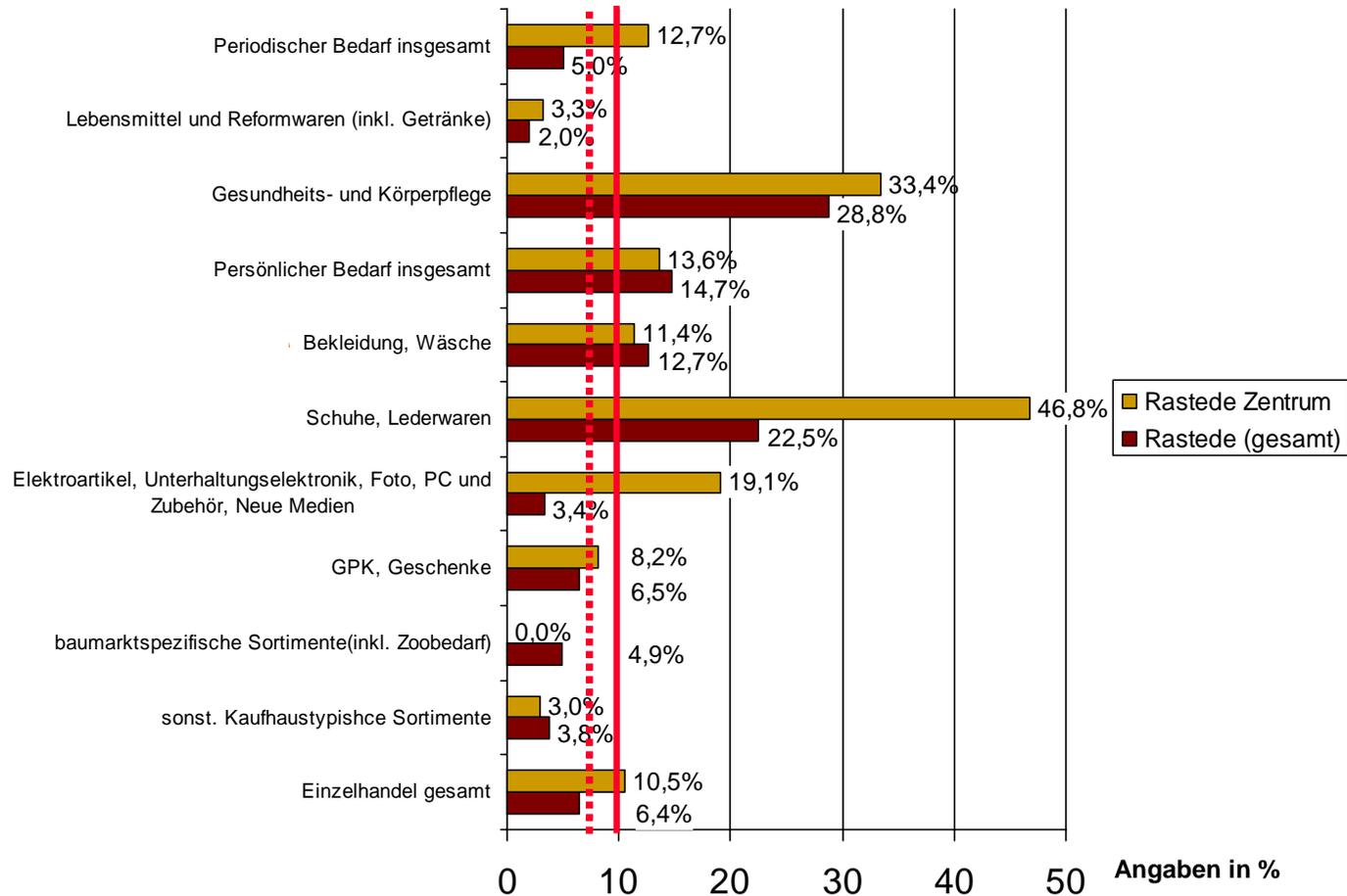


## Umverteilungseffekte in den vorhabenrelevanten Sortimenten Gemeinde Rastede, Zentrum Rastede (Variante 3)



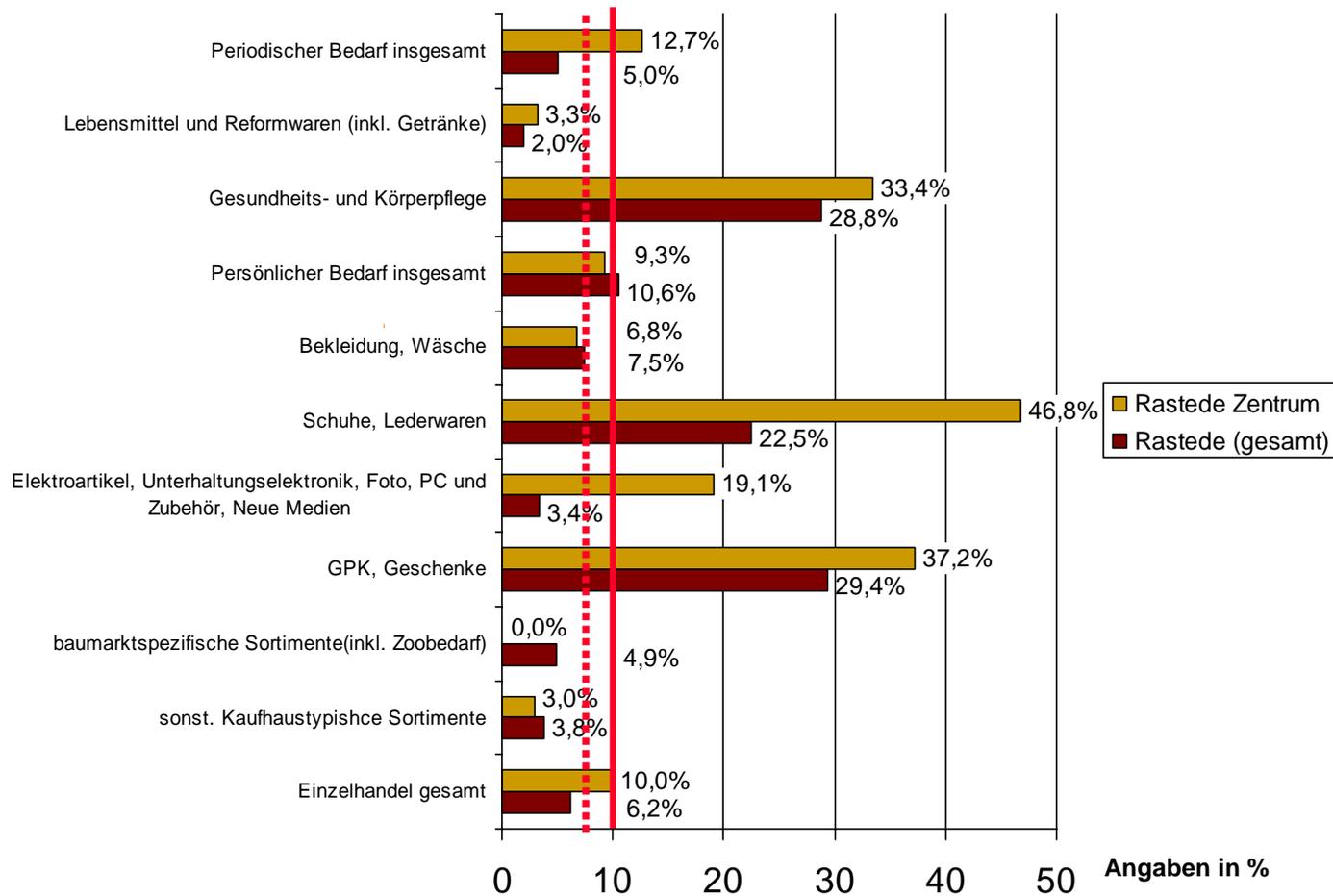


## Umverteilungseffekte in den vorhabenrelevanten Sortimenten Gemeinde Rastede, Zentrum Rastede (Variante 4)





## Umverteilungseffekte in den vorhabenrelevanten Sortimenten Gemeinde Rastede, Zentrum Rastede (Variante 5)





## Fazit

**Keine wesentlichen positiven Agglomerations- oder Mitnahmeeffekte** für den bestehenden Einzelhandel durch die **solitäre Lage**

schwierige wirtschaftliche Situation des Einzelhandels/ geringer Verkaufsflächenanteil im Zentralen Versorgungsbereich: ab ca. **7% bis 10% Umsatzverlagerung** ist mit **negativen städtebaulichen Auswirkungen** zu rechnen

