



# Auswirkungsanalyse zur Erweiterung des Lidl Lebensmitteldiscounters in Lennestadt, Lennewiesen

PROJEKTLEITUNG: Kirsten-Dorothee Riedel, M. Sc. Geogr.  
Grevenbroich

PROJEKTBEARBEITUNG: Sascha Diemer, M. Sc. Stadt- und  
Regionalforschung

Köln, den 09.05.2022

## Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit darauf, immer die männliche und weibliche Schriftform zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

Quelle Titelbild: eigene Aufnahme GMA



**Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH**  
**Ludwigsburg / Dresden / Hamburg / Köln / München**

Niederlassung Köln  
Siegburger Straße 215  
50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl, Oliver Matzek, Birgitt Wachs

Tel 0221 / 989438-0 / Fax 0221 / 989438-19  
office.koeln@gma.biz / www.gma.biz

## Vorbemerkung

Die Lidl Vertriebs GmbH & Co. KG, Burbach, erteilte der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse zur Bewertung der Erweiterung des Lidl Lebensmitteldiscounters in Lennestadt, Lennewiesen.

Für die Bearbeitung der Untersuchung standen der GMA neben Angaben des Auftraggebers eigene Grundlagenzahlen, Daten der Stadt Lennestadt, des Statistischen Bundesamtes, der Bundesagentur für Arbeit sowie des Landesbetriebes für Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT. NRW) zur Verfügung. Des Weiteren erfolgten im April 2022 eine Standortbesichtigung sowie eine Erhebung der untersuchungsrelevanten Wettbewerbsbetriebe in Lennestadt durch die GMA. Außerdem wurden die Erhebungsdaten zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Lennestadt aus dem Jahr 2021 genutzt. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffern) zurückgegriffen.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Stadt Lennestadt. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller sekundären Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

G M A  
Gesellschaft für Markt- und  
Absatzforschung mbH

Köln, 09.05.2022  
MEK/DRS-aw

<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>Seite</b>
<b>I. Aufgabenstellung und planungsrechtlicher Rahmen</b>	<b>6</b>
1. Ausgangslage und Fragestellungen	6
2. Planungsrechtlicher Rahmen	6
2.1 Regelungen der Baunutzungsverordnung	7
2.2 Landesplanung	7
3. Definition des Betriebstyps Lebensmitteldiscounter	9
<b>II. Standortbeschreibung</b>	<b>13</b>
1. Makrostandort Lennestadt	13
2. Mikrostandort Lennewiesen	16
<b>III. Nachfragesituation</b>	<b>19</b>
1. Einzugsgebiet und Bevölkerung	19
2. Projektrelevante Kaufkraft	22
<b>IV. Angebotssituation</b>	<b>23</b>
1. Wettbewerbssituation in der Zone Ia des Einzugsgebietes	23
2. Wettbewerbssituation in der Zone Ib des Einzugsgebietes (Ortsteil Kirchhundem)	23
3. Wettbewerbssituation in der Zone II des Einzugsgebietes	24
4. Zusammenfassende Betrachtung der Wettbewerbssituation	25
<b>V. Auswirkungsanalyse</b>	<b>28</b>
1. Methodischer Ansatz	28
2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft	28
3. Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen	29
4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen	31
5. Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept Lennestadt 2022	32
6. Vereinbarkeit mit dem Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW)	32
<b>VI. Zusammenfassung</b>	<b>34</b>

**Verzeichnisse**

**35**

## I. Aufgabenstellung und planungsrechtlicher Rahmen

### 1. Ausgangslage und Fragestellungen

Die Lidl Vertriebs GmbH & Co. KG, Burbach, plant die Erweiterung eines seit mehreren Jahren in Lennestadt bestehenden Lidl-Marktes in der Straße Lennewiesen. Der Standort befindet sich innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Altenhundem. Nach Angaben des Auftraggebers soll die bestehende Filiale abgerissen und am selben Standort neu gebaut werden. Im Zuge dessen ist von Lidl eine Modernisierung und Verkaufsflächenerweiterung von derzeit rd. 1.010 m<sup>2</sup> auf dann rd. 1.300 m<sup>2</sup> geplant, sodass sich eine Erweiterungsfläche von ca. 290 m<sup>2</sup> ergibt.

Für das Vorhaben ist ein Bebauungsplan für ein Sondergebiet (SO) nach § 11 Abs. 3 BauNVO aufzustellen. Im Rahmen der Untersuchung sind die potenziellen Auswirkungen auf Basis von § 11 Abs. 3 BauNVO in Verbindung mit den entsprechenden Regelungen der Landesplanung in Nordrhein-Westfalen zu prüfen.

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage werden mit der vorliegenden Auswirkungsanalyse folgende Aspekte behandelt:

- /// Darstellung des Planvorhabens
- /// Darstellung des planungsrechtlichen Rahmens
- /// Darstellung und Bewertung des Makrostandortes Lennestadt und des Mikrostandortes Lennewiesen
- /// Abgrenzung des Einzugsgebietes und Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials
- /// Darstellung der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet
- /// Darstellung der möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen des Vorhabens
- /// Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Lennestadt
- /// Vereinbarkeit mit den landesplanerischen Vorgaben (LEP NRW)

### 2. Planungsrechtlicher Rahmen

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die städtebauliche Entwicklung und Ordnung bei der Planung von Einzelhandelsgroßprojekten stellen das Baugesetzbuch (BauGB) sowie die Baunutzungsverordnung (BauNVO) dar.

## 2.1 Regelungen der Baunutzungsverordnung

Der § 11 Abs. 3 BauNVO führt in der Fassung von 2017 für großflächige Einzelhandelsbetriebe aus:

*„1. Einkaufszentren,*

*2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,*

*3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,*

*sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.*

*Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m<sup>2</sup> überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m<sup>2</sup> nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“*

## 2.2 Landesplanung

Der Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) trat am 08. Februar 2017 in Kraft. Er legt folgende Ziele und Grundsätze zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels fest:

### *„6.5 Großflächiger Einzelhandel*

#### *Ziele und Grundsätze*

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

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

##### *6.5-2 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur in zentralen Versorgungsbereichen*

*Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur*

- *in bestehenden zentralen Versorgungsbereichen sowie*
- *in neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrierten Lagen, die aufgrund ihrer räumlichen Zuordnung sowie verkehrsmäßigen Anbindung für die Versorgung der Bevölkerung zentrale Funktionen des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs erfüllen sollen, dargestellt und festgesetzt werden.*

*Zentrenrelevant sind*

- *die Sortimente gemäß Anlage 1 und*
- *weitere von der jeweiligen Gemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste).*

*Ausnahmsweise dürfen Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden, wenn nachweislich:*

- *eine Lage in den zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere der Erhaltung gewachsener baulicher Strukturen oder der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild nicht möglich ist und*
- *die Bauleitplanung der Gewährleistung einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und*
- *zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.*

#### **6.5-3 Ziel Beeinträchtigungsverbot**

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

#### **6.5-4 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche**

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

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

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

#### **6.5-6 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente**

*Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebietes für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche nicht überschreiten.*

#### **6.5-7 Ziel Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel**

*Abweichend von den Festlegungen 6.5-1 bis 6.5-6 dürfen vorhandene Standorte von Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen als Sondergebiete gemäß § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung dargestellt und festgesetzt werden. Dabei sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen in der Regel auf die Verkaufsflächen, die baurechtlichen Bestandsschutz genießen, zu begrenzen. Wird durch diese Begrenzung die zulässige Nutzung innerhalb einer Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit aufgehoben oder geändert, sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen auf die zulässigen Verkaufsflächenobergrenzen zu begrenzen. Ein Ersatz zentrenrelevanter durch nicht zentrenrelevante Sortimente ist möglich. Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Ansiedlungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden erfolgt.*

#### **6.5-8 Ziel Einzelhandelsagglomerationen**

*Die Gemeinden haben dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Ansiedlung bestehender Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche entgegenzuwirken. Darüber hinaus haben sie dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Ansiedlung bestehender Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche entgegenzuwirken. Sie haben sicherzustellen, dass eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden durch Einzelhandelsagglomerationen vermieden wird.*

#### **6.5-9 Grundsatz Regionale Einzelhandelskonzepte**

*Regionale Einzelhandelskonzepte sind bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen in die Abwägung einzustellen.*

#### **6.5-10 Ziel Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung**

*Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung sind, soweit von § 12 Absatz 3a Satz 1 Baugesetzbuch kein Gebrauch gemacht wird, nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Festlegungen 6.5-1, 6.5-7 und 6.5-8 entsprechen; im Falle von zentrenrelevanten Kernsortimenten haben sie zudem den Festlegungen 6.5-2 und 6.5-3, im Falle von nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten den Festlegungen 6.5-4, 6.5-5 und 6.5-6 zu entsprechen.“*

### **3. Definition des Betriebstyps Lebensmitteldiscounter**

Im Einzelhandel wird zwischen verschiedenen Betriebstypen unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die

Differenzierung nach Betriebstypen wird dabei neben der Verkaufsfläche v. a. die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

Als **Verkaufsfläche** eines Handelsbetriebes wird in diesem Bericht die Fläche definiert, auf welcher der Verkauf abgewickelt wird und die dem Kunden zugänglich ist. Hierzu gehören zum einen die tatsächlich mit Waren belegten Flächen (= Nettoverkaufsfläche) im Inneren und im Außenbereich des Gebäudes, zum anderen die hierfür erforderlichen Verkehrs- und Funktionsflächen, also Gangflächen, Thekenbereiche, Kassenzone, Kassenvorzone (inkl. Bereiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Einkaufswagenzone, Leergutautomaten und Windfang.<sup>1</sup> Ausgenommen sind Läger, Sozialräume, Kunden-WC und Parkierungsflächen, soweit diese als solche genutzt werden.

Bezüglich der **Sortimente** ist zwischen dem Kernsortiment (bei Lebensmittelmärkten Nahrungs- und Genussmittel) und ergänzenden Randsortimenten (= „Nonfood“) zu unterscheiden. Nahrungs- und Genussmittel (= „Food“) umfassen Lebensmittel, also Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost und Trockensortiment, Getränke, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren sowie Tabakwaren. Als „Nonfood“ sind Waren definiert, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird zwischen Nonfood I (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung) und Nonfood II (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.) unterschieden<sup>2</sup>.

Die Definitionen für **Betriebstypen** liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Zur Einordnung der Betriebsform „Lebensmitteldiscounter“ und zur Abgrenzung gegenüber anderen im Untersuchungsgebiet vertretenen Konzepten des Lebensmitteleinzelhandels werden die Definitionen der gängigen Betriebstypen nachfolgend kurz definiert:<sup>3</sup>

**Supermarkt:**

*Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.*

**Großer Supermarkt:**

*Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel führt.*

**SB-Warenhaus:**

*Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood-II-Angebot führt.*

**Discounter:**

*Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m<sup>2</sup>, das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood-I-*

<sup>1</sup> vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04, Rd. Nr. 26.

<sup>2</sup> Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2021, Seite 364.

<sup>3</sup> Quelle: ebd., Seite 366.

*Sortimente sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.*

**LEH-Fachgeschäft:**

*Ein LEH-Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft, das auf eine Warengruppe spezialisiert ist und ein tiefes Sortiment führt. Dazu zählen u. a. Spezialitäten-Fachgeschäfte, Getränkeabholmärkte, Obst- und Gemüse-, Süßwarenläden sowie handwerklich orientierte Einzelhandelsgeschäfte wie Feinkostgeschäfte, Bäckereien und Fleischereien.*

**Convenience Store:**

*Ein Convenience Store ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche unter 400 m<sup>2</sup>, das ein begrenztes Sortiment aus den Warenbereichen Tabakwaren, Süßwaren, Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte bietet. Ein Convenience Store zeichnet sich durch seine bequeme Erreichbarkeit und übliche Sonntagsöffnung aus. Zu den Convenience Stores gehören Kioske und Tankstellenshops.*

**Kleines Lebensmittelgeschäft:**

*Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood-I-Sortiment anbietet.*

**Cash and Carry:**

*Ein Cash-and-Carry-Betrieb ist ein Großhandelsbetrieb, der Einzelhändlern und gewerblichen Kunden ein breites Sortiment an Nahrungs- / Genussmitteln und Gebrauchsartikeln anbietet. Der Begriff Cash & Carry weist darauf hin, dass der Kunde die Ware sofort bezahlt und abtransportiert.*

Die Betriebstypen unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentsstruktur, was v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich wird. Während ein Supermarkt im Schnitt ca. 11.830 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt mehr als das Doppelte an Produkten an. Lebensmitteldiscounter halten dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.300 Artikel vor (vgl. Tabelle 1).

**Tabelle 1: Typische Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten**

Hauptwarengruppen	Discounter		Supermarkt		Großer Supermarkt	
	durchschnittliche Artikelanzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Nahrungs- und Genussmittel	1.755	76	8.995	76	15.730	62
Lebensmittelnaher Sortimente (Nonfood I, u. a. Gesundheit, Körperpflege, Tiernahrung)	265	9	2.030	17	4.825	20
Nichtlebensmittelsortimente (Nonfood II, u. a. Textilien, Zeitungen / Zeitschriften, Elektrowaren, Blumen / Pflanzen; z. B. Aktionswaren)	275	15	805	7	4.450	18
<b>Sortimente insgesamt</b>	<b>2.295</b>	<b>100</b>	<b>11.830</b>	<b>100</b>	<b>25.005</b>	<b>100</b>

Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2019, Seite 90.

**Lebensmitteldiscounter** heben sich im Vergleich zu Lebensmittelvollsortimentern insbesondere durch ein vergleichsweise schmales Sortiment mit einem hohen Anteil an Eigenmarken und durch eine konsequente Niedrigpreisstrategie ab. Als weitere Besonderheit sind wechselnde Randsortimente, sog. Aktionswaren, zu nennen, deren Artikel nicht kontinuierlich geführt werden. Bei Aktionswaren handelt es sich überwiegend, aber nicht ausschließlich, um Angebote außerhalb des Lebensmittelbereichs. Hier kommen ganz unterschiedliche Artikel zum Verkauf, wobei ein gewisser Schwerpunkt bei Bekleidung, Haushaltswaren und Elektrowaren liegt. Letztlich ist die Artikelzusammensetzung jedoch äußerst heterogen.

## II. Standortbeschreibung

### 1. Makrostandort Lennestadt

Die im Westen vom Kreis Olpe gelegene Stadt Lennestadt ist in der Landesplanung als **Mittelzentrum** ausgewiesen. Lennestadt grenzt im Norden an die Grundzentren Finnentrop und Eslohe, im Osten an die Mittelzentren Schmallenberg und Bad Berleburg, im Südosten an das Mittelzentrum Bad Berleburg, im Süden an das Grundzentrum Kirchhundem, im Südwesten an das Mittelzentrum Olpe sowie im Westen an das Mittelzentrum Attendorn (vgl. Karte 1). Die nächstgelegenen Oberzentren befinden sich mit Siegen ca. 25 km südlich, Köln und Bonn ca. 80 km westlich, Hagen ca. 50 km nördlich und Wuppertal ca. 65 km nordwestlich.

Derzeit leben in Lennestadt rd. **25.190 Einwohner**<sup>4</sup>. Siedlungsstrukturell setzt sich die Stadt aus 43 Ortschaften zusammen. Der Bevölkerungsschwerpunkt liegt mit rd. 4.280 Einwohnern in der zentralen Ortschaft **Altenhundem**. Die nächstgrößeren Ortschaften sind Grevenbrück mit rd. 3.660 Einwohnern, Meggen mit rd. 2.900 Einwohnern, Elspe mit rd. 2.760 Einwohnern, Maumke mit rd. 2.130 Einwohnern sowie Saalhausen mit rd. 1.760 Einwohnern. Es folgen die Ortschaften Oedingen mit rd. 1.060 Einwohnern, Bilstein mit rd. 1.040 Einwohnern und Halberbracht mit rd. 1.020 Einwohnern. Alle weiteren Ortschaften weisen Einwohnerzahlen von weniger als 1.000 Einwohnern auf. Die Ortschaft Altenhundem stellt einen geschlossenen Siedlungskörper dar, während die weiteren Ortschaften von Lennestadt vorwiegend landwirtschaftlich geprägt und nur dünn besiedelt sind.

Im Zeitraum von **2010 – 2021** war die Entwicklung der Einwohner in Lennestadt leicht rückläufig (rd. - 4,4 %). Für die kommenden Jahre wird ein Bevölkerungsrückgang prognostiziert. **Bis zum Jahr 2025** ist eine Abnahme der Bevölkerung um rd. 665 Einwohner bzw. ca. - 2,6 % gegenüber 2020 zu erwarten.<sup>5</sup>

Die Zahl der **sozialversicherungspflichtig Beschäftigten** am Arbeitsort betrug Mitte 2020 in der Stadt Lennestadt **rd. 9.450 Personen**. Die Zahl der Auspendler überstieg die Zahl der Einpendler (ca. 5.740 Auspendler stehen ca. 4.760 Einpendlern gegenüber), was die hohe Bedeutung von Lennestadt sowohl als Wohn- als auch als Arbeitsort widerspiegelt.<sup>6</sup>

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** der Stadt Lennestadt wird im Wesentlichen durch die Bundesstraßen 55, 236 und 517 gewährleistet. Darüber hinaus befindet sich in Olpe der nächstgelegene Autobahnanschluss an die A 4 / A 45. Lennestadt verfügt über drei Bahnhöfe, die in den Ortschaften Altenhundem, Grevenbrück und Meggen liegen, wo die Ruhr-Sieg-Strecke, Hagen und Siegen miteinander verbindet. Der Bahnhof in der Ortschaft Altenhundem wird durch den Regionalverkehr und Intercity-Express Linien angefahren und stellt so überregionale Verbindungen für die Ortschaften zur Verfügung. Der Bahnhof wird von der Regionalbahn RB 91

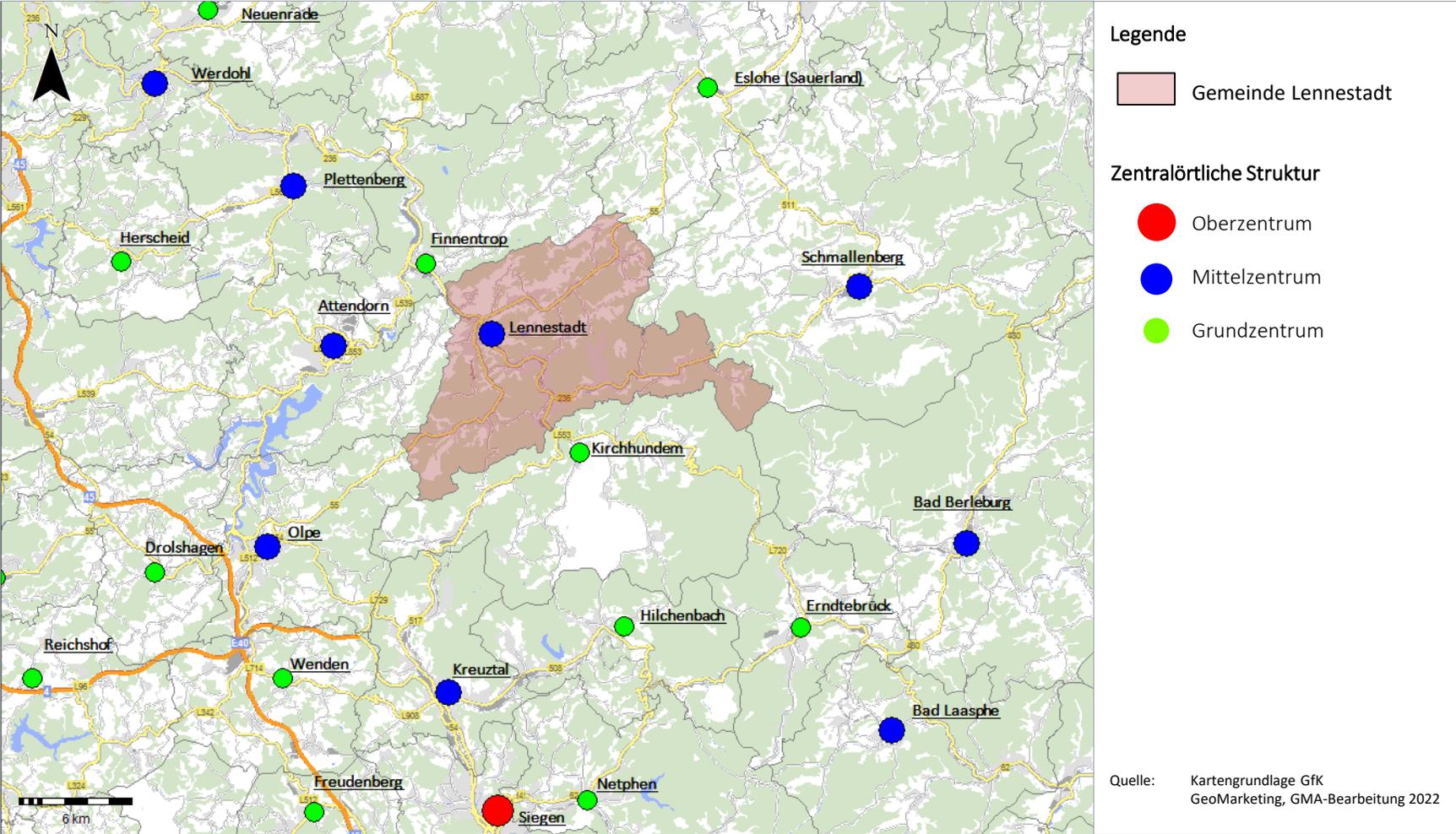
<sup>4</sup> Zwischen den Gesamteinwohnerzahlen von IT NRW und der Stadt Lennestadt zum Stichtag 30.06.2021 liegt eine Differenz von rd. 470 Einwohnern vor. Hier wurde die Gesamteinwohnerzahl von IT NRW zugrunde gelegt, die Einwohnerzahlen je Ortschaft basieren auf den Statistiken der Stadt Lennestadt. Quelle: Stadt Lennestadt, Einwohnerzahlen, Stand: 30.06.2021.

<sup>5</sup> Quelle: Berechnung auf Basis der Bevölkerungsvorausberechnung von IT.NRW 2021. Die dargestellte Einwohnerentwicklung bezieht sich auf den Vergleich der Zahlen der Bevölkerungsvorausberechnung von IT.NRW für den 01.01.2020 mit denen für den 01.01.2025. Landesdatenbank NRW, Bevölkerungsvorausberechnung 2021-2050

<sup>6</sup> Bundesagentur für Arbeit, Beschäftigungsstatistik, Stand: 30.06.2020

(Hagen – Siegen) und von dem Regionalexpress RE16 (Essen – Siegen) angefahren, zusätzlich werden mehrere Intercity-Express-Verbindungen angeboten, die die Strecke zwischen Frankfurt – Münster bedienen. Der ÖPNV in der Stadt Lennestadt wird von den Verkehrsbetrieben Westfalen-Süd mit Sitz in Siegen sowie der Busverkehr Ruhr-Sieg (BRS; Linien im Stadtgebiet von Lennestadt) mit Sitz in Meschede betrieben.

Karte 1: Lage der Stadt Lennestadt und zentralörtliche Struktur in der Region



## 2. Mikrostandort Lennewiesen

Der Standort des zu erweiternden Lidl Lebensmitteldiscounters befindet sich in der Straße Lennewiesen im östlichen Randbereich des zentralen Versorgungsbereichs der Ortschaft Altenhundem. Das **Standortumfeld** wird überwiegend durch Wohnnutzungen und Grünflächen geprägt. Im Südwesten und Nordosten schließen wesentliche Wohnquartiere der Ortschaft Altenhundem und Grünflächen an das Erweiterungsvorhaben an. Der Bereich nordöstlich der Straße Lennewiesen, die dann in die Hagener Straße mündet, wird ebenfalls durch Wohnsiedlungen geprägt. Im Osten befindet sich das Gartencenter Kremer und im Westen, angrenzend an die Stellplätze, befindet sich die Sauerlandhalle.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Standortes für den motorisierten Individualverkehr erfolgt über die Straße Lennewiesen (B 236) in nördlicher Richtung und über die Helmut-Kumpf-Straße, die das westlich gelegene Wohngebiet mit dem Erweiterungsstandort verbindet. Die B 236 verbindet die beiden Ortschaften Altenhundem mit der östlich gelegenen Ortschaft Kickenbach sowie mit den nördlich gelegenen Ortschaften Meggen und Maumke und dient somit als Hauptverkehrsachse innerhalb der Ortschaften. In südlicher Richtung verbindet die B 517 die Ortschaft Altenhundem und die Nachbargemeinde Kirchhundem. Für den Pkw-Verkehr steht eine große Stellplatzanlage vor dem Marktgebäude zur Verfügung. Eine Bushaltestelle (Altenhundem Sauerlandhalle), die von den Linien A514 und SB9 bedient wird, befindet sich ca. 90 m vom Eingang des Projektstandorts entfernt. Diese Bushaltestelle wird in einem regelmäßigen Rhythmus angefahren und stellt eine Verbindung zum ZOB Altenhundem und zur Nachbargemeinde Schmallenberg dar. Der Standort ist aus den umliegenden Wohnquartieren fußläufig und mit dem Fahrrad gut zu erreichen.

Die **Sichtbarkeit** des Marktgebäudes ist aus beiden Fahrtrichtungen von der Helmut-Kumpf-Straße aus westlicher und der Lennestraße (B236) aus nördlicher Fahrtrichtung gegeben. Über die Straße Lennewiesen kann der Standort angefahren werden und ist auch über beide Fahrtrichtungen ersichtlich.

Foto 1: Projektstandort Lennewiesen



Foto 2: Zu-/ Ausfahrt von der Straße Lennewiesen



Fotos: GMA 2022

Die spezifischen Eigenschaften eines Standorts können in positive und negative Standortfaktoren gegliedert werden. Die standortspezifischen Eigenschaften haben einen wesentlichen

Einfluss auf die Ausstrahlung, die Marktdurchdringung und die damit korrespondierende Umsatzerwartung des Planobjekts.

**Positive Standortfaktoren:**

- + Lage im zentralen Versorgungsbereich
- + eingeführter und etablierter Einzelhandelsstandort
- + über die Straße Lennewiesen ist eine direkte Anbindung an die Lennestraße (B 236) gegeben, damit gute Pkw-Erreichbarkeit
- + ausreichend große Parkplatzanlage
- + gute Sichtbarkeit des Marktes
- + gute fußläufige Erreichbarkeit / Erreichbarkeit mit dem Fahrrad aus den Wohngebieten im Umfeld
- + guter ÖPNV Anschluss mit regelmäßiger Taktung und Anbindung an den Bahnhof
- + grundsätzlich ausreichende Grundstücksgröße für die angestrebte Erweiterung

**Negative Standortfaktoren:**

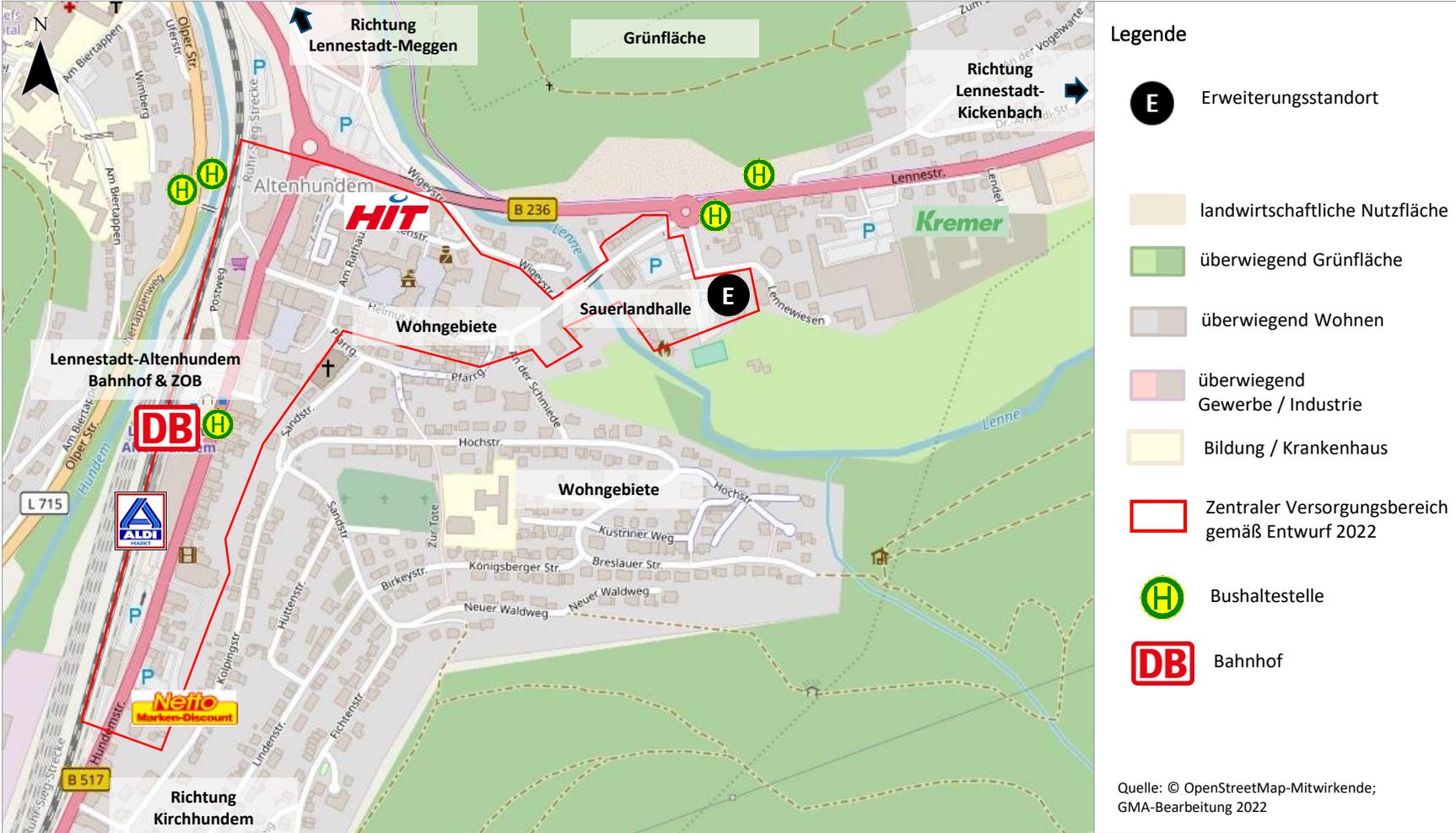
- Lage am östlichen Rand des zentralen Versorgungsbereiches

Zusammenfassend lässt sich unter **städtebaulichen Gesichtspunkten** hervorheben, dass sich der Planstandort in städtebaulich integrierter Lage in einem zentralen Versorgungsbereich laut aktuellem Entwurf der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Lennestadt befindet.<sup>7</sup> Das Umfeld des Erweiterungsvorhabens wird überwiegend durch Wohnquartiere und angrenzende Grünflächen geprägt wird. Der Standort ist, aufgrund vorhandenen Gehwegen entlang der Straße Lennewiesen, aus den südwestlichen und östlich gelegenen Wohngebieten fußläufig zu erreichen. Ein Anschluss an den ÖPNV ist im erweiterten Standortumfeld vorhanden. Es handelt sich um einen langjährig etablierten Standort innerhalb Lennestadts Einzelhandelsstruktur, der einen wichtigen Beitrag zur flächendeckenden Nahversorgung im Stadtgebiet leistet.

---

<sup>7</sup> Auch nach dem Einzelhandelskonzept für die Stadt Lennestadt aus dem Jahr 2010 liegt der Planstandort im zentralen Versorgungsbereich.

Karte 2: Mikrostandort Lennewiesen



### III. Nachfragesituation

#### 1. Einzugsgebiet und Bevölkerung

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes für den zu erweiternden Lebensmittelmarkt ist Voraussetzung zur Ermittlung des Einwohnerpotenzials und zur Berechnung der projektrelevanten Kaufkraft. Als Einzugsgebiet wird derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen.

Zur Abgrenzung des Einzugsgebietes wurden in der vorliegenden Untersuchung folgende Einflussfaktoren berücksichtigt:

- /// Betriebstyp und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- /// Attraktivität der sonstigen Nutzungen am Standort
- /// Siedlungsstrukturen im Untersuchungsraum
- /// projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum, vor allem nächst gelegene Systemwettbewerber
- /// verkehrliche und topografische Gegebenheiten im Untersuchungsraum
- /// ausgewählte Zeit- und Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte).

Unter Berücksichtigung der angeführten Kriterien lässt sich ein projektrelevantes Einzugsgebiet abgrenzen, was große Teile Lennestadts und den angrenzenden Ort Kirchhundem umfasst:

<b>Zone Ia:</b> Ortschaft Altenhundem (Stadt Lennestadt)	ca.	4.280 Einwohner
<b>Zone Ib:</b> Ortsteil Kirchhundem (Gemeinde Kirchhundem)	ca.	1.990 Einwohner <sup>8</sup>
<b>Zone II:</b> Lennestadt (südwestliches Stadtgebiet)	ca.	13.615 Einwohner
<hr/>		
<b>Einzugsgebiet gesamt:</b>	<b>rd.</b>	<b>19.885 Einwohner.</b>

Unter Berücksichtigung der angeführten Kriterien ist das projektrelevante Einzugsgebiet auf das Stadtgebiet bis Grevenbrück und an den südlich angrenzenden Ort Kirchhundem zu begrenzen (vgl. Karte 3). Insgesamt leben im Einzugsgebiet gegenwärtig ca. **19.885 Einwohner**<sup>9</sup>.

Eine weitere Ausdehnung des betrieblichen Einzugsgebietes ist aufgrund der Wettbewerbssituation im Umfeld nicht abzuleiten. Insbesondere die Lidl, Aldi-Nord und Netto Filialen in der östlich angrenzenden Stadt Schmallenberg und die Lidl und Aldi-Nord Filialen, die im Norden im Ortsteil Bamenohl (Finnentrop) an das Stadtgebiet Lennestadt angrenzen wirken einzugsgebietsbegrenzend. Darüber hinaus weisen die nördlich gelegenen Ortschaften in Lennestadt eine größere Distanz zum Erweiterungsvorhaben auf und verfügen im Falle der Ortschaft Elpse über eigene Nahversorgungsangebote (u. a. Penny, Rewe Ihr Kaufpark). Aus der Gemeinde Kirchhundem sind nur aus dem gleichnamigen, direkt an Altenhundem angrenzenden Ortsteil Kirchhundem Kaufkraftzuflüsse zu erwarten, während die weiteren Ortsteile

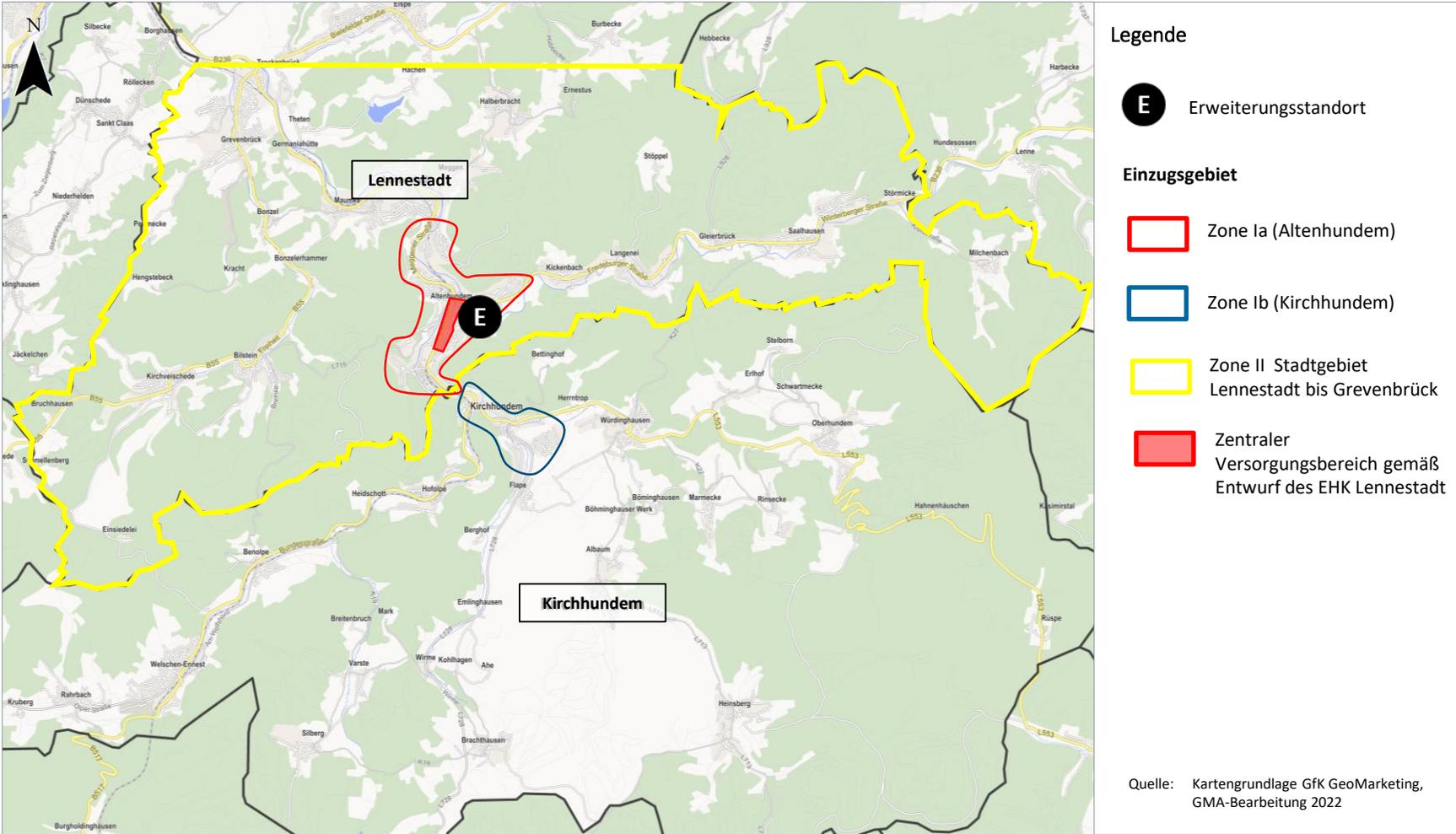
<sup>8</sup> Quelle: Stadt Kirchhundem, Stand: 05.01.2022.

<sup>9</sup> Quelle: Stadt Lennestadt, Stand: 30.06.2021.

der Gemeinde eine Einkaufsorientierung auf die angrenzenden Nachbarkommunen aufweisen bzw. über eigene Lebensmittelanbieter verfügen.

Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage des Vorhabenstandortes ist jedoch dennoch in gewissem Umfang mit Umsätzen mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes zu rechnen (z. B. durch Pendlerverflechtungen). Diese werden in den nachfolgenden Berechnungen als sog. Streuumsätze berücksichtigt.

**Karte 3: Einzugsgebiet des Vorhabens**



## 2. Projektrelevante Kaufkraft

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk pro Kopf der Wohnbevölkerung derzeit **ca. 6.370 €**. Unterteilt man den gesamten Bedarfsgüterbereich in die Nahrungs- und Genussmittel einerseits und in die Nichtlebensmittel andererseits, dann betragen die Pro-Kopf-Ausgaben für

- /// Nahrungs- und Genussmittel ca. 2.445 €
- /// Nichtlebensmittel ca. 3.925 €.

Aufgrund des Betriebstyps „Lebensmitteldiscounter“ ist für die vorliegende Untersuchung vorrangig der Nahrungs- und Genussmittelbereich relevant.

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Lennestadt mit 96,3 unter dem Bundesdurchschnitt (= 100,0).<sup>10</sup>

Unter Zugrundelegung der aktuellen Einwohnerwerte und des Kaufkraftniveaus errechnet sich ein jährliches projektrelevantes Einzelhandelskaufkraftvolumen im **Einzugsgebiet** von insgesamt **ca. 47 Mio. €** im Nahrungs- und Genussmittelbereich, wobei auf die einzelnen Zonen des Einzugsgebietes folgendes Kaufkraftvolumen entfällt:

- /// **Zone Ia:** Ortschaft Althundem (Stadt Lennestadt) ca. 10,1 Mio. €
- /// **Zone Ib:** Ortsteil Kirchhundem (Gemeinde Kirchhundem) ca. 4,9 Mio. €
- /// **Zone II:** Lennestadt (südwestliches Stadtgebiet) ca. 32,0 Mio. €

Für das **Jahr 2025** ist vor dem Hintergrund der prognostizierten leicht abnehmenden Einwohnerentwicklung in Lennestadt (vgl. Kapitel II., 1) ein leichter Rückgang des Kaufkraftpotenzials im Nahrungs- und Genussmittelbereich auf rd. 46 Mio. € zu erwarten. Den vorhandenen Betrieben steht somit dennoch ein stabiles Nachfragepotenzial zur Verfügung. Die Betrachtung der heutigen Nachfrage- und Angebotssituation bildet damit den „worst case“ ab, sodass im Folgenden mit den aktuellen Kaufkraftwerten gerechnet wird.

<sup>10</sup> Quelle: MB Research, Stand 2020.

## IV. Angebotssituation

Im Rahmen der vorliegenden Analyse erfolgte im April 2022 eine Erhebung des relevanten Einzelhandelsbestandes in Lennestadt. Da der Angebotsschwerpunkt im Nahrungs- und Genussmittelsektor liegt, wurden in diesem Zusammenhang die wesentlichen Lebensmittelanbieter, d. h. vor allem Lebensmitteldiscounter, Supermärkte sowie Getränkemarkte berücksichtigt.

### 1. Wettbewerbssituation in der Zone Ia des Einzugsgebietes

In Altenhundem sind im **zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Altenhundem** die wesentlichen Anbieter im Lebensmitteleinzelhandel vorhanden. Neben dem Erweiterungsobjekt Lidl sind die Discounter Netto und Aldi sowie der Supermarkt HIT und ein HIT Getränkemarkt ansässig. In Altenhundem sind weitere kleinflächige Lebensmittelanbieter vorzufinden (z. B. Bioladen, Bäckereien), diese sind aufgrund ihrer Sortimentsstruktur allerdings nicht als wesentliche Wettbewerber des Erweiterungsvorhabens einzustufen.

Die Anbieter **HIT** und **HIT Getränkemarkt** befinden sich im nördlichen Randbereich des zentralen Versorgungsbereiches in der Straße Lennewiesen. Am Standort erstreckt sich eine große Stellplatzanlage in Form eines Parkhauses (Zufahrt in der Gartenstraße zwischen dem Supermarkt und dem Getränkemarkt), die ausreichend Parkplätze für den Pkw-Verkehr darbietet. Außerdem verfügt der HIT Getränkemarkt über eine ausreichende Anzahl an Stellplätzen vor dem Gebäude. Sowohl der Marktauftritt des Supermarktes HIT als auch des HIT Getränkemarktes sind als zeitgemäß zu bezeichnen.

Der Discounter **Aldi** liegt im südwestlichen Teil des zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Altenhundem im Hundem-Lenne-Center in der Hundemstraße. Über diese ist der Standort gut mit dem Pkw zu erreichen. Eine kleinere Stellplatzanlage ist dem Marktgebäude vorgelagert; weitere Stellplätze befinden sich auf dem Parkdeck im Obergeschoss des Hundem-Lenne-Centers. Der Supermarkt verfügt über ein modernes Erscheinungsbild, ist als entsprechend leistungsstark einzustufen und fungiert aufgrund der starken Sortimentsüberschneidungen mit dem zu erweiternden Lidl-Markt als Hauptwettbewerber des Vorhabens.

Zudem ist im südlichen Randgebiet des Hauptzentrums Altenhundem der Discounter **Netto** (in der Hundemstraße) ansässig, welcher über einen zeitgemäßen Marktauftritt und über ausreichend Stellplätze verfügt. Der Discounter bildet den abschließenden Lebensmittel-Handelsbesatz im Süden des Hauptzentrums Altenhundem.

Die Gesamtverkaufsfläche<sup>11</sup> der genannten Lebensmittelbetriebe im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Lennestadt beläuft sich auf **ca. 4.085 m<sup>2</sup>** (vgl. Tabelle 2). Die Umsatzleistung beträgt **ca. 15,3 Mio. €** im Nahrungs- und Genussmittelbereich.

### 2. Wettbewerbssituation in der Zone Ib des Einzugsgebietes (Ortsteil Kirchhundem)

Im **Ortsteil Kirchhundem** der gleichnamigen, im Süden angrenzenden Nachbargemeinde Lennestadts ist zunächst auf den Supermarkt **Rewe** sowie den gegenüberliegenden **Rewe Getränkeshop** im Bahnhofsweg hinzuweisen. Die sich zwischen den Betrieben erstreckende

<sup>11</sup> ohne den zu erweiternden Lidl-Markt am Standort Lennewiesen.

Parkplatzanlage verfügt über ausreichend Stellplätze für den Pkw-Verkehr. Sowohl der Marktauftritt des Supermarktes Rewe, als auch des Rewe Getränkeshops sind als zeitgemäß einzustufen.

Außerdem ist auf den am östlichen Ortsteilrand gelegenen Lebensmitteldiscounter **Aldi** in der Herrntroper Straße hinzuweisen, welcher über eine ausreichende Parkplatzanlage und ein modernes Erscheinungsbild verfügt. Der Aldi Markt stellt den nächstgelegenen Systemwettbewerber in Kirchhundem zum Erweiterungsstandort in Altenhundem dar.

Die Gesamtverkaufsfläche der genannten Lebensmittelbetriebe im Ortsteil Kirchhundem der Gemeinde Kirchhundem beläuft sich auf **ca. 2.255 m<sup>2</sup>** (vgl. Tabelle 2). Die Umsatzleistung beträgt **rd. 7,9 Mio. €** im Nahrungs- und Genussmittelbereich.

### 3. Wettbewerbssituation in der Zone II des Einzugsgebietes

In der Zone II des Einzugsgebietes ist v. a. der Anbieter Edeka im Nahversorgungszentrum Meggen sowie die Anbieter Netto, Aldi und Rewe im Nahversorgungszentrum Grevenbrück zu berücksichtigen.

Der Supermarkt Edeka in der Meggener Straße in Meggen liegt im **zentralen Versorgungsbereich von Lennestadt-Meggen** nördlich des Hauptzentrums Altenhundem. Der Edeka-Markt weist eine ausreichende Parkplatzanlage auf, wird jedoch von einem veraltetem Erscheinungsbild sowie einer unterdurchschnittlichen Verkaufsfläche geprägt.

Des Weiteren befinden im **zentralen Versorgungsbereich in Lennestadt-Grevenbrück** die Anbieter Netto, Aldi und Rewe. Der kleinflächige Discounter Netto liegt im nördlichen Randbereich des zentralen Versorgungsbereiches in der Industriestraße und weist einen zeitgemäßen Marktauftritt auf. Die nebenliegende Stellplatzanlage verfügt über ausreichend Stellplätze für den Pkw-Verkehr. Der Einzelhandelsstandort in der Kölner Straße wird durch die Anbieter Rewe, Aldi und den Textildiscounter Kik geprägt. Außerdem ist die Ansiedlung eines Rossmann-Drogeriemarktes am Standort in Planung. Der Supermarkt Rewe in der Kölner Straße verfügt über einen zeitgemäßen Marktauftritt, während der benachbarte Lebensmitteldiscounter Aldi einen modernen Marktauftritt aufweist. Beide Anbieter verfügen über vorgelagerte Parkflächen, welche ausreichend Stellplätze für den Pkw-Verkehr darbieten und als gemeinsam nutzbare Parkanlage aller am Standort ansässigen Betriebe für Kunden zugänglich sind.

Summiert beträgt die Verkaufsfläche der untersuchungsrelevanten Wettbewerber in den sonstigen Lagen Lennestadt **ca. 3.820 m<sup>2</sup>** bei einer Umsatzleistung von insgesamt **rd. 15,5 Mio. €** im Nahrungs- und Genussmittelsegment.

**Tabelle 2: Wesentliche Wettbewerber im Einzugsgebiet**

Betrieb	Straße	VK-Größen- klasse in m <sup>2</sup>	Lagekategorie	Marktauftritt
HIT	Garten- straße	1.900 – 2.100	Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Altenhudem	zeitgemäß
HIT Getränke- markt	Garten- straße	300 – 500	Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Altenhudem	zeitgemäß
Aldi	Hundem- straße	900 – 1.100	Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Altenhudem	modern
Netto	Hundem- straße	600 – 800	Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Altenhudem	zeitgemäß
Rewe	Bahnhofs- weg	900 – 1.100	Ortsteil Kirchhudem	zeitgemäß
Rewe Geträn- keshop	Bahnhofs- weg	500 – 700	Ortsteil Kirchhudem	zeitgemäß
Aldi	Herrntroper Straße	800 – 1.000	Ortsteil Kirchhudem	modern
Edeka	Meggener Straße	800 – 1.000	Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Meg- gen	veraltet
Aldi	Kölner Straße	800 – 1.000	Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Gre- venbrück	modern
Rewe	Kölner Straße	1.400 – 1.600	Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Gre- venbrück	zeitgemäß
Netto	Industrie- straße	600 – 800	Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Gre- venbrück	zeitgemäß

GMA-Erhebung 2022.

#### 4. Zusammenfassende Betrachtung der Wettbewerbssituation

Insgesamt weisen die projektrelevanten Lebensmittelanbieter in LenneStadt und Kirchhudem (vgl. Karte 4) eine Verkaufsfläche von **rd. 10.160 m<sup>2</sup>** mit einer Umsatzleistung von **ca. 38,7 Mio. €** bei Nahrungs- und Genussmitteln auf.<sup>12</sup>

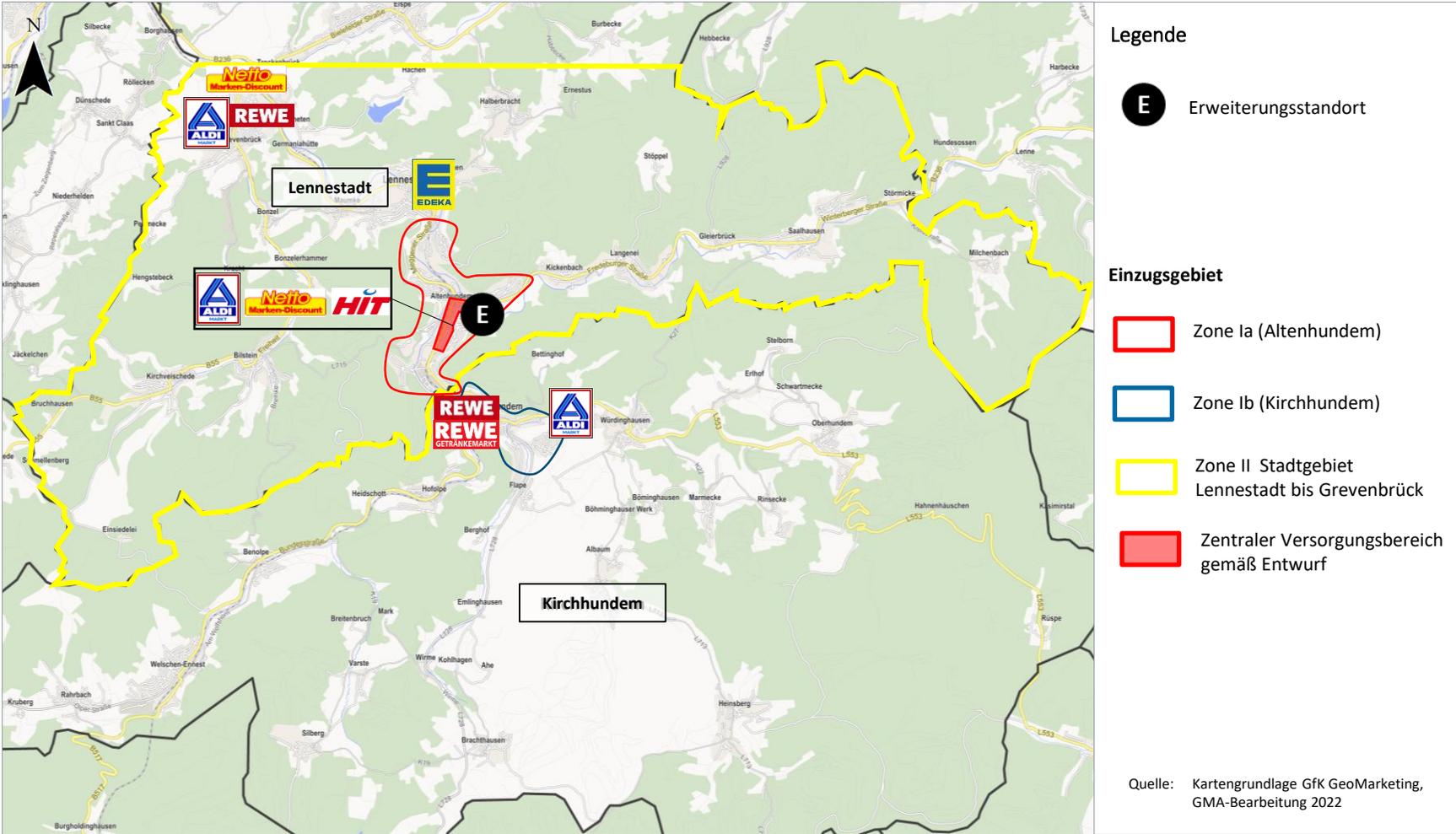
Außerhalb des Einzugsgebietes ist in Bezug auf weitere Lebensmittelanbieter in LenneStadt auf den Lebensmitteldiscounter Penny im zentralen Versorgungsbereich von Elspe sowie auf den Rewe Vollsortimenter am Sonderstandort Bielefelder Straße hinzuweisen. Weitere Lebensmittelanbieter sind außerdem in Finnentrop (nördlich des Erweiterungsstandortes), in Schmallenberg (östlich des Erweiterungsstandortes) und in Attendorn (westlich des Erweiterungsstandortes) vorzufinden.

<sup>12</sup> jeweils ohne den zu erweiternden Lidl-Markt am Standort Lennewiesen.

Aus gutachterlicher Sicht werden die weiteren Wettbewerbsstandorte in den Nachbarkommunen Lennestadts sowie in der Lennestädter Ortschaft Elspe aufgrund der räumlichen Entfernung sowie der weiteren Filialen von Systemwettbewerbern im Umfeld durch die Erweiterung des Lidl Lebensmitteldiscounters am Standort Lennewiesen allenfalls marginal betroffen sein.

Neben den o. g. strukturprägenden Lebensmittelmärkten sind im Untersuchungsgebiet noch eine Reihe von Betrieben des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) und kleinere Spezialanbieter (u. a. Hofläden, internationale Supermärkte, Biomärkte) ansässig. Diese sind jedoch aufgrund ihrer Sortimentsstruktur nicht als wesentliche Wettbewerber des Erweiterungsprojekts einzustufen.

Karte 4: Wesentliche Wettbewerber im Einzugsgebiet



## V. Auswirkungsanalyse

### 1. Methodischer Ansatz

Die möglichen Wettbewerbswirkungen im Untersuchungsraum werden im Folgenden vor dem Hintergrund der zur Verfügung stehenden Kaufkraftvolumina und der dargelegten Angebotsstrukturen ermittelt. Daraus lassen sich anschließend die zu erwartenden wirtschaftlichen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen ableiten. Hierzu werden zwei Berechnungsschritte durchgeführt:

- // Ein erster Ansatz, das **Marktanteilkonzept**, stellt die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens (= Marktanteile) aus dem Einzugsgebiet dar und verdeutlicht, aus welchen Teilräumen dem Vorhaben die Kaufkraft der Endverbraucher für die einzelnen Sortimente bzw. Betriebstypen zufließt.
- // Mit einem zweiten Ansatz, dem **Umsatzverteilungsmodell**, werden die voraussichtlichen Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Angebote im Einzugsgebiet sowie im Umfeld eingeschätzt. Damit wird aufgezeigt, wo – und in welchem Umfang – dem bestehenden Einzelhandel Umsätze verloren gehen.

### 2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft

Das Marktanteilkonzept geht von einer Gegenüberstellung des relevanten Angebotes mit dem für das Einzugsgebiet ermittelten Nachfragevolumen (= Kaufkraft) aus. Als wesentliche Kriterien bei der Ermittlung der Marktanteile werden die Art und Dimensionierung der vorgesehenen Einzelhandelsnutzung, die Lage und das Standortumfeld sowie die Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und im weiteren Umfeld berücksichtigt. Vor diesem Hintergrund sind die in Tabelle 3 dargestellten Marktanteile und Umsatzleistungen zu erwarten.

**Tabelle 3: Marktanteile und Umsatz des Vorhabens (1.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)**

	Kaufkraft in Mio. € p.a.	Marktanteil in %	Umsatz	
			in Mio. € p.a.	in % (NuG)
Altenhündem (Zone I a)	10,1	30	3,0	41,8
Kirchhündem (Zone I b)	4,9	25	1,2 – 1,3	17
Sonstige Lagen in Lennestadt (Zone II)	32,1	7	2,2 – 2,3	31
Streuumsätze (bei NuG)			0,7 – 0,8	10,2
<b>Nahrungs- und Genussmittel gesamt</b>			<b>7,2 – 7,3</b>	<b>100</b>
Randsortimente Nonfood (ca. 20 %)			1,8	-
<b>Umsatz gesamt</b>			<b>9,0</b>	<b>-</b>

NuG = Nahrungs- und Genussmittel; GMA-Berechnungen 2022 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen).

Insgesamt kann für den zu erweiternden Lidl Lebensmitteldiscounter mit einer Verkaufsfläche von 1.300 m<sup>2</sup> von einer Umsatzleistung in Höhe von **ca. 9,0 Mio. €** ausgegangen werden. Davon entfallen ca. 7,2 – 7,3 Mio. € auf das Nahrungs- und Genussmittelsegment und ca.

1,8 Mio. € auf Nonfood-Artikel. Der Gesamtumsatz entspricht einer Flächenproduktivität von rd. 6.950 € / m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

Damit liegt der Umsatz des Marktes deutlich über dem durchschnittlichen Umsatz einer Lidl-Filiale.<sup>13</sup> In der Handelswissenschaft ist unbestritten, dass mit einer zunehmenden Flächenausweitung nicht eine ebenso starke Ausweitung des Umsatzes einhergeht. Vielmehr sinkt die Flächenleistung pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche i. d. R. bei der Erweiterung der Verkaufsfläche. Demzufolge bildet der Wert einen realitätsnahen worst-case-Ansatz ab.

### 3. Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen

Mit der Neuansiedlung bzw. der Erweiterung eines Einzelhandelsobjektes werden i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen des zu untersuchenden Planvorhabens dar. Die im vorangegangenen Untersuchungsabschnitt ermittelten Marktanteile stellen dabei die kaufkraftbezogene Ermittlung der Umsatzherkunft dar. Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen ist jedoch die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel.

Zur Ermittlung der Umsatzumverteilung im Nahrungs- und Genussmittelbereich werden die aus dem Marktanteilkonzept berechneten Umsätze gewichtet. In der Modellrechnung wurden folgende Kriterien berücksichtigt:

- /// die aktuelle Ausstattung im Untersuchungsraum und die Sortimentsüberschneidungen mit dem Erweiterungsvorhaben
- /// die Versorgungsbedeutung einzelner Standortbereiche des Einzelhandels
- /// die aktuellen Kaufkraftströme im Untersuchungsgebiet
- /// die Wettbewerbssituation und Überlagerungen durch sonstige Einzelhandelsstandorte.

In die Berechnung fließen damit die derzeitigen Einzelhandelsausstattungen konkurrierender Einzelhandelsstandorte als Attraktivitätsfaktor und die Distanz zum Projektstandort als Widerstandsfaktor ein. Eine weitere Grundannahme der nachfolgenden Berechnungen ist, dass die Einkaufslagen, welche die größten Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben aufweisen, quantitativ am stärksten von Umsatzumverteilungen betroffen sein werden.

Für die nachfolgende Betrachtung der Auswirkungen der geplanten Erweiterung ist **nur der zu erwartende Zusatzumsatz von Relevanz**, sodass dem prognostizierten Gesamtumsatz des erweiterten Lebensmitteldiscounters der Bestandsumsatz abgezogen wird. Dieses Vorgehen ist allgemein üblich, da die Wettbewerbswirkungen der Bestandsflächen bereits eingetreten sind. Das Bundesverwaltungsgericht hat dazu u. a. in einem Urteil vom 12.02.2009 ausgeführt, dass

<sup>13</sup> Quelle: Laut Hahn Retail Real Estate Report Germany 2020 / 2021 liegt der durchschnittliche Filialumsatz bei rd. 6,7 Mio. €. Die durchschnittliche Flächenleistung von Lidl beträgt aktuell ca. 7.420 € / m<sup>2</sup>, jedoch liegt die durchschnittliche Verkaufsflächengröße mit ca. 909 m<sup>2</sup> deutlich unter der in Lennestadt, Lennewiesen geplanten Verkaufsfläche von 1.300 m<sup>2</sup>.

*„von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen [ist]. Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt.“<sup>14</sup>*

Mit der Verkaufsflächenerweiterung des Planobjekts von ca. 1.010 m<sup>2</sup> auf ca. 1.300 m<sup>2</sup> und der damit verbundenen Umsatzerwartung von ca. 9,0 Mio. € werden **voraussichtlich folgende Umverteilungswirkungen ausgelöst:**

- /// Etwa 6,0 Mio. € im Bereich Nahrungs- und Genussmittel sowie rd. 1,5 Mio. € im Nichtlebensmittelsegment werden von dem Lidl-Markt schon heute erzielt und bleiben damit ohne Auswirkungen auf den Wettbewerb.
- /// Die Umsatzumverteilungen im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** gegenüber Anbietern im Einzugsgebiet belaufen sich auf ca. 1,2 – 1,3 Mio. €. Davon entfallen auf die Wettbewerber in der Ortschaft Altenhundem in Lennestadt ca. 0,7 Mio. € (Zone Ia). Auf die Wettbewerber an den südlich an Lennestadt angrenzenden Ortsteil Kirchhundem der gleichnamigen Gemeinde entfallen ca. 0,2 – 0,3 Mio. € (Zone Ib) sowie ca. 0,3 Mio. € auf Wettbewerber in sonstigen Lagen Lennestadts (Zone II).
- /// Ein geringer Teil des Umsatzes dürfte auch bei Wettbewerbern außerhalb Lennestadts umverteilt werden. Einem „worst-case“-Ansatz entsprechend ist dieser Umsatz mit unter 0,1 Mio. € als marginal anzunehmen.
- /// Etwa 0,3 Mio. € werden in den Nichtlebensmittelsortimenten umsatzumverteilungswirksam.

Tabelle 4 gibt eine Übersicht über die zu erwartenden Umsatzumverteilungen nach Standortlagen, welche die Erweiterung des Lidl Lebensmitteldiscounters im Bereich Nahrungs- und Genussmittel auslösen wird, die nachfolgend unter städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Aspekten bewerten werden.

**Tabelle 4: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben bei Nahrungs- und Genussmitteln**

Standortlage	Umsatz Bestand in Mio. €	Umsatzumverteilung	
		in Mio. €	in %
Altenhundem (Lennestadt)	15,3	0,7	4 – 5
Kirchhundem (Kirchhundem)	7,9	0,2 – 0,3	3 – 4
sonstige Lagen in Lennestadt	15,5	0,3	2
<b>Summe innerhalb des Einzugsgebietes</b>	<b>38,7</b>	<b>1,2 – 1,3</b>	<b>3 – 4</b>
außerhalb Lennestadts	-	< 0,1	-
<b>Summe gesamt</b>	<b>-</b>	<b>1,2 – 1,3</b>	<b>-</b>

GMA-Berechnung 2022 (ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundungen möglich)

<sup>14</sup> vgl. Bundesverwaltungsgericht 4 B 3.09 vom 12.02.2009, RN 6.

#### 4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen

Die durch das Erweiterungsvorhaben zu erwartenden Umsatzumverteilungswirkungen bei **Nahrungs- und Genussmitteln** sind hinsichtlich der möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen wie folgt zu bewerten:

- /// Auf die Anbieter **im Einzugsgebiet** entfallen Umsatzumverteilungswirkungen in Höhe von ca. 1,2 – 1,3 Mio. € (Umverteilungsquote von ca. 3 – 4 %).
  - Im **zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Altenhudem** werden ca. 0,7 Mio. € (ca. 4 – 5 %) wettbewerbswirksam, die sich v. a. auf die Systemwettbewerber Aldi und Netto und untergeordnet den Vollsortimenter HIT verteilen. Dabei handelt es sich um größtenteils zeitgemäße Lebensmittelanbieter mit guten Standortrahmenbedingungen (u. a. gute verkehrliche Erreichbarkeit, Kopplungseffekte durch weiteren Einzelhandel an den Standorten). Auf einzelbetrieblicher Ebene bewegen sich die prognostizierten Umsatzumverteilungswirkungen unterhalb einer kritischen Größenordnung, sodass Betriebsgefährdungen und eine Funktionseinschränkung des zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Altenhudem infolge der geplanten Erweiterung des Lidl-Marktes am Standort Lennewiesen auszuschließen ist.
  - Im **Ortsteil Kirchhudem** werden ca. 0,2 – 0,3 Mio. € (ca. 3 – 4 %) wettbewerbswirksam, die sich v. a. auf die Wettbewerber Aldi und Rewe verteilen. Dabei handelt es sich um moderne / zeitgemäße Lebensmittelanbieter mit ebenfalls guten Standortrahmenbedingungen (u. a. gute verkehrliche Erreichbarkeit). Eine nachhaltige Betriebsschwächung oder ein Wegfall eines der Wettbewerber ist auszuschließen, da es sich um leistungsstarke Märkte handelt, die auch nach der Erweiterung des Lidl-Marktes in Altenhudem ein ausreichendes Nachfragepotenzial in Kirchhudem zur Verfügung stehen wird.
  - Die Einzelhandelsbetriebe in den **sonstigen Lagen Lennestadts** werden insgesamt von Umsatzumverteilungswirkungen in Höhe von rd. 2 % (ca. 0,3 Mio. €) betroffen. Davon werden insbesondere die Systemwettbewerber im zentralen Versorgungsbereich Grevenbrück (Aldi und Netto) tangiert. Vor dem Hintergrund der geringen absoluten Umsatzumverteilungswirkungen, die sich auf eine Vielzahl an Anbietern in Meggen und Grevenbrück (Edeka, Rewe, Aldi, Netto) verteilt, sind langfristige Betriebschädigungen durch die Erweiterung und damit auch städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen auszuschließen.
- /// **Außerhalb des Untersuchungsraumes** ist mit Umsatzumverteilungswirkungen in Höhe von unter 0,1 Mio. € zu rechnen, sodass Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO auszuschließen sind.
- /// In den **Nichtlebensmittelsortimenten** werden rd. 0,3 Mio. € umsatzumverteilungswirksam, die sich auf mehrere Sortimente (u. a. Drogeriewaren, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel, Tiernahrung, Zeitschriften, (Schnitt-)Blumen, Aktionswaren aller Sortimente) und damit auf eine Vielzahl von Anbietern verteilen, welche die Nichtlebensmittelsortimente sowohl als Hauptsortimente (u. a. Drogeriemärkte, Zoofachmärkte, Blumengeschäfte, Kioske, Bekleidungs-, Schuh-, Sportanbieter, Haushaltswarenmärkte, Bau- und Gartenmärkte u.v.m.) als auch als Randsortimente (u. a. Lebensmittelmärkte, Drogeriemärkte, Nonfood-Discounter u.v.m.) führen. Diese Anbieter verteilen sich zudem auf mehrere Standortlagen, sodass für einzelne Anbieter und Lagen städtebauliche Auswirkungen auszuschließen sind.

**Zusammenfassend** ist festzuhalten, dass mit der geplanten Erweiterung des Lidl Lebensmitteldiscounters am Standort Lennewiesen in Lennestadt weder städtebauliche noch versorgungsstrukturelle Folgewirkungen einhergehen; auch werden zentrale Versorgungsbereiche nicht in ihrer Funktions- oder Entwicklungsfähigkeit gefährdet.

## 5. Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept Lennestadt 2022

Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Lennestadt 2022<sup>15</sup> werden folgende wesentliche Ziele der Einzelhandelsentwicklung formuliert:

- /// Steuerung der Einzelhandelsentwicklung nach städtebaulichen Kriterien
- /// Erhaltung und Stärkung der Einzelhandelszentralität und -vielfalt des Mittelzentrums
- /// Stabilisierung und Attraktivierung des Hauptzentrums Altenhündem als Versorgungsschwerpunkt und der Nahversorgungszentren Elspe, Meggen und Grevenbrück als zentrale Versorgungsbereiche der Stadt Lennestadt
- /// Erhaltung und Verbesserung der wohnortnahen Versorgung in den Siedlungsschwerpunkten unter anderem zur Minimierung von Einkaufsfahrten.

Das Erweiterungsvorhaben Lidl befindet sich im nordöstlichen Siedlungsbereich des Stadtteils Altenhündem innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Altenhündem. Neben den weiteren Lebensmittelmärkten weist das Einzelhandelskonzept den Lidl-Markt als wesentlichen Magnetbetrieb im Lebensmittelbereich aus. Als wesentliche Entwicklungsziele für den zentralen Versorgungsbereich Altenhündem sind u. a. die Sicherung des Hauptgeschäftsbereiches der Stadt Lennestadt mit Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet sowie Erhalt des gut strukturierten Angebotes, die mögliche Ergänzung des Einzelhandelsangebotes ist grundsätzlich in allen Bereichen sowie die Sicherung der Nahversorgung für die Wohnbevölkerung der Ortschaft Altenhündem zu nennen.

Das geplante Vorhaben entspricht den zuvor aufgeführten Zielen. Durch die Modernisierung und Verkaufsflächenerweiterung wird ein wesentlicher Magnetbetrieb im Lebensmittelbereich in seinem Bestand gesichert, der v. a. einen Beitrag zur Versorgung der Bevölkerung von Altenhündem leistet. Bei der geplanten Erweiterung sind keine städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu erwarten.

**Insgesamt entspricht das Vorhaben den Zielen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Lennestadt.**

## 6. Vereinbarkeit mit dem Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW)

Zur Bewertung der raumordnerischen bzw. landesplanerischen Zulässigkeit des Erweiterungsvorhabens sind die Regelungen bzw. Prüfkriterien des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen heranzuziehen. Im Hinblick auf die ermittelten Auswirkungen des Vorhabens am Standort Lennestadt, Lennewiesen, sind hierzu folgende Anmerkungen zu treffen:

<sup>15</sup> GMA – Entwurf der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Lennestadt, 2022.

- /// Das Vorhaben steht in Einklang mit **Ziel 6.5-1**, da der Standort in einem regionalplanerisch ausgewiesenen Allgemeinen Siedlungsbereich liegt.
- /// Das Vorhaben entspricht **Ziel 6.5-2**, weil es sich innerhalb des zentralen Versorgungsgebietes Hauptzentrum Altenhündem befindet.
- /// Im Hinblick auf **Ziel 6.5-3** sind keine negativen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen in Lennestadt oder im Umland zu erwarten (vgl. Kapitel V., 4).
- /// Die **Grundsätze 6.5-4, -6 und -9** sowie die **Ziele 6.5-5, -7 und -8** sind nicht relevant; die Prüfung kann daher entfallen.
- /// Die Aufstellung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplans ist in dem projektierten Sachverhalt zulässig. **Ziel 6.5-10** wird demnach entsprochen.

**Insgesamt erfüllt das Vorhaben sämtliche relevante Voraussetzungen des LEP NRW.**

## VI. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens	
<b>Planvorhaben / Projektstandort</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Erweiterung eines bestehenden Lidl Lebensmitteldiscounters in der Lennestädter Ortschafts Altenhundem von ca. 1.010 m<sup>2</sup> auf 1.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche durch Abriss und Neubau am selben Standort</li> <li>Lage innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Altenhundem</li> </ul>
<b>Analyse</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO</li> </ul>
<b>Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Das Einzugsgebiet des Vorhabens umfasst das südwestliche Stadtgebiet Lennestads (bis Grevenbrück) und den Ortsteil Kirchhundem</li> <li>Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet: rd. 19.880 Personen</li> <li>Kaufkraftpotenzial im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel: rd. 47 Mio. € p.a.</li> </ul>
<b>Umsatzerwartung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die perspektivische Umsatzerwartung des Vorhabens beträgt ca. 9,0 Mio. €; davon Umsatzzuwachs durch die Erweiterung rd. 1,5 – 1,6 Mio. €, davon entfallen ca. 1,2 – 1,3 Mio. € auf Lebensmittel und ca. 0,3 Mio. € auf Nichtlebensmittel</li> </ul>
<b>Bewertung der versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bei einer Erweiterung des Lidl Lebensmitteldiscounters sind die stärksten Wettbewerbsauseinandersetzungen gegenüber den ansässigen Aldi und Netto Lebensmitteldiscountern sowie dem Anbieter Hit im Hauptzentrum Altenhundem zu erwarten. Aufgrund der Leistungsfähigkeit der Anbieter und der geringen Umsatzumverteilungswirkungen (4 – 5 %) sind städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen auszuschließen.</li> <li>Auch gegenüber den weiteren Zonen des Einzugsgebietes liegen die Umsatzumverteilungswirkungen auf einem sehr geringen Niveau; somit können insgesamt städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen ausgeschlossen werden.</li> </ul>
<b>Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept Lennestadt 2022</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mit Blick auf die Umverteilungswirkungen sind keine negativen Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung zu erwarten.</li> <li>Bei dem geplanten Abriss und Erweiterung sind keine städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu erwarten; eine Zentrenverträglichkeit ist gegeben.</li> <li>Insgesamt entspricht das Vorhaben den Zielen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Lennestadt 2022.</li> </ul>
<b>Bewertung hinsichtlich der Landesplanung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die Ziele 1 und 2 werden erfüllt.</li> <li>Das Vorhaben entspricht dem Beeinträchtigungsverbot gemäß Ziel 3.</li> <li>Die Prüfung der Grundsätze 4, 6 und 9 sowie der Ziele 5, 7, 8 und 10 entfällt.</li> </ul>
<b>Fazit</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mit einer Erweiterung des Lidl Lebensmitteldiscounters am Projektstandort Lennewiesen in Altenhundem gehen keine negativen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen einher.</li> </ul>

GMA-Zusammenstellung 2022

## Verzeichnisse

	<b>Seite</b>
<b>Fotoverzeichnis</b>	
Foto 1: Projektstandort Lennewiesen	16
Foto 2: Zu-/ Ausfahrt von der Straße Lennewiesen	16
<b>Kartenverzeichnis</b>	
Karte 1: Lage der Stadt Lennestadt und zentralörtliche Struktur in der Region	15
Karte 2: Mikrostandort Lennewiesen	18
Karte 3: Einzugsgebiet des Vorhabens	21
Karte 4: Wesentliche Wettbewerber im Einzugsgebiet	27
<b>Tabellenverzeichnis</b>	
Tabelle 1: Typische Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten	11
Tabelle 2: Wesentliche Wettbewerber im Einzugsgebiet	25
Tabelle 3: Marktanteile und Umsatz des Vorhabens (1.300 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche)	28
Tabelle 4: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben bei Nahrungs- und Genussmitteln	30