

Auswirkungsanalyse

Drogeriemarkt am Standort Siegburg, Mühlengrabenquartier

für die

Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG, Neckarsulm

vertreten durch: Lidl Immobilienbüro West GmbH & Co. KG, Köln

Ihre Ansprechpartner

Dipl.-Volksw. Corinna Küpper
(Projektleitung)

Dipl.-Geogr. Rainer Schmidt-Illguth
(Niederlassungsleitung)

BBE Handelsberatung GmbH

Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160

Fax +49 221 789 41 169

E-Mail kuepper@bbe.de

schmidt-illguth@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung der Verfasser gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der Arbeitsgemeinschaft Peter U. Berger/ BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

Köln, im Februar 2014

Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1 Ausgangssituation und Zielsetzung	4
2 Marktsituation im Drogerieeinzelhandel	5
3 Genehmigungsrechtliche Rahmenbedingungen	7
3.1 Einzelhandelsrelevante Planungsvorgaben – Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen	7
3.2 Einzelhandelskonzept der Stadt Siegburg	9
4 Standortseitige Rahmenbedingungen	11
4.1 Makrostandort Siegburg	11
4.2 Mikrostandort	12
5 Wettbewerbssituation	14
6 Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung	17
6.1 Einzugsgebiet und Kaufkraftvolumen	17
6.2 Umsatzprognose	20
7 Umverteilungsanalyse	21
7.1 Umsatzumlenkungseffekte/ wettbewerbliche Auswirkungen	21
7.2 Städtebauliche Auswirkungen des Vorhabens auf Zentrale Versorgungsbereiche	24
7.3 Fazit der Auswirkungsanalyse	27

Auswirkungsanalyse Siegburg, Mühlengrabenquartier**Abbildungsverzeichnis:**

Abbildung 1:	Distributionsstrukturen bei Drogerie- und Parfümerieartikeln 2012	6
Abbildung 2:	Lage des Mühlgrabenquartiers zum zentralen Versorgungsbereich der Siegburger Innenstadt	10
Abbildung 3:	Vorhaben- und Erschließungsplan Nr. 44/5	13
Abbildung 4:	Wettbewerbssituation in Siegburg	15
Abbildung 5:	Drogeriemärkte in der Region	16
Abbildung 6:	Projektbezogenes Einzugsgebiet	18
Abbildung 7:	Einzugsgebiet und Kaufkraft	19
Abbildung 8:	Umsatzprognose nach Sortimenten	20
Abbildung 9:	Umsatzumverteilung der Vorhaben	23

1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Im Mühlengrabenquartier in Siegburg ist neben der Ansiedlung eines Lidl Lebensmittelmarktes, eines Getränkemarktes und verschiedener sonstiger Fachmärkte eine Ergänzung der nahversorgungsrelevanten Angebote durch Ansiedlung eines dm Drogeriemarktes mit ca. 720 m² Verkaufsfläche geplant.

Der Planstandort ist nicht dem abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich der Stadt Siegburg (Innenstadt) zugeordnet, wird im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes jedoch als Ergänzungsstandort für die Einzelhandelsnutzungen qualifiziert, die in die baulichen Strukturen der zentralen City-Geschäftslagen nicht integriert werden können (vor allem Nahversorgung und bestimmte großflächige Fachmärkte).

Im Rahmen des vorliegenden Berichtes werden die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen der Ansiedlung des projektierten Drogeriemarktes analysiert und bewertet. Hierbei ist insbesondere auf die Auswirkungen auf die Siegburger Innenstadt sowie die zentralen Versorgungsbereiche der Nachbarkommunen abzustellen. Auch sind die Auswirkungen auf die Nahversorgung in Siegburg und den Nachbarkommunen zu untersuchen.

Darüber hinaus ist aufzuzeigen, ob das Vorhaben die Vorgaben der Raumordnung und Landesplanung zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels einhält. Dabei sind die für das Planvorhaben relevanten Vorgaben des Landesentwicklungsplans NRW „Sachlichen Teilplan Großflächiger Einzelhandel“ zu behandeln.

2 Marktsituation im Drogerieeinzelhandel

Im Bereich der Drogeriewaren hat sich in den vergangenen Jahrzehnten der Vertriebstyp des Drogeriemarktes etabliert, der weitgehend die klassische Drogerie abgelöst hat. So ist die Zahl der Fachdrogerien im bundesweit im Zeitraum von 1980 bis 2010 von über 8.900 auf 2.700 Verkaufsstellen zurückgegangen, während die Drogeriemärkte von knapp 1.500 auf 12.000 Verkaufsstellen angestiegen sind.¹

Nach der zwischenzeitlich erfolgten, insolvenzbedingten Schließung von rd. 9.000 Schlecker-Märkten ist für den Betriebstyp des Drogeriemarktes eine kontinuierliche Zunahme der Verkaufsstellenzahl zu verzeichnen. So ist die Filialzahl der vier größten Drogeriemarktbetreiber dm, Rossmann, Drogerie Müller und Budnikowski von ca. 1.900 im Jahr 2003 auf ca. 3.500 Filialen im Jahr 2011 deutlich angewachsen.

Das Kernsortiment der Drogeriemärkte umfasst die Warenbereiche Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Hygieneartikel, Körperpflegeartikel, Kosmetik und Parfums. Darüber hinaus werden betreiberspezifisch unterschiedliche Randsortimente zur Ergänzung angeboten (u. a. Lebensmittel, Tiernahrung/ Tierpflege, Unterwäsche/ Strumpfwaren, Babybekleidung, Kurzwaren, Haushaltswaren, Kerzen, Fotozubehör, Elektrozubehör, Bilderrahmen, Schreib- und Spielwaren). Ein Drogeriemarkt führt im Kernsortiment durchschnittlich ca. 5.000 - 8.000 Artikel.

Neben den nahversorgungsrelevanten Drogeriemärkten sind in Innenstädten und größeren Stadtteilzentren auch Parfümerien mit einem Teilsortiment der Kosmetik, Parfums und Körperpflege vorzufinden. Die Sortimente werden darüber hinaus auch in den innerstädtischen Warenhäusern sowie von den Lebensmittelmärkten angeboten. Bei Lebensmitteldiscountmärkten liegt die durchschnittliche Artikelzahl bei den relevanten Drogerie- und Parfümeriesortimenten bei max. 600, bei Lebensmittelsupermärkten werden ca. 1.600 Artikel angeboten, so dass der Lebensmitteleinzelhandel vorwiegend die gängigen Sortimente des Grundbedarfs führt.²

Das Drogeriesortiment ist dem kurzfristigen Bedarf zuzurechnen, demgemäß sind Drogeriemärkte gleichermaßen in Innenstädten, Stadtteilzentren und in Verbindung mit dem Lebensmitteleinzelhandel auch an Nahversorgungsstandorten oder dezentralen Einzelhandelsagglomerationen vorzufinden.