- ▶ **Zentrenrelevante Sortimente** (Bekleidung/ Wäsche, Schuhe/ Lederwaren, GPK/ Geschenke): **nicht verträglich** für den Zentralen Versorgungsbereich „Oldenburger Straße“
- ▶ Auswirkungen auf den **Periodischer Bedarfsbereich** (Lebensmittel, Drogeriewaren, Zoobedarf) **nicht schwerwiegend**: damit **verträglich**



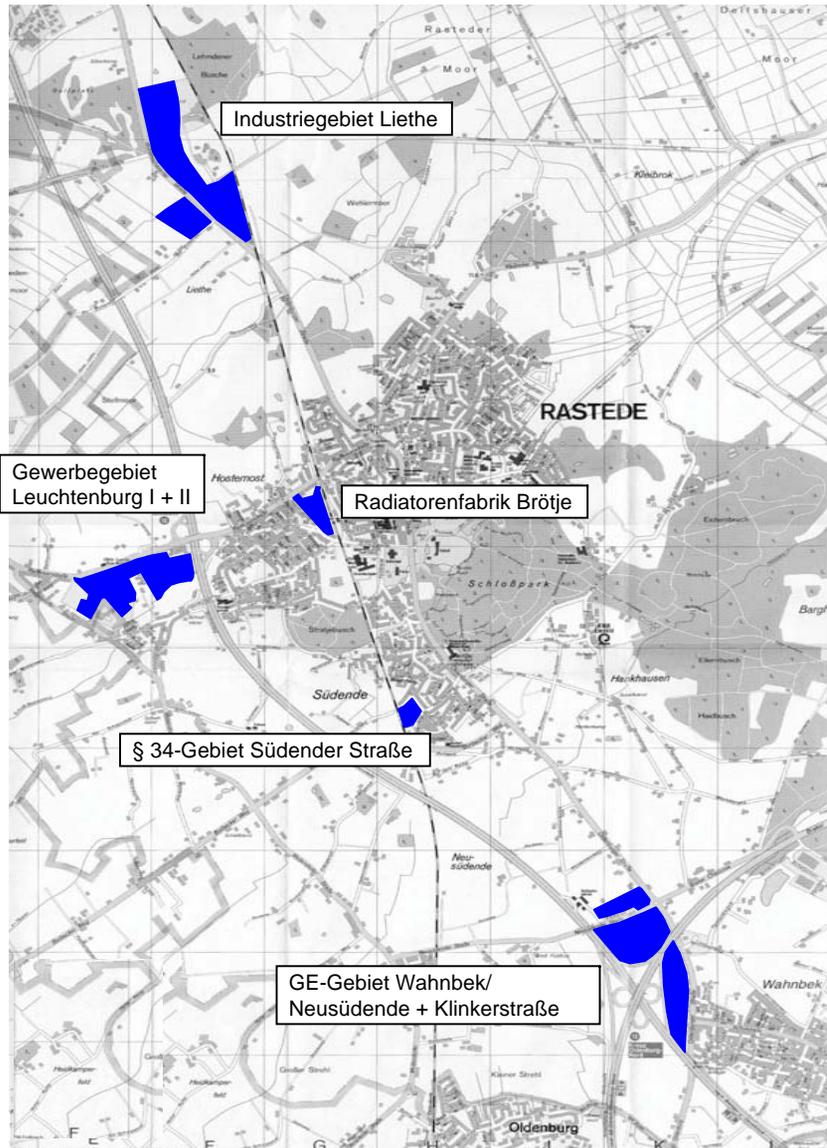
## Fazit

- ▶ **Ausschluss** von **zentrenrelevanten Sortimenten** durch textliche Festlegung (**nahversorgungsrelevante Sortimente** sollen **nicht ausgeschlossen** werden)
- ▶ **Randsortimente** auf **maximal 10%** der Verkaufsfläche begrenzen
- ▶ Festlegung einer **maximal** zulässigen **Gesamtverkaufsfläche** für **Randsortimente (280 qm)**; **Teilsortimente** auf max. **100 qm** Verkaufsfläche
- ▶ **Nicht-zentrenrelevante Sortimente** (z.B. Möbel, Antiquitäten, Bodenbeläge, Teppiche, baumarktspezifische Sortimente) sind auch **großflächig** geeignet



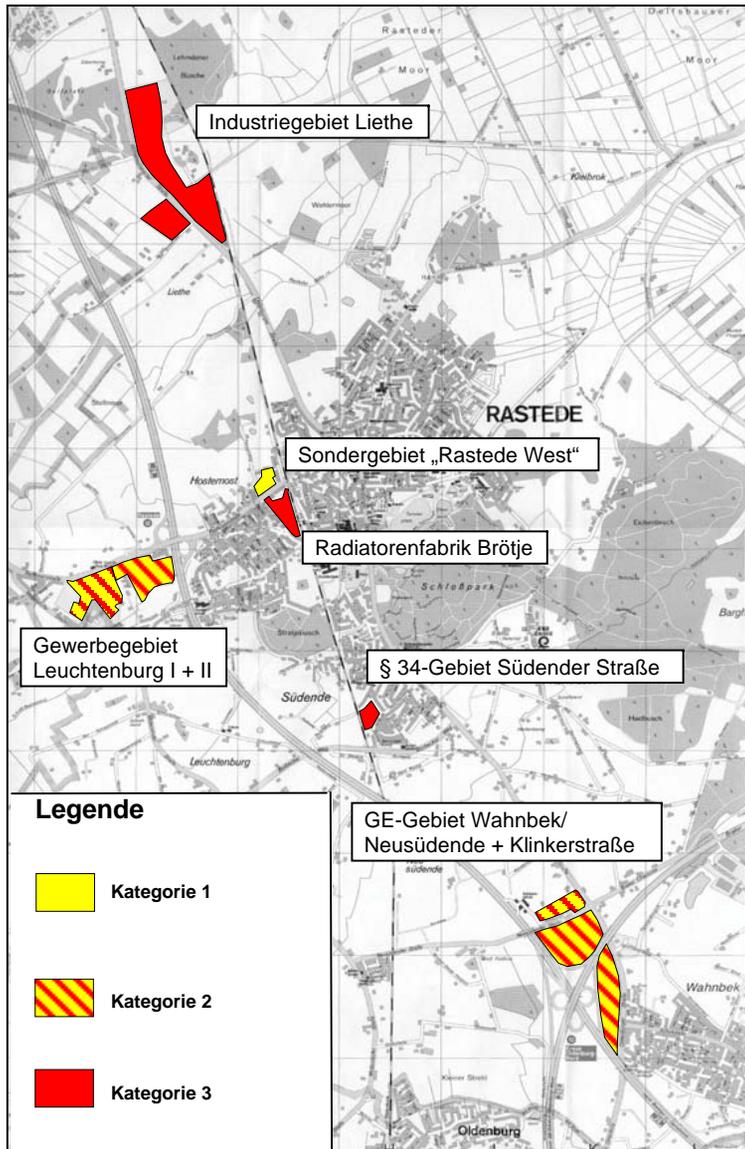
# Entwicklungsmöglichkeiten/ Standortkonzept

Dipl.-Geogr. Martin Kremming  
Dipl.-Ing. Sascha Anders



## Prüfung 5 weiterer Standorte

- ▶ Standortumfeld (Einzelhandelsbesatz) und Erreichbarkeit
- ▶ Zusammenhang zu bestehenden Versorgungslagen
- ▶ Prüfung der Standorte hinsichtlich ihrer Eignung für Einzelhandel



## Kategorie 1:

- ▶ Entwicklung: Schwerpunkt im Bereich Nahversorgung sowie nicht-zentrenrelevante Sortimente
- ▶ Zeitrahmen: prioritäre Behandlung

## Kategorie 2:

- ▶ Entwicklung: Standort nur bedingt geeignet, Ausschluss von zentrenrelevanten Sortimenten gemäß „Rasteder Liste“
- ▶ Zeitrahmen: zunächst keine EH-Nutzung, mittel- bis langfristig nicht-zentrenrelevanter EH möglich

## Kategorie 3:

- ▶ Entwicklung: Standort nicht für EH geeignet
- ▶ Ausschluss von EH im Bebauungsplan



## Entwicklung des Einzelhandels in Rastede

- ▶ Ansiedlung von **zentrenrelevanten Sortimenten** nach Möglichkeit nur in Zentralen Versorgungsbereichen („Rasteder Liste“)
- ▶ Festlegung „**Zentraler Versorgungsbereiche**“ (§ 34 BauGB)
  - ▶ städtebaulich integrierte Lage
  - ▶ mindestens ein Lebensmittelbetrieb mit mehr als 400 qm VK
  - ▶ ergänzende, kleinere Geschäfte
  - ▶ erhebliche Versorgungsfunktion
  - ▶ Ergänzung des Einzelhandelsangebotes durch einzelhandelsnahe Dienstleistungen



## Zentraler Versorgungsbereich „Oldenburger Straße“

- ▶ Schaffung großflächige Entwicklungsmöglichkeiten für den Einzelhandel (Magnetbetriebe) (z.B. durch Flächenmanagement)
  - ▶ **Persönlicher Bedarfsbereich**  
(Bekleidung/ Wäsche, Schuhe/ Lederwaren, Uhren/ Schmuck/ Optik)
  - ▶ **Medien und Technik**  
(Bücher/ Schreibwaren, Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik/ Neue Medien)
  - ▶ **Spiel/ Sport/ Hobby** (Sportartikel/ Spielwaren/ Hobbybedarf)
  - ▶ **Einrichtungsbedarf** (Heimtextilien/ Kurzwaren)
- ▶ Prüfung einzelhandelsspezifischer Entwicklung am Marktplatz und Kögel-Wilms-Platz
- ▶ Ansiedlung eines umsatzstarken Lebensmittel-Vollsortimenters im Zentrum
- ▶ Ansiedlung einzelhandelsnaher Dienstleistung  
(z.B. Gastronomie)
- ▶ Städtebauliche und gestalterische Maßnahmen (Straßenbeleuchtung, Straßenbelag, PKW-Stellplätze, etc.) zur Verbesserung der Wahrnehmung
- ▶ Stadtmarketing fortführen und ggf. ausbauen.



## „Rasteder Liste“

### Nahversorgungsrelevante Branchen

- / Lebensmittel
- / Reformwaren
- / Drogerieartikel
- / Parfümerieartikel
- / Schnittblumen
- / Zeitschriften

### Zentrenrelevante Branchen

- / Bekleidung
- / Schuhe
- / Lederwaren
- / Sportartikel
- / Bücher
- / Schreibwaren
- / Spielwaren
- / Musikinstrumente
- / Hausrat, Glas-Porzellan-Keramik
- / Geschenkartikel
- / Foto, Film
- / Optik
- / Uhren und Schmuck
- / Heimtextilien, Kurzwaren
- / Unterhaltungselekt. (TV, HiFi,CD)

### Nicht-zentrenrelevante Branchen

- / Möbel,
- / Großelektro (weiße Ware), Beleuchtung,
- / Tapeten,
- / Bodenbeläge, Teppiche, Raumausstattung
- / Farben, Lacke
- / Baustoffe, Baumarktartikel
- / Sanitärwaren
- / Werkzeuge, Eisenwaren
- / Autozubehör, Reifen
- / Büromaschinen, Organisation
- / Zoobedarf
- / Gartenbedarf



**Vielen Dank  
für Ihre  
Aufmerksamkeit !**

**Besuchen Sie uns doch auf unserer Homepage**

**[www.cima.de](http://www.cima.de)**

**dem großen Onlineportal für Stadt- und  
Einzelhandelsentwicklung.**



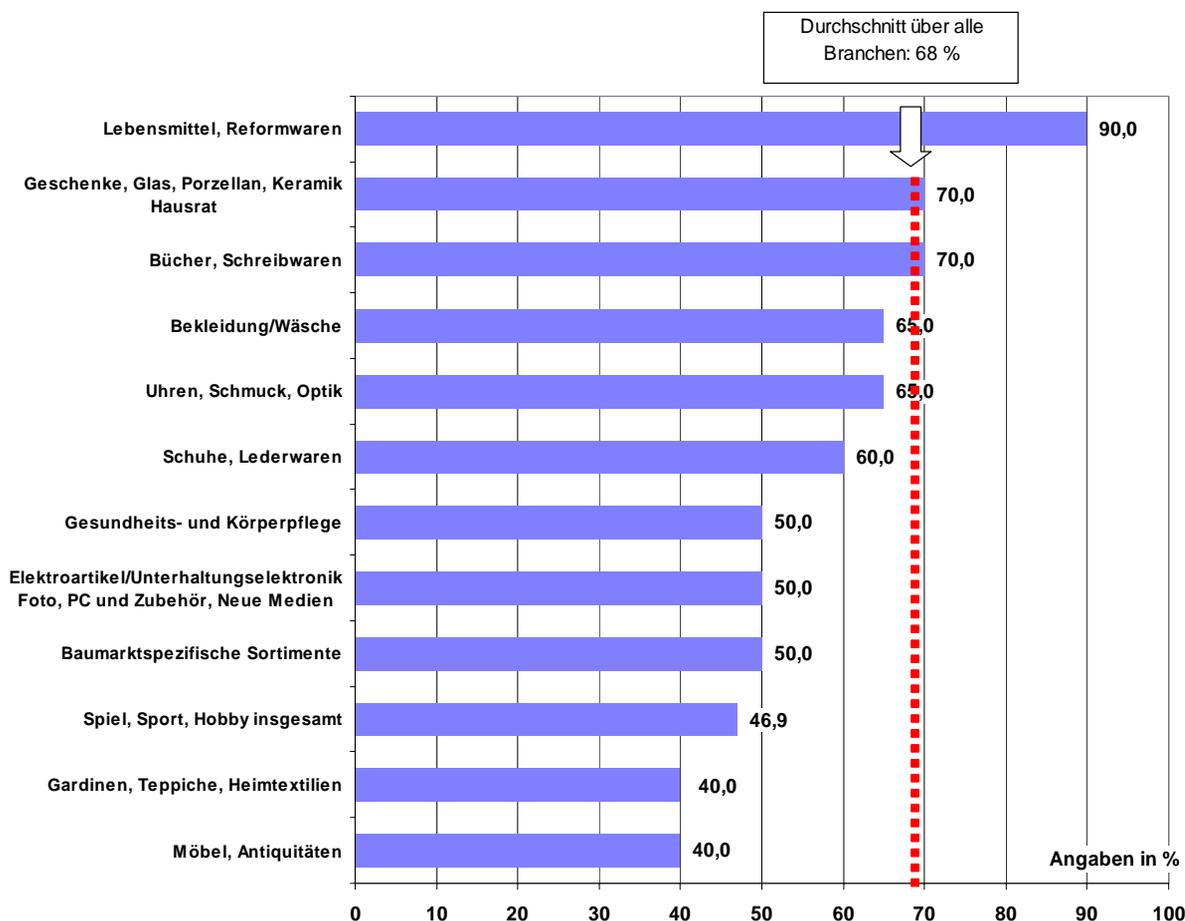
## 33 CIMA-Warengruppen

<b>kurzfristig</b>	Lebensmittel
	Reformwaren
	Apotheken
	Drogerien, Parfümerien
	Schnittblumen
	Zeitschriften
<b>mittelfristig</b>	Oberbekleidung
	Wäsche, Strümpfe, sonst. Bekleidung
	Heimtextilien, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf
	Sportartikel
	Schuhe
	Sanitätshäuser
	Bücher
	Schreibwaren
	Spielwaren
	Zoobedarf
<b>langfristig</b>	Möbel
	Antiquitäten, Kunstgegenstände
	Eisenwaren, Hausrat, Baumarktartikel
	Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel
	Farben, Lacke, Tapeten
	Elektrogeräte, Leuchten
	Unterhaltungselektronik
	Foto
	Optik
	Uhren, Schmuck
	Lederwaren
	Musikinstrumente, Musikalien
	Fahrräder
	Kfz-Zubehör
	Büromaschinen, PC, Büroeinrichtung
	Babybedarf
Blumen, Pflanzen Fachgeschäfte	



## Kaufkraftbindungsquoten für Rastede

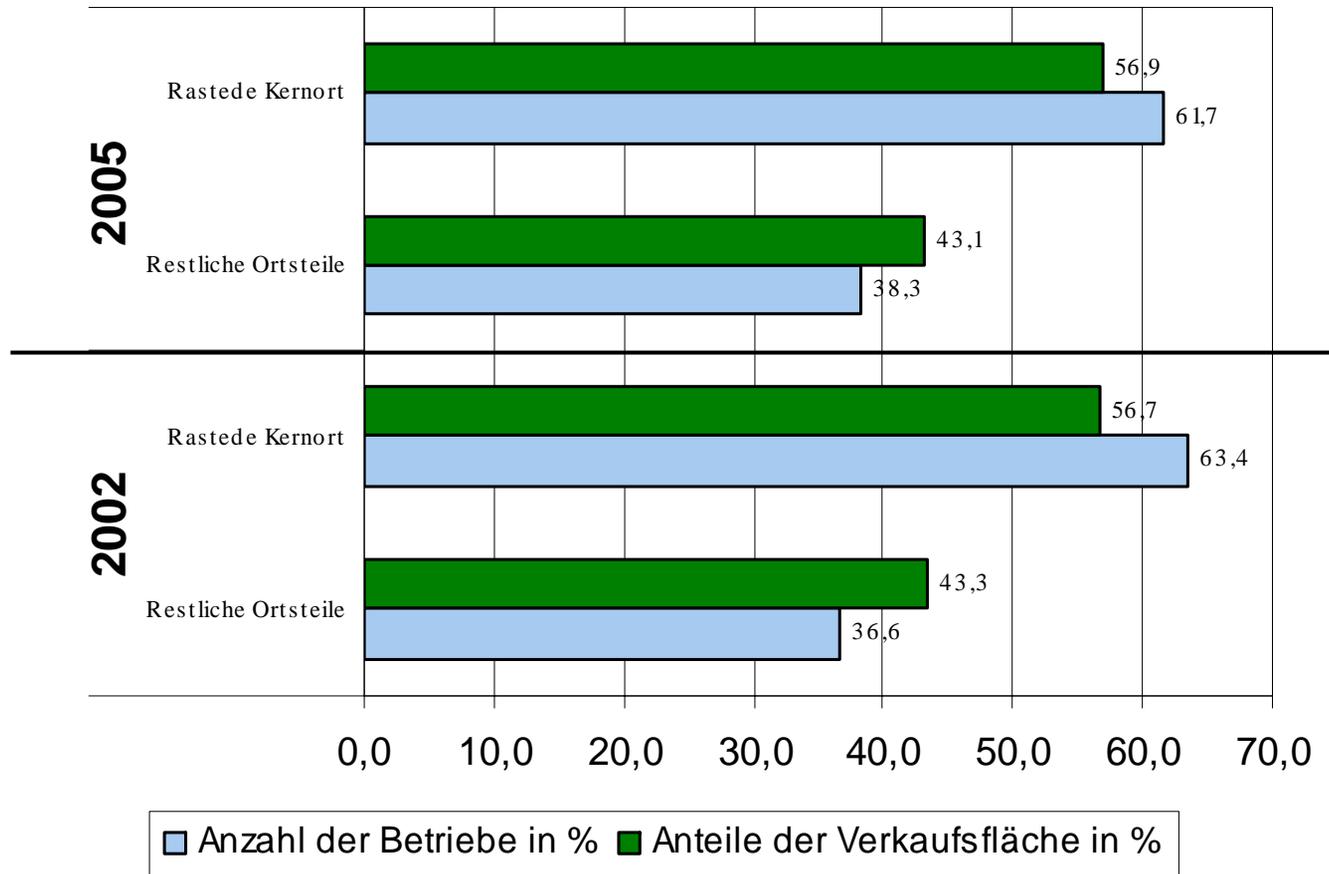
Im Vergleich zum Jahr 2002



- ▶ **Stabile Bindungsquoten im periodischen Bedarf**
- ▶ **Verringerung der Bindungsquote in der Warengruppe baumarktspezifische Sortimente**



## Flächenanteile des Kernortes Rastede 2002 und 2005 im Vergleich

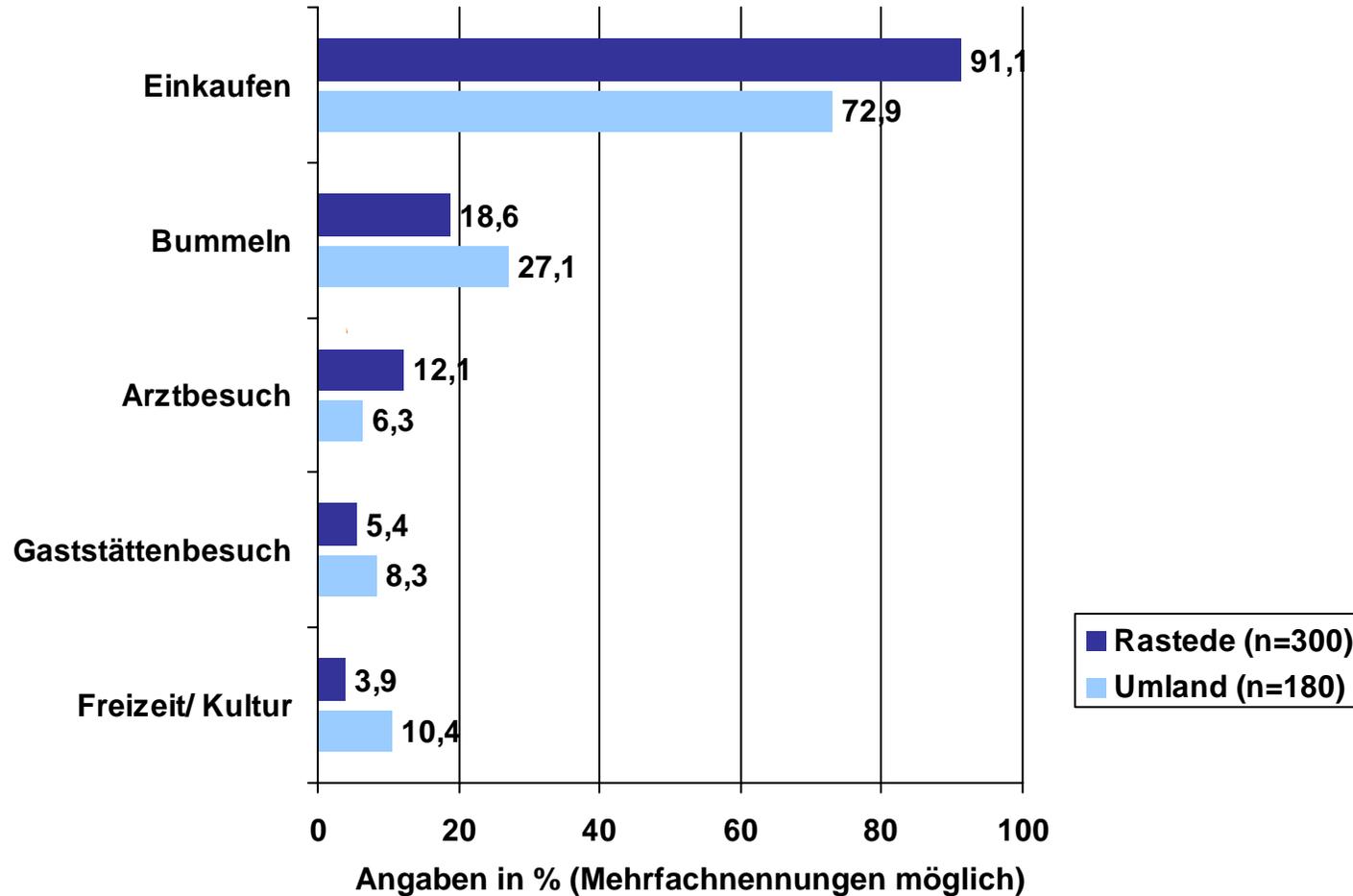




# Motive für den Aufenthalt in Rastede



Zu welchem Zweck besuchen Sie gewöhnlich das Zentrum von Rastede?  
(Top 5-Nennungen)





# Leistungsdaten relevanter Sortimente



## Herkunft des Umsatzes des Planvorhabens (Varianten 1 bis 5)

Umsatzherkunft	Variante 1						Variante 2					
	Rastede (gesamt)	Rastede Zentrum	übrige Teile Rastedes	Marktgebiet	Sonstige Zuflüsse *	Gesamt	Rastede (gesamt)	Rastede Zentrum	übrige Teile Rastedes	Marktgebiet	Sonstige Zuflüsse *	Gesamt
	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €
<b>CIMA-Warengruppe</b>												
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	2,41	0,89	1,51	0,64	0,16	3,21	2,41	0,89	1,51	0,64	0,16	3,21
Lebensmittel und Reformwaren (inkl. Getränke)	1,03	0,21	0,83	0,28	0,07	1,38	1,03	0,21	0,83	0,28	0,07	1,38
Gesundheits- und Körperpflege	1,38	0,69	0,69	0,37	0,09	1,84	1,38	0,69	0,69	0,37	0,09	1,84
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	2,40	1,05	1,35	0,64	0,16	3,20	1,74	0,85	0,89	0,46	0,12	2,32
Bekleidung, Wäsche	1,65	0,83	0,83	0,44	0,11	2,21	1,65	0,83	0,83	0,44	0,11	2,21
Schuhe, Lederwaren	0,75	0,22	0,52	0,20	0,05	0,99	0,08	0,03	0,06	0,02	0,01	0,11
<b>Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien</b>	0,26	0,08	0,18	0,07	0,02	0,34	0,26	0,08	0,18	0,07	0,02	0,34
GPk, Geschenke	0,13	0,06	0,06	0,03	0,01	0,17	0,14	0,09	0,06	0,04	0,01	0,19
baumarktspezifische Sortimente (inkl. Zoobedarf)	0,39	0,00	0,39	0,11	0,03	0,53	0,39	0,00	0,39	0,11	0,03	0,53
sonst. kaufhaustypische Sortimente	0,34	0,17	0,17	0,09	0,02	0,45	0,34	0,17	0,17	0,09	0,02	0,45
<b>Einzelhandel gesamt</b>	5,93	2,26	3,67	1,58	0,40	7,90	5,26	2,06	3,20	1,40	0,35	7,02

\* Uhren/ Schmuck/ Optik, Bücher/ Schreibwaren, Spielwaren, Hobbybedarf, Teppiche/ Gardinen/ Heimtextilien

Variante 1: mit Fotoshop (Laden 3), Textil (Laden 6) und Schuhverkauf (Laden 5)

\*Zuflüsse von außerhalb des Marktgebietes/ Touristen

Variante 2: mit Fotoshop (Laden 3), Textil (Laden 6), ohne Schuhverkauf (Laden 5 = Videothek)

\*Zuflüsse von außerhalb des Marktgebietes/ Touristen

Umsatzherkunft	Variante 3						Variante 4						Variante 5					
	Rastede (gesamt)	Rastede Zentrum	übrige Teile Rastedes	Marktgebiet	Sonstige Zuflüsse *	Gesamt	Rastede (gesamt)	Rastede Zentrum	übrige Teile Rastedes	Marktgebiet	Sonstige Zuflüsse *	Gesamt	Rastede (gesamt)	Rastede Zentrum	übrige Teile Rastedes	Marktgebiet	Sonstige Zuflüsse *	Gesamt
	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €
<b>CIMA-Warengruppe</b>																		
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	2,41	0,89	1,51	0,84	0,64	0,16	2,93	1,16	1,77	0,78	0,20	3,91	2,93	1,16	1,77	0,78	0,20	3,91
Lebensmittel und Reformwaren (inkl. Getränke)	1,03	0,21	0,83	0,36	0,28	0,07	1,03	0,21	0,83	0,28	0,07	1,38	1,03	0,21	0,83	0,28	0,07	1,38
Gesundheits- und Körperpflege	1,38	0,69	0,69	0,48	0,37	0,09	1,90	0,95	0,95	0,51	0,13	2,53	1,90	0,95	0,95	0,51	0,13	2,53
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	1,72	0,71	1,01	0,46	0,11	2,30	2,40	1,05	1,35	0,64	0,16	3,20	1,72	0,71	1,01	0,46	0,11	2,30
Bekleidung, Wäsche	0,98	0,49	0,49	0,26	0,07	1,31	1,65	0,83	0,83	0,44	0,11	2,21	0,98	0,49	0,49	0,26	0,07	1,31
Schuhe, Lederwaren	0,75	0,22	0,52	0,20	0,05	0,99	0,75	0,22	0,52	0,20	0,05	0,99	0,75	0,22	0,52	0,20	0,05	0,99
<b>Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, PC und Zubehör, Neue Medien</b>	0,26	0,08	0,18	0,07	0,02	0,34	0,16	0,05	0,11	0,04	0,01	0,22	0,16	0,05	0,11	0,04	0,01	0,22
GPk, Geschenke	0,58	0,29	0,29	0,15	0,04	0,77	0,13	0,06	0,06	0,03	0,01	0,17	0,58	0,29	0,29	0,15	0,04	0,77
baumarktspezifische Sortimente (inkl. Zoobedarf)	0,39	0,00	0,39	0,11	0,03	0,53	0,39	0,00	0,39	0,11	0,03	0,53	0,39	0,00	0,39	0,11	0,03	0,53
sonst. kaufhaustypische Sortimente	0,34	0,17	0,17	0,09	0,02	0,45	0,34	0,17	0,17	0,09	0,02	0,45	0,34	0,17	0,17	0,09	0,02	0,45
<b>Einzelhandel gesamt</b>	5,70	2,15	3,55	1,52	0,38	7,60	6,35	2,49	3,86	1,69	0,42	8,47	6,13	2,38	3,75	1,63	0,41	8,17

\* Uhren/ Schmuck/ Optik, Bücher/ Schreibwaren, Spielwaren, Hobbybedarf, Teppiche/ Gardinen/ Heimtextilien

Variante 3: mit Fotoshop (Laden 3), Geschenkartikel (La-den 6) und Schuhverkauf (Laden 5)

\*Zuflüsse von außerhalb des Marktgebietes/ Touristen

Variante 4: mit Apotheke (Laden 3), Textil (Laden 6) und Schuhverkauf (Laden 5)

\*Zuflüsse von außerhalb des Marktgebietes/ Touristen

Variante 5: mit Apotheke (Laden 3), Geschenkartikel (La-den 6) und Schuhverkauf (Laden 5)

\*Zuflüsse von außerhalb des Marktgebietes/ Touristen



# Umsatzherkunft



## Variante 1 mit Fotoshop (Laden 3), Textil (Laden 6) und Schuhverkauf (Laden 5)

Umsatzherkunft Planvorhaben Grafe in der Raiffeisenstraße						
Sortiment	Rastede (gesamt)	Kerngemeinde Rastede	übrige Teile Rastedes	Marktgebiet	Sonstige Zuflüsse *	Gesamt
	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €
Lebensmittel und Reformwaren (inkl. Getränke)	1,03	0,67	0,36	0,28	0,07	1,38
Gesundheits- und Körperpflege	1,30	0,84	0,45	0,35	0,09	1,73
<b>Periodischer Bedarf gesamt</b>	<b>2,33</b>	<b>1,51</b>	<b>0,81</b>	<b>0,62</b>	<b>0,16</b>	<b>3,10</b>
Bekleidung, Wäsche	1,54	1,00	0,54	0,41	0,10	2,06
Schuhe, Lederwaren	0,75	0,48	0,26	0,20	0,05	0,99
Uhren, Schmuck, Optik	0,04	0,02	0,01	0,01	0,00	0,05
Bücher und Schreibwaren	0,14	0,09	0,05	0,04	0,01	0,19
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, PC u	0,25	0,16	0,09	0,07	0,02	0,33
Spielwaren	0,04	0,02	0,01	0,01	0,00	0,05
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien etc)	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,01
GPK, Geschenke,	0,11	0,07	0,04	0,03	0,01	0,15
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	0,09	0,06	0,03	0,03	0,01	0,13
baumarktspezifische Sortimente (inkl. Zoobedarf)	0,37	0,24	0,13	0,10	0,02	0,49
<b>Aperiodischer Bedarf gesamt</b>	<b>3,34</b>	<b>2,17</b>	<b>1,17</b>	<b>0,89</b>	<b>0,22</b>	<b>4,46</b>
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>5,67</b>	<b>3,68</b>	<b>1,98</b>	<b>1,51</b>	<b>0,38</b>	<b>7,56</b>

\*Zuflüsse von außerhalb des heutigen Marktgebietes, Touristen und Tagesbesucher



# Umsatzherkunft



**Variante 2** mit Fotoshop (Laden 3), Textil (Laden 6) und Schuhverkauf (Laden 5)

Umsatzherkunft Planvorhaben Grafe in der Raiffeisenstraße						
Sortiment	Rastede (gesamt)	Kerngemeinde Rastede	übrige Teile Rastedes	Marktgebiet	Sonstige Zuflüsse *	Gesamt
	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €
Lebensmittel und Reformwaren (inkl. Getränke)	1,03	0,67	0,36	0,28	0,07	1,38
Gesundheits- und Körperpflege	1,30	0,84	0,45	0,35	0,09	1,73
<b>Periodischer Bedarf gesamt</b>	<b>2,33</b>	<b>1,51</b>	<b>0,81</b>	<b>0,62</b>	<b>0,16</b>	<b>3,10</b>
Bekleidung, Wäsche	1,54	1,00	0,54	0,41	0,10	2,06
Schuhe, Lederwaren	0,08	0,05	0,03	0,02	0,01	0,11
Uhren, Schmuck, Optik	0,04	0,02	0,01	0,01	0,00	0,05
Bücher und Schreibwaren	0,14	0,09	0,05	0,04	0,01	0,19
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, PC u	0,25	0,16	0,09	0,07	0,02	0,33
Spielwaren	0,04	0,02	0,01	0,01	0,00	0,05
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien etc)	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,01
GPK, Geschenke,	0,11	0,07	0,04	0,03	0,01	0,15
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	0,09	0,06	0,03	0,03	0,01	0,13
baumarktspezifische Sortimente (inkl. Zoobedarf)	0,37	0,24	0,13	0,10	0,02	0,49
<b>Aperiodischer Bedarf gesamt</b>	<b>2,68</b>	<b>1,74</b>	<b>0,94</b>	<b>0,71</b>	<b>0,18</b>	<b>3,57</b>
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>5,01</b>	<b>3,25</b>	<b>1,75</b>	<b>1,34</b>	<b>0,33</b>	<b>6,68</b>

\*Zuflüsse von außerhalb des heutigen Marktgebietes, Touristen und Tagesbesucher



# Umsatzherkunft



**Variante 3** mit Fotoshop (Laden 3) und Geschenke (Laden 6) und Schuhverkauf (Laden 5)

Umsatzherkunft Planvorhaben Grafe in der Raiffeisenstraße						
Sortiment	Rastede (gesamt)	Kerngemeinde Rastede	übrige Teile Rastedes	Marktgebiet	Sonstige Zuflüsse *	Gesamt
	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €
Lebensmittel und Reformwaren (inkl. Getränke)	1,03	0,67	0,36	0,28	0,07	1,38
Gesundheits- und Körperpflege	1,30	0,84	0,45	0,35	0,09	1,73
<b>Periodischer Bedarf gesamt</b>	<b>2,33</b>	<b>1,51</b>	<b>0,81</b>	<b>0,62</b>	<b>0,16</b>	<b>3,10</b>
Bekleidung, Wäsche	0,91	0,59	0,32	0,24	0,06	1,22
Schuhe, Lederwaren	0,75	0,48	0,26	0,20	0,05	0,99
Uhren, Schmuck, Optik	0,04	0,02	0,01	0,01	0,00	0,05
Bücher und Schreibwaren	0,14	0,09	0,05	0,04	0,01	0,19
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, PC u	0,25	0,16	0,09	0,07	0,02	0,33
Spielwaren	0,04	0,02	0,01	0,01	0,00	0,05
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien etc)	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,01
GPK, Geschenke,	0,52	0,34	0,18	0,14	0,03	0,69
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	0,09	0,06	0,03	0,03	0,01	0,13
baumarktspezifische Sortimente (inkl. Zoobedarf)	0,37	0,24	0,13	0,10	0,02	0,49
<b>Aperiodischer Bedarf gesamt</b>	<b>3,12</b>	<b>2,03</b>	<b>1,09</b>	<b>0,83</b>	<b>0,21</b>	<b>4,16</b>
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>5,44</b>	<b>3,54</b>	<b>1,91</b>	<b>1,45</b>	<b>0,36</b>	<b>7,26</b>

\*Zuflüsse von außerhalb des heutigen Marktgebietes, Touristen und Tagesbesucher



# Umsatzherkunft



**Variante 4** mit Apotheke (Laden 3) und Textil (Laden 6) und Schuhverkauf (Laden 5)

Umsatzherkunft Planvorhaben Grafe in der Raiffeisenstraße						
Sortiment	Rastede (gesamt)	Kerngemeinde Rastede	übrige Teile Rastedes	Marktgebiet	Sonstige Zuflüsse *	Gesamt
	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €
Lebensmittel und Reformwaren (inkl. Getränke)	1,03	0,67	0,36	0,28	0,07	1,38
Gesundheits- und Körperpflege	1,81	1,18	0,63	0,48	0,12	2,42
<b>Periodischer Bedarf gesamt</b>	<b>2,84</b>	<b>1,85</b>	<b>0,99</b>	<b>0,76</b>	<b>0,19</b>	<b>3,79</b>
Bekleidung, Wäsche	1,54	1,00	0,54	0,41	0,10	2,06
Schuhe, Lederwaren	0,75	0,48	0,26	0,20	0,05	0,99
Uhren, Schmuck, Optik	0,04	0,02	0,01	0,01	0,00	0,05
Bücher und Schreibwaren	0,14	0,09	0,05	0,04	0,01	0,19
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, PC u	0,16	0,10	0,06	0,04	0,01	0,21
Spielwaren	0,04	0,02	0,01	0,01	0,00	0,05
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien etc)	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,01
GPK, Geschenke,	0,12	0,07	0,04	0,03	0,01	0,15
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	0,09	0,06	0,03	0,03	0,01	0,13
baumarktspezifische Sortimente (inkl. Zoobedarf)	0,37	0,24	0,13	0,10	0,02	0,49
<b>Aperiodischer Bedarf gesamt</b>	<b>3,25</b>	<b>2,11</b>	<b>1,14</b>	<b>0,87</b>	<b>0,22</b>	<b>4,33</b>
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>6,09</b>	<b>3,96</b>	<b>2,13</b>	<b>1,62</b>	<b>0,41</b>	<b>8,12</b>

\*Zuflüsse von außerhalb des heutigen Marktgebietes, Touristen und Tagesbesucher



# Umsatzherkunft



**Variante 5** mit Apotheke (Laden 3) und Geschenke (Laden 6) und Schuhverkauf (Laden 5)

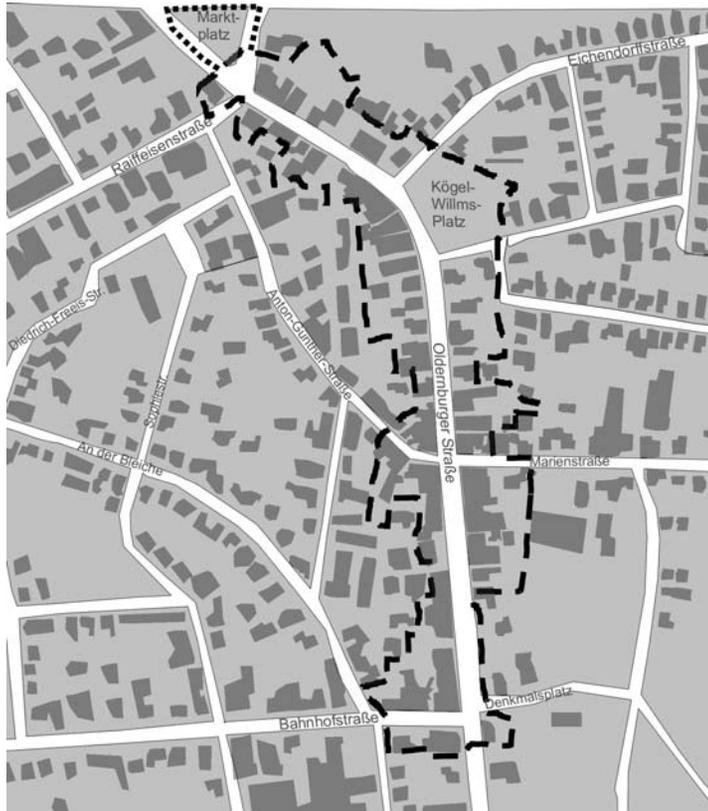
Umsatzherkunft Planvorhaben Grafe in der Raiffeisenstraße						
Sortiment	Rastede (gesamt)	Kerngemeinde Rastede	übrige Teile Rastedes	Marktgebiet	Sonstige Zuflüsse *	Gesamt
	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €
Lebensmittel und Reformwaren (inkl. Getränke)	1,03	0,67	0,36	0,28	0,07	1,38
Gesundheits- und Körperpflege	1,81	1,18	0,63	0,48	0,12	2,42
<b>Periodischer Bedarf gesamt</b>	<b>2,84</b>	<b>1,85</b>	<b>0,99</b>	<b>0,76</b>	<b>0,19</b>	<b>3,79</b>
Bekleidung, Wäsche	0,91	0,59	0,32	0,24	0,06	1,22
Schuhe, Lederwaren	0,75	0,48	0,26	0,20	0,05	0,99
Uhren, Schmuck, Optik	0,04	0,02	0,01	0,01	0,00	0,05
Bücher und Schreibwaren	0,14	0,09	0,05	0,04	0,01	0,19
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto, PC u	0,16	0,10	0,06	0,04	0,01	0,21
Spielwaren	0,04	0,02	0,01	0,01	0,00	0,05
Hobbybedarf (Fahrräder, Musikalien etc)	0,01	0,01	0,00	0,00	0,00	0,01
GPK, Geschenke,	0,52	0,34	0,18	0,14	0,03	0,69
Teppiche, Gardinen, Heimtextilien	0,09	0,06	0,03	0,03	0,01	0,13
baumarktspezifische Sortimente (inkl. Zoobedarf)	0,37	0,24	0,13	0,10	0,02	0,49
<b>Aperiodischer Bedarf gesamt</b>	<b>3,02</b>	<b>1,97</b>	<b>1,06</b>	<b>0,81</b>	<b>0,20</b>	<b>4,03</b>
<b>Einzelhandel gesamt</b>	<b>5,87</b>	<b>3,81</b>	<b>2,05</b>	<b>1,56</b>	<b>0,39</b>	<b>7,82</b>

\*Zuflüsse von außerhalb des heutigen Marktgebietes, Touristen und Tagesbesucher



## Zentrale Versorgungsbereiche Gemeinde Rastede

„Oldenburger Straße“



„Hahn-Lehmden“



„Wahnbek“