Als wichtige Betreiber haben sich in den letzten Jahren die drei Anbieter dm, Rossmann und Drogerie Müller herauskristallisiert. Mit der Insolvenz der Firma Schlecker wurde ein grundlegender Strukturwandel im Bereich der Drogeriemärkte eingeleitet, der mit einer Reduzierung der Anzahl

¹ Vgl. EHI, Handel aktuell 2009/ 2010, EHI Handelsdaten 2013

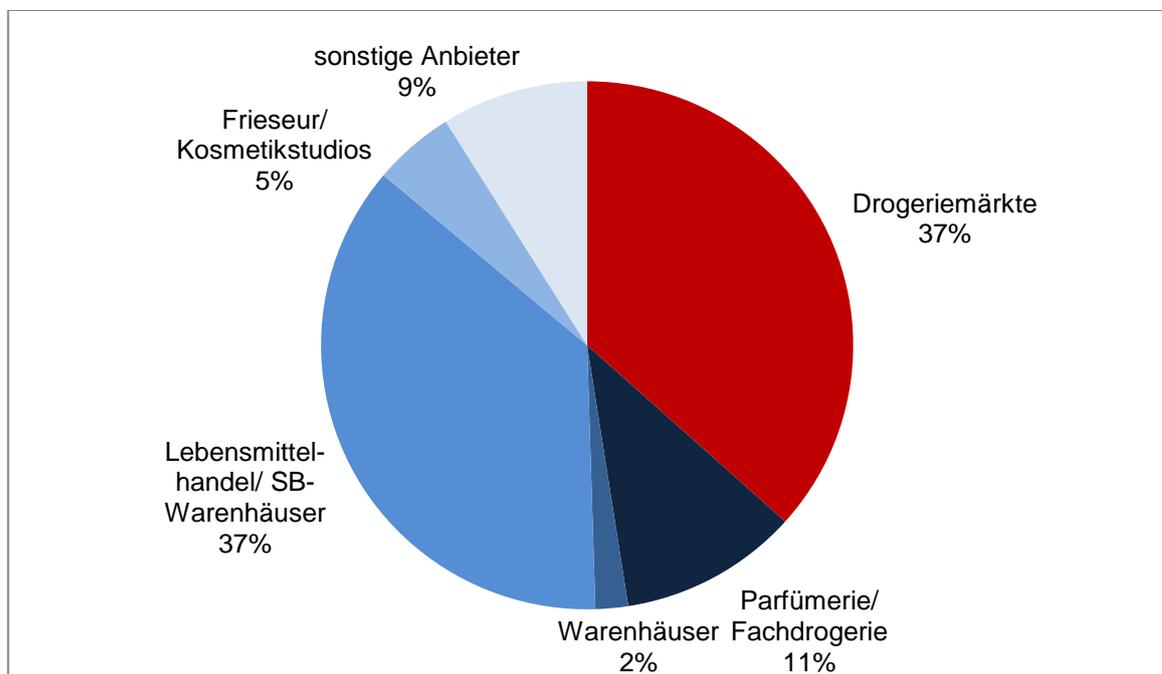
² Die Firma Netto hat aktuell angekündigt, das Drogeriesortiment auf ca. 1.000 Artikel zu erweitern. Andere Betreiber werden folgen.

Auswirkungsanalyse Siegburg, Mühlengrabenquartier

der kleinen Märkte einhergegangen ist und zu einem Bedeutungsgewinn der Drogerieabteilungen der Lebensmittelmärkte geführt hat.

Die Distributionsstruktur für Drogerie- und Parfümeriewaren ist wesentlich durch die Drogeriemärkte geprägt, die einen Marktanteil von ca. 37 % halten. Auf Parfümerien/ Fachdrogerien entfallen ca. 11 % der Umsätze und auf die Warenhäuser ca. 2 %. Eine wesentliche Versorgungsbedeutung kommt jedoch auch dem Lebensmittelhandel (inkl. SB-Warenhäuser) mit einem Marktanteil von ca. 37 % zu.

Abbildung 1: Distributionsstrukturen bei Drogerie- und Parfümerieartikeln 2012



Quelle: BBE Handelsberatung, Markt:Monitor Drogeriewaren 2013

Die Firmen dm und Rossmann verfügen bundesweit zusammen über knapp 3.200 Filialen und haben sich mit Betriebsgrößen i. d. R. von 400 – 800 m² Verkaufsfläche positioniert.³ Einzig die Firma Drogerie Müller belegt auch größere Verkaufsflächen (ca. 500 – 3.000 m² Verkaufsfläche), wobei dies mit einer deutlichen Ausweitung des Sortiments vor allem bei Schreib- und Spielwaren sowie Elektroartikeln einhergeht.

³ Vgl. BBE Handelsberatung, Markt:Monitor Drogeriewaren 2013

3 Genehmigungsrechtliche Rahmenbedingungen

3.1 Einzelhandelsrelevante Planungsvorgaben – Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen

Mit dem Inkrafttreten des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen, Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel am 13.07.2013 bestehen Ziele und Grundsätze der Raumordnung, die im Rahmen des Bauleitplanverfahrens bei der Abwägung beachtet bzw. berücksichtigt werden müssen.

Nachfolgend werden die landesplanerischen Ziele und Grundsätze dargestellt:

- Ziel 1: Standorte nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen
Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen (ASB) festgesetzt werden.
- Ziel 2: Zentrenrelevante Kernsortimente: Standorte nur in zentralen Versorgungsbereichen
Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind nur in bestehenden sowie neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrierter Lage zulässig. Als zentrenrelevant gelten dabei die Sortimente gemäß Anlage 1 – Sachlicher Teilplan sowie weitere, von der jeweiligen Standortgemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste).

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) dürfen ausnahmsweise auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen realisiert werden. Dazu ist nachzuweisen, dass eine Errichtung in integrierter Lage innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches aus städtebaulichen und siedlungsstrukturellen Gründen nicht möglich ist, die Bauleitplanung der Gewährleistung der wohnungsnahen Versorgung dient und zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

- Ziel 3: Beeinträchtigungsverbot
Durch großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.
- Grundsatz 4: Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche
Der zu erwartende Umsatz von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten soll die sortimentsbezogene Kaufkraft der Standortgemeinde nicht überschreiten.

Auswirkungsanalyse Siegburg, Mühlengrabenquartier

- Ziel 5: Nicht-zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente
Sondergebiete für Vorhaben i.S.d. § 11 Abs. 3 BAUNVO mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche festgesetzt werden, wenn der Umfang zentrenrelevanter Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt und es sich um Randsortimente handelt.
- Grundsatz 6: Nicht-zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente
Die maximale Verkaufsflächenobergrenze für zentrenrelevante Randsortimente soll 2.500 m² nicht überschreiten.
- Ziel 7: Überplanung von vorhandenen Standorten
Abweichend von den vorstehenden Zielen/ Grundsätzen dürfen vorhandene Standorte außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen als Sondergebiet festgesetzt werden, wenn die Verkaufsflächen auf den baurechtlichen Bestandsschutz begrenzt werden. In Ausnahmefällen sind auch geringfügige Erweiterungen möglich.
- Ziel 8: Einzelhandelsagglomerationen
Außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche ist dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen entgegenzuwirken. Gleiches gilt für Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche. Gemeinden haben dabei sicherzustellen, dass eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche vermieden wird.
Unter Verfestigung ist dabei etwa die Änderung der Sortimente bestehender Betriebe zu verstehen, während mit Erweiterung das Hinzutreten weiterer Einzelhandelsbetriebe zu einer bestehenden Agglomeration gemeint ist.
- Grundsatz 9: Regionale Einzelhandelskonzepte
Zwischen Kommunen durch förmliche Beschlüsse vereinbarte Regionale Einzelhandelskonzepte sind bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen zu berücksichtigen.
- Ziel 10: Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben i.S.d. § 11 Abs.3 BauNVO
Diese sind, soweit von § 12 Abs. 3a (1) BauGB kein Gebrauch gemacht wird, nur zulässig, wenn sie den vorab formulierten Anforderungen der Festlegungen 1-8 entsprechen.

3.2 Einzelhandelskonzept der Stadt Siegburg

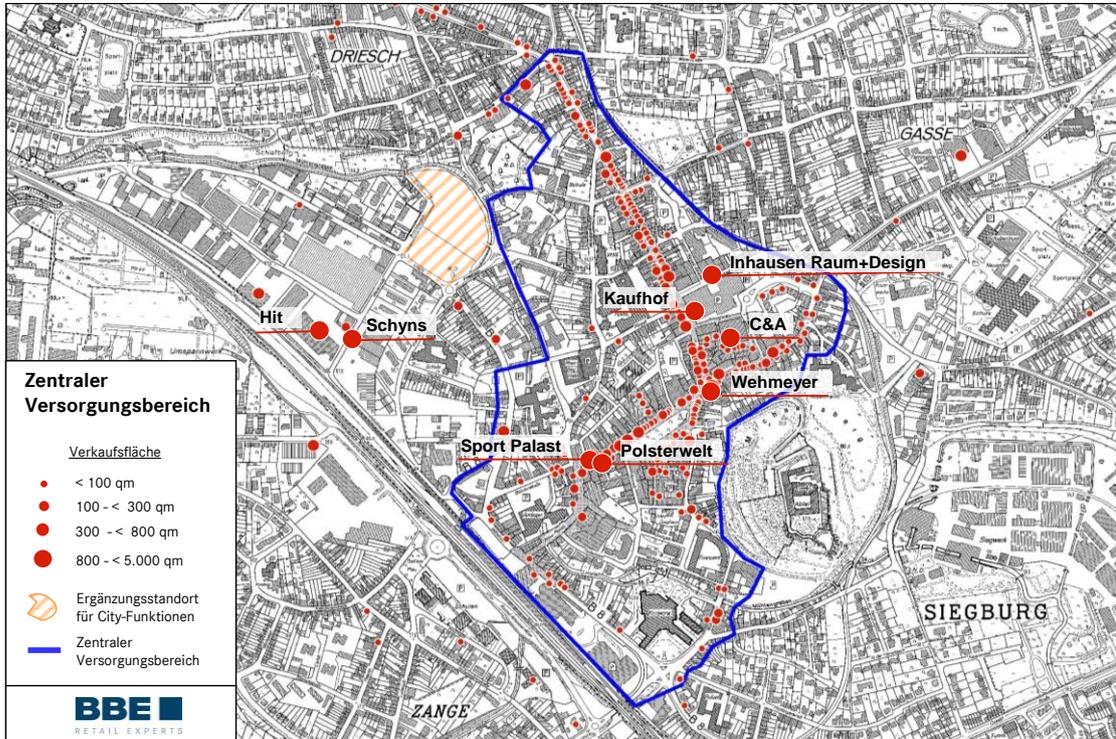
Mit dem Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept der Stadt Siegburg aus dem Jahr 2009 ist eine Grundlage für alle zukünftigen Standortplanungen des Einzelhandels in der Stadt Siegburg geschaffen worden.

Gemäß den einzelhandelsrelevanten Zielen der Landesplanung wurden im Rahmen dieses Einzelhandelskonzeptes hinsichtlich der Entwicklung der Siegburger Innenstadt bzw. des „Mühlengraben-Quartiers“ folgende Leitziele definiert:

- Der Innenstadt von Siegburg wird die Funktion eines Hauptzentrums zugewiesen. Damit ist die Innenstadt dazu privilegiert, großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortiment aufzunehmen. Auch großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten und Versorgungsfunktionen, die sich nicht nur auf die Stadtteilebene, sondern auf die Gesamtstadt Siegburg beziehen, sollen künftig ausschließlich in der Innenstadt zugelassen werden.
- Aufgrund der nur bedingt vorhandenen Flächenpotenziale und der kompakten Strukturen in der Innenstadt wird es nicht möglich sein, alle infrage kommenden großflächigen Vertriebsformen in die Hauptgeschäftslagen zu integrieren. Vor diesem Hintergrund ist im Einzelhandelskonzept das sich in fußläufiger Distanz zu Fußgängerzone befindende Mühlgraben-Quartier (ehem. „Lüghausen-Gelände“) als Ergänzungsstandort definiert.
- Dieser Ergänzungsstandort soll zukünftig neben sonstigen zentralen City-Funktionen (z.B. Büros für private und öffentliche Dienstleistungen, Praxen, innenstadttypische Wohnformen, Freizeit- und Kultureinrichtungen) auch Einzelhandelsnutzungen aufnehmen, die in die baulichen Strukturen der zentralen City-Geschäftslagen nicht integriert werden können. Dies trifft beispielsweise auf den am Standort genehmigten Lidl-Discountmarkt mit einer Gesamtverkaufsfläche von max. 1.300 m² zu, der aufgrund seiner Standortanforderungen in der Hauptgeschäftslage nicht vorstellbar ist, gleichzeitig aber zur Ergänzung der wohnungsnahen Versorgung in der Kernstadt beiträgt.

Auswirkungsanalyse Siegburg, Mühlengrabenquartier

Abbildung 2: Lage des Mühlengrabenquartiers zum zentralen Versorgungsbereich der Siegburger Innenstadt



Quelle: Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept der Stadt Siegburg, Juni 2009.

4 Standortseitige Rahmenbedingungen

4.1 Makrostandort Siegburg

Lage im Raum	<p>Die Stadt Siegburg liegt im östlichen Rhein-Sieg-Kreis. Sie grenzt im Norden an die Stadt Lohmar, im Osten an die Gemeinde Neunkirchen-Seelscheid, im Süden an die Städte Hennef und Sankt Augustin und im Westen an die Stadt Troisdorf.</p> <p>Die nächstgelegenen Oberzentren sind:⁴</p> <ul style="list-style-type: none"> - rd. 30 km nordwestlich: die Stadt Köln mit rd. 1.024.400 Einwohnern - rd. 15 km süd-westlich: die Stadt Bonn mit rd. 309.900 Einwohnern <p>Die angrenzenden Städte Lohmar, Hennef, Sankt Augustin und Troisdorf sind Mittelzentren.</p>
Einwohnerzahl	rd. 41.250 Einwohner ⁵
Bevölkerungsentwicklung	<p>Die Bevölkerungsentwicklung in Siegburg ist im Zeitraum 2006-2011 durch einen leicht positiven Trend (ca. + 2 %) gekennzeichnet.⁶</p> <p>Siegburg weist nach Troisdorf, Sankt Augustin, Hennef und Königswinter die fünftgrößte Einwohnerzahl im Rhein-Sieg-Kreis auf.</p>
Zentralörtliche Funktion	Mittelzentrum gemäß Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer der Stadt Siegburg liegt bei 102,2 ⁷ und damit leicht über dem Bundesdurchschnitt.
Verkehrsanbindungen	<p>Verkehrlich ist die Stadt Siegburg über die Autobahnen A 560 und A 3 an das überregionale Straßennetz angebunden. Die Bundesstraße 56 durchquert im Norden das Stadtgebiet und stellt neben der von Nord-West nach Süd-Ost verlaufenden Bundesstraße 8 sowie der in Nord-Süd Richtung verlaufenden Bundesstraße 484 eine wichtige Verkehrsachse dar. Demzufolge ist eine gute Erreichbarkeit der Stadt Siegburg gewährleistet. Umgekehrt sind auch die umliegenden Städte und die Oberzentren Köln und Bonn in Fahrzeiten von höchstens 30 Minuten zu erreichen.</p> <p>Im Schienenverkehr ist die Stadt Siegburg über den ICE Bahnhof Siegburg/ Bonn sowohl an das regionale Schienennetz als auch an den Fernverkehr angebunden. Die Hochgeschwindigkeitszüge stellen Anbindungen nach Köln, Montabaur, Limburg an der Lahn und Frankfurt am Main her.</p> <p>Weiterhin halten in Siegburg u. a.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Regional-Express-Linie (RE9): Köln – Siegen - Stadtbahnlinie 66: Siegburg – Bonner Hauptbahnhof - S-Bahn (S12): Düren – Köln – Hennef – Au/ Sieg

⁴ Quelle: Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW), Stand: 31.12.2012

⁵ Quelle: Stadt Siegburg, Stand: 31.12.2013 (nur Hauptwohnsitze)

⁶ Quelle: Bertelsmann Stiftung; Wegweiser Kommune

⁷ Quelle: MB-Research Kaufkraftkennziffern 2012

Auswirkungsanalyse Siegburg, Mühlengrabenquartier

4.2 Mikrostandort

Lage des Planvorhabens innerhalb des Stadtgebietes:	Der Planstandort liegt im westlichen Bereich des Siegburger Zentrums; nach dem Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept der Stadt Siegburg übernimmt er die Funktion als „Ergänzungsstandort für City-Funktionen“.
Strukturen im Umfeld:	(geplante/ vorhandene) Einzelhandel- und Gewerbebetriebe, Ein- und Mehrfamilienhäuser
Verkehrerschließung:	<p>Der Projektstandort ist fußläufig an die Hauptgeschäftslagen der Innenstadt angebunden. Erschlossen wird das Grundstück über den Knotenpunkt „Zum Hohen Ufer“/ Bachstraße, der im Zuge der Gesamtrealisierung durch einen Kreisverkehr ertüchtigt werden soll. Der Straßenzug „Am Hohen Ufer“ ist Teil der Landesstraße 333, die als wichtige Innenstadttangente einen großen Teil des Ziel- und Quellverkehrs aufnimmt und im weiteren Verlauf Siegburg mit den Nachbarstädten Troisdorf und Hennef verbindet. Die südwestlich am Grundstück vorbei laufende Wilhelmstraße schafft eine weitere Verbindung zur B 56 in Richtung Sankt Augustin-Menden und zur Troisdorfer Innenstadt.</p> <p>Insgesamt sollen den Kunden nach Realisierung des Gesamtvorhabens ca. 220 ebenerdige Stellplätze zur Verfügung stehen. Der Planstandort ist sehr gut in das Siegburger Linienbusnetz eingebunden, zwei Haltepunkte befinden sich in unmittelbarer Nähe.</p>
Planungsrechtliche Rahmenbedingungen	<p><u>Regionalplan:</u> Das Projektareal liegt innerhalb des im rechtskräftigen Regionalplan für den Regierungsbezirk Köln, Teilabschnitt Bonn/ Rhein-Sieg-Kreis dargestellten „Allgemeinen Siedlungsbereichs“ (ASB). Somit entspricht die Ausweisung eines Sondergebietes für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten standortseitig den Zielen des Regionalplans.</p> <p><u>Flächennutzungsplan:</u> Der Standortbereich des „Ergänzungsstandortes“ wird im Zuge der Projektrealisierung in ein „Sonstiges Sondergebiet“ (SO) gem. § 11 (3) BauNVO geändert, für den bislang eine gemischte Baufläche (M) dargestellt wurde.</p> <p><u>Bebauungsplan:</u> Für das Projektareal besteht der vorhabenbezogene Bebauungsplan Nr. 44/5 „Mühlengrabenquartier“, der am 14.05.2013 vom Rat der Stadt Siegburg als Satzung beschlossen wurde und am 29.05.2013 in Kraft getreten ist. Dieser sieht eine Gesamtverkaufsfläche von max. 7.500 m² vor, die sowohl hinsichtlich einzelner Anbieter als auch der Sortimente genau definiert sind.</p>

Auswirkungsanalyse Siegburg, Mühlengrabenquartier

Abbildung 3: Vorhaben- und Erschließungsplan Nr. 44/5



Quelle: Stadt Siegburg

5 Wettbewerbssituation

Die Wettbewerbssituation wird durch Drogeriemärkte geprägt, während nur eingeschränkte Sortimentsüberschneidungen mit dem kleinteiligen Fachhandel gegeben sind. Dagegen sind die Wettbewerbssituationen für die Lebensmittelmärkte relativ hoch einzuschätzen, da diese spätestens seit der Schlecker-Insolvenz wesentlich zur Drogeriewaren-Nahversorgung beitragen.

In der Siegburger Innenstadt sind als Wettbewerber die Drogeriemärkte dm an den Standorten Bahnhofstraße (ca. 450 m² Verkaufsfläche) und Kaiserstraße (ca. 350 m² Verkaufsfläche) sowie Drogerie Müller am Standort Holzgasse (ca. 2.900 m² Verkaufsfläche) ansässig. Die relativ kleinen dm-Filialen weisen ein eng auf Drogerie- und Parfümeriewaren begrenztes Sortiment auf. Ergänzend werden Nahrungs- und Genussmittel sowie Fotoartikel auf untergeordneten Verkaufsflächen angeboten. Drogerie Müller verfügt in dem ehemaligen „Wehmeyer-Haus“ über drei Verkaufsebenen, so dass das Sortiment neben Drogerie- und Parfümeriewaren (ca. 950 m² Verkaufsfläche) auch Spielwaren (ca. 900 m²), Multimedia-Artikel, Schreibwaren/ Bücher, Süßwaren/ Getränke (jeweils ca. 300 m²) sowie Handarbeitsartikel und Strümpfe (zusammen ca. 150 m²) umfasst.

Weiterhin werden Drogerie- und Parfümeriewaren in der Siegburger Innenstadt von den Parfümerien Douglas (Markt) und Rüdell (Markt sowie Brauhof-Galerie) sowie von der Parfümerieabteilung im Warenhaus Galeria Kaufhof auf zusammen ca. 600 m² Verkaufsfläche angeboten.

Für die „Nahversorgung“ mit Drogeriewaren übernehmen die größeren Lebensmittelmärkte eine ergänzende Funktion.

Die **Nahversorgungszentren** Stallberg und Kaldauen weisen jeweils einen Lebensmittelsupermarkt (Rewe XL mit ca. 2.300 m² inkl. Getränkemarkt bzw. Edeka mit ca. 880 m² Verkaufsfläche) auf. Im Nahversorgungszentrum Brückberg (Luisenstraße) werden derzeit ein Edeka Supermarkt (ca. 1.600 m²) und ein Aldi Discountmarkt (ca. 1.150 m²; Verlagerungsobjekt von der gegenüberliegenden Straßenseite) realisiert.⁸ Für einen Drogeriemarkt wurde eine Bauvoranfrage gestellt.

An **wohnungsnahen Standorten** sind Lebensmitteldiscountmärkte ansässig. Dies sind am Standort Zeithstraße ein Penny-Markt (ca. 700 m² Verkaufsfläche), am Standort Händelstraße die Filialen von Netto (ca. 700 m² Verkaufsfläche) und Aldi (ca. 750 m² Verkaufsfläche) sowie im Stadtteil Braschoß ein Netto-Markt (ca. 700 m² Verkaufsfläche).

Als größter Lebensmittelanbieter in der Stadt Siegburg fungiert das Kaufland SB-Warenhaus im **Gewerbegebiet Phrix**. Es handelt sich um einen Betrieb mit ca. 6.300 m² Verkaufsfläche (inkl. Getränkemarkt), der gesamtstädtische Versorgungsfunktion übernimmt. Ebenfalls einem dezentralen

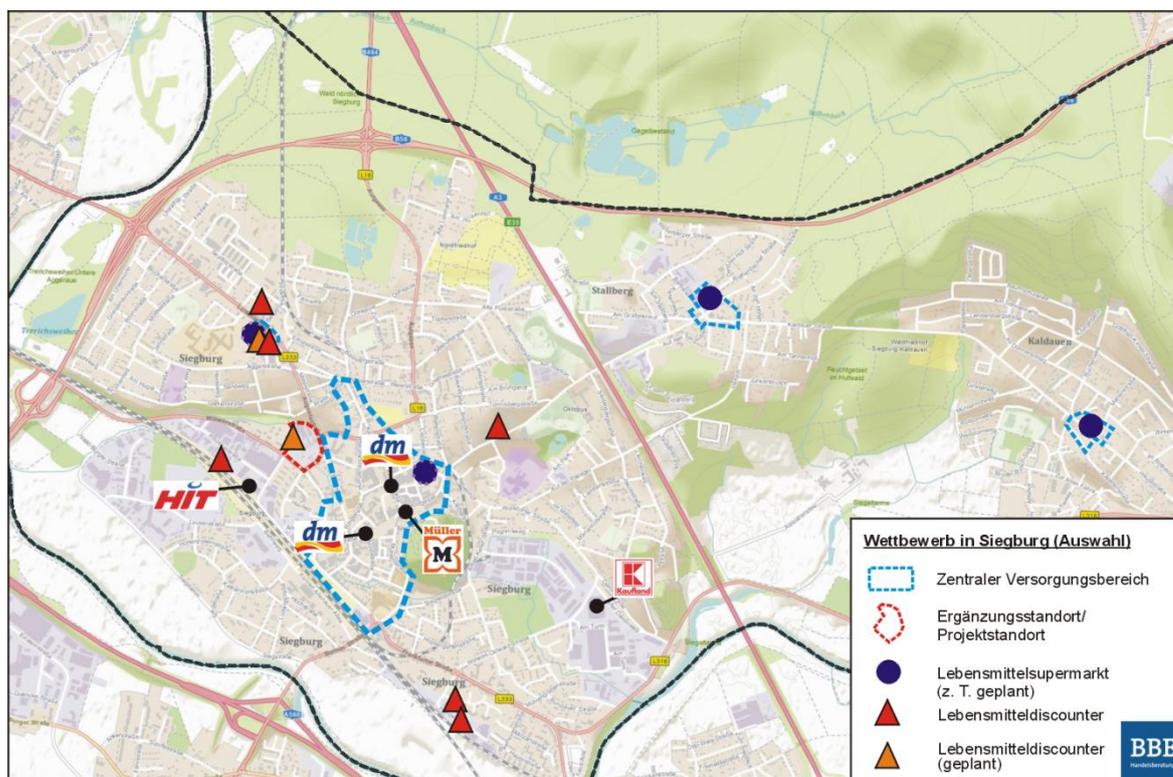
⁸ Eröffnung voraussichtlich am 12.02.2014; die Betriebe werden für die vorliegende Untersuchung als Bestand bewertet.

Auswirkungsanalyse Siegburg, Mühlengrabenquartier

Standort (**Gewerbegebiet Industriestraße**) sind der Hit Verbrauchermarkt (ca. 2.900 m² VKF inkl. Getränkemarkt) und ein Aldi Lebensmitteldiscountmarkt (ca. 800 m² VKF) zugeordnet, denen auch eine hohe Ausstrahlungskraft beizumessen ist.

In der Innenstadt ist die Ansiedlung eines Kaiser's Supermarkt am Standort Cecilienstraße für Mitte 2014 geplant. Am Planstandort Mühlengrabenquartier wird zukünftig ein Lidl Discountmarkt mit ca. 1.300 m² Verkaufsfläche die innerstädtische Nahversorgung ergänzen.

Abbildung 4: Wettbewerbssituation in Siegburg



Quelle: BBE-Erhebungen

Im Fazit beläuft sich das Umsatzvolumen im Sortiment Drogerie- und Parfümeriewaren in der Stadt Siegburg auf ca. 19,0 Mio. €, davon entfallen ca. 12,5 Mio. € auf die Innenstadt sowie ca. 6,5 Mio. € auf sonstige (Nahversorgungs-)Standorte in Siegburg.⁹

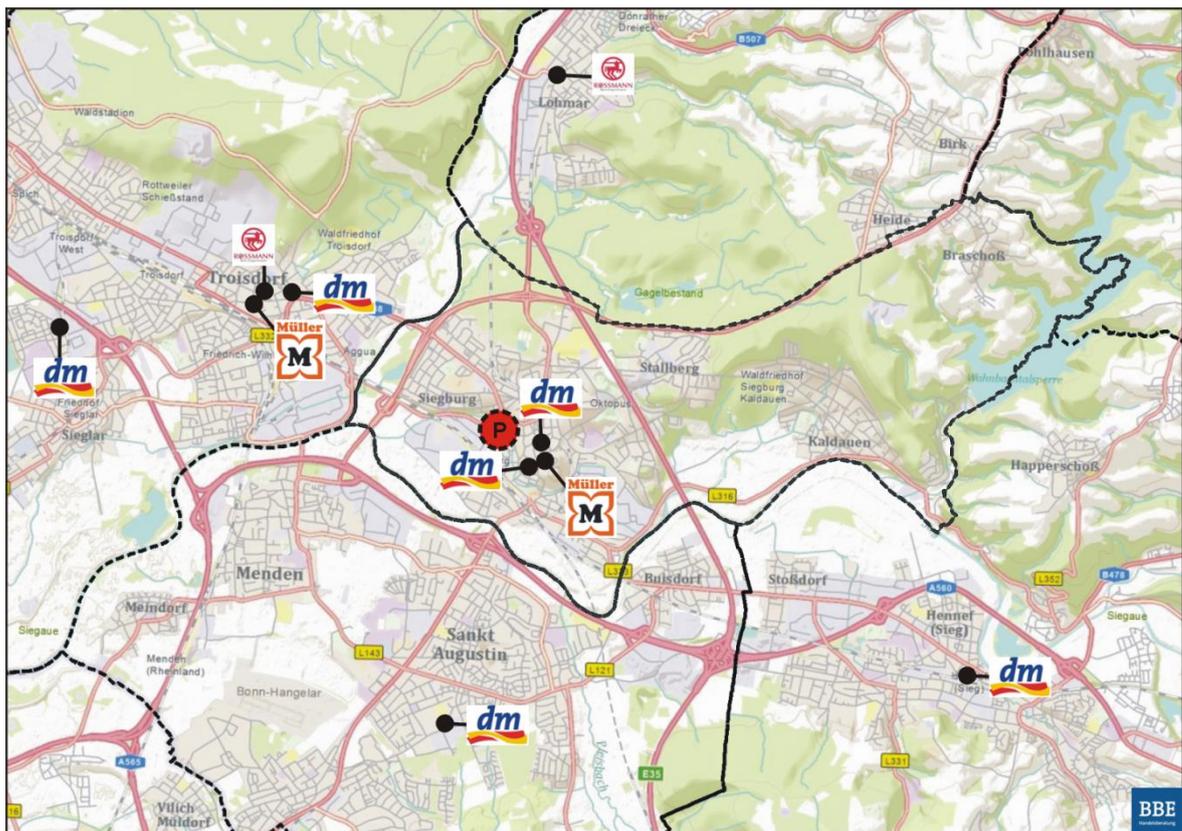
Die Wettbewerbssituation in den größeren Nachbarstädten wird durch Drogeriemärkte der Betreiber dm, Drogerie Müller und Rossmann bestimmt: In der Troisdorfer Innenstadt sind alle drei Filialisten ansässig, am Standort Spicher Straße in Troisdorf dm, in der Hennefer Innenstadt dm, im

⁹ Die angegebenen Wettbewerbsumsätze beziehen sich nur auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente Drogerie- und Parfümeriewaren. Die sonstigen Umsätze werden für die vorliegende Betrachtung unberücksichtigt gelassen.

Auswirkungsanalyse Siegburg, Mühlengrabenquartier

Ortskern von Lohmar Rossmann und am Standort Alte Heerstraße in Sankt Augustin wiederum dm. Dagegen weisen die nördlich angrenzenden Gemeinden (u. a. Neunkirchen-Seelscheid, Much) keine Drogeriemärkte auf. Aufgrund der Ausstrahlungskraft der Siegburger Innenstadt in das ländliche Umland übernehmen die innerstädtischen Drogeriemärkte in Siegburg auch eine ergänzende Versorgungsfunktion für die Bevölkerung der kleineren Nachbarkommunen.

Abbildung 5: Drogeriemärkte in der Region



Quelle: BBE-Erhebungen

6 Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung

6.1 Einzugsgebiet und Kaufkraftvolumen

Das Einzugsgebiet umfasst den Raum, in dem die Verbraucher überwiegend bzw. zu großen Teilen das Planvorhaben aufsuchen werden. Es stellt damit das Gebiet dar, in dem das Ansiedlungsvorhaben eine hohe Versorgungsbedeutung bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten übernehmen wird.

Das Einzugsgebiet für das Untersuchungsobjekt wird unter Berücksichtigung der Angebots- und Nachfragesituation bestimmt. Dabei sind für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung grundsätzlich folgende Faktoren von Bedeutung:

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung im geplanten Sortimentsbereich
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand¹⁰
- die projektrelevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Anbieter im engeren und weiteren Standortumfeld
- die Attraktivität des Projektvorhabens, die u. a. durch die Dimensionierung, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Betreibers bestimmt wird
- die Qualität des Projektstandortes, die u. a. die verkehrliche Erreichbarkeit, die Lage zu Siedlungsschwerpunkten sowie ggf. Agglomerationseffekte umfasst
- Barrierewirkungen, ausgehend von den topographischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten.

Die Ausstrahlung von nahversorgungsorientierten Angeboten von Drogeriemärkten wird maßgeblich durch die Wettbewerbs- und die Siedlungsstrukturen im räumlichen Umfeld beeinflusst. So stellt der geplante Drogeriemarkt eine Ergänzung des vorhandenen innerstädtischen Angebotes dar und weist ein Einzugsgebiet auf, das sich vor allem auf das nordwestliche Stadtgebiet bezieht. Darüber hinaus wird der innerstädtische Ergänzungsstandort Mühlengrabenquartier eine gesamtstädtische und teilweise übergemeindliche Versorgungsfunktion übernehmen.

¹⁰ Mit zunehmender Häufigkeit der Bedarfsdeckung und abnehmendem spezifischen Wert des nachgefragten Gutes nimmt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand ab. Dem zu Folge sind bei einem Angebot der Grundversorgung die Aktionsradien räumlich enger als bei Angeboten des längerfristigen Bedarfsbereichs (z.B. Möbelsortiment).

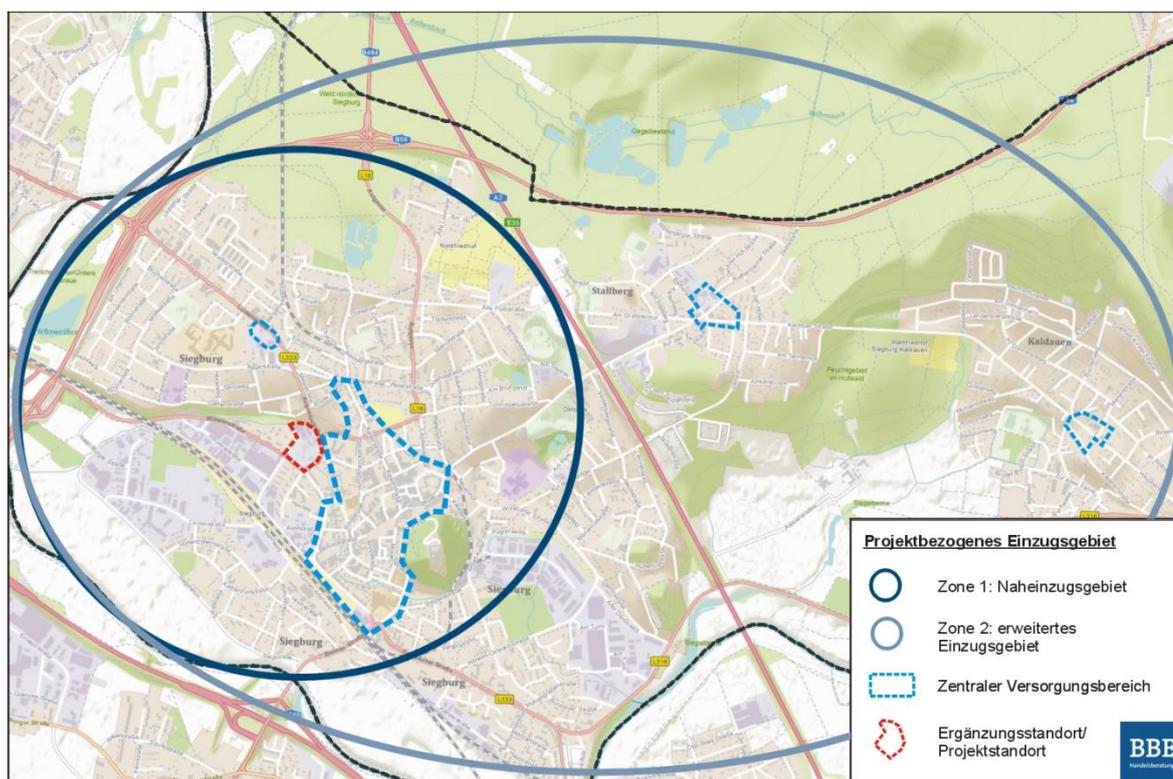
Auswirkungsanalyse Siegburg, Mühlengrabenquartier

Zusammenfassend ist im Zusammenhang mit den geplanten sonstigen Einzelhandelsnutzungen für den innerstädtischen Ergänzungsstandort Mühlengrabenquartier folgendes Einzugsgebiet abzugrenzen:¹¹

- Zone 1: Siegburger Stadtteile Innenstadt, Zange, Nordstadt und Brückberg mit zusammen ca. 19.440 Einwohnern
- Zone 2: sonstiges Siegburger Stadtgebiet mit ca. 21.810 Einwohnern
- Streuumsätze aus dem übergemeindlichen Ferneinzugsgebiet¹² der Stadt Siegburg aufgrund von Verbundeffekten innerhalb des Ergänzungsstandortes bzw. mit der Innenstadt.

Damit bestehen wesentliche Überschneidungen mit dem (Nah-)Einzugsgebiet des geplanten Drogeriemarktes im Nahversorgungszentrum Nordstadt/ Brückberg an der Luisenstraße.

Abbildung 6: Projektbezogenes Einzugsgebiet



Quelle: BBE-Darstellung

¹¹ Einwohner Stand 31.12.2013 (nur Hauptwohnsitze), Quelle: Stadt Siegburg

¹² Das übergemeindliche Einzugsgebiet des Siegburger Innenstadt-Einzelhandels umfasst die Nachbarstädte und -gemeinden Lohmar, Neunkirchen-Seelscheid, Sankt Augustin, Much, Hennef, Troisdorf, Königswinter, Eitorf, Ruppichteroth, Windeck sowie Niederkassel (Quelle BBE-Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Siegburg, 2009) mit zusammen ca. 360.100 Einwohnern.

Auswirkungsanalyse Siegburg, Mühlengrabenquartier

Abbildung 7: Einzugsgebiet und Kaufkraft

Zone	Stadtteil/ Gemeinde	Einwohner	Kaufkraft für Drogeriewaren in Mio. €
1: Naheinzugsgebiet	SU-Innenstadt	5.814	
	SU-Zange	3.073	
	SU-Nordstadt	6.900	
	SU-Brückberg	3.654	
	gesamt	19.441	5,8
2: Erweitertes Einzugsgebiet	SU-Braschoß	1.283	
	SU-Deichhaus	5.070	
	SU-Kaldauen/ Seligenthal	7.749	
	SU-Stallberg	3.756	
	SU-Wolsdorf	3.952	
	gesamt	21.810	6,5
Gesamt		41.251	12,3

Quelle: BBE-Berechnung

Das vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet mit dem Pro-Kopf-Ausgabebetrag von ca. 298 € für Drogeriewaren in der Stadt Siegburg.

Unter Berücksichtigung der erläuterten Parameter steht im abgegrenzten Naheinzugsbereich in dem nahversorgungsrelevanten Sortiment Drogeriewaren ein Kaufkraftvolumen in Höhe von ca. 5,8 Mio. € im Jahr zur Verfügung. Im sonstigen Stadtgebiet verfügen die Einwohner über ca. 6,5 Mio. € Kaufkraft p. a. für Drogeriewaren.

6.2 Umsatzprognose

Aufbauend auf der Wettbewerbs- und Nachfragesituation ist eine Umsatzprognose für die Planvorhaben vorzunehmen. Die Berechnung erfolgt unter Heranziehung der zu erwartenden Anteile vom Kaufrkraftpotenzial (= Abschöpfungsquote), die das Vorhaben im Einzugsgebiet binden kann. Wesentliche Rahmenbedingungen sind dabei die Marktbedeutung der projektierten Betriebsform, die Größe des Vorhabens und damit seine Ausstrahlungskraft sowie die Erreichbarkeit des Vorhabenstandortes.

Abbildung 8: Umsatzprognose nach Sortimenten

Zone	Sortiment			Sonstige Sortimente	Gesamt
	Kaufrkraftpotenzial in Mio. €	max. Kaufrkraftbindung in %	max. Planumsatz in Mio. €		
1: Naheinzugsgebiet	5,8	25	1,5	0,5	2,0
2: Erweitertes Einzugsgebiet	6,5	14	0,9	0,2	1,1
Streuumsätze aus Ferneinzugsgebiet	./.	./.	0,3	0,1	0,4
Planvorhaben gesamt	12,3	./.	2,7	0,8	3,5

Quelle: eigene Berechnungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Für den Drogeriemarkt ist davon auszugehen, dass knapp 60 % des Umsatzes (ca. 2,0 Mio. €) mit Kunden aus dem Naheinzugsgebiet erzielt werden, rd. ein Drittel des Umsatzes bezieht sich voraussichtlich auf Kunden aus dem sonstigen Stadtgebiet, während ca. 10 % aufgrund der hohen räumlichen Ausstrahlungskraft der Einkaufsstadt Siegburg als Streuumsätze mit Kunden aus einem größeren Umfeld erzielt werden (vgl. Abbildung 8). Dabei entfallen ca. 2,7 Mio. € Umsatz auf das Kernsortiment Drogeriewaren, während ca. 0,4 Mio. € den ergänzenden Sortimenten Lebensmittel/ Haushaltswaren sowie jeweils ca. 0,2 Mio. € den Sortimenten (Baby-/Kinder-)Bekleidung sowie Fotozubehör/ Bilderrahmen zuzuordnen sind.

Für den Drogeriemarkt lassen die Rahmenbedingungen zur Angebots- und Nachfragesituation einen Umsatz von max. 3,5 Mio. € erwarten. Damit kann der geplante Markt maximal den Durchschnittsumsatz einer dm-Filiale in Deutschland von ca. 3,6 Mio. € erreichen.¹³

¹³ Vgl. BBE-Markt: Monitor Drogeriewaren 2013; Drogeriemärkte führen ein relativ standardisiertes Sortiment, das die Betreiber nur sehr begrenzt mit zunehmender Verkaufsfläche ausweiten. Demgemäß ist die Flächenproduktivität bei großen Märkten (ca. 600 – 700 m²) deutlich geringer als bei den kleineren Märkten, die häufig an frequenzstarken Innenstadtstandort ansässig sind.

7 Umverteilungsanalyse

7.1 Umsatzzumlenkungseffekte/ wettbewerbliche Auswirkungen

Im vorherigen Abschnitt wurden die Umsätze und Abschöpfungsquoten im Einzugsgebiet der Vorhaben prognostiziert und somit dargelegt, welche Versorgungsbedeutung die projektierten Märkte übernehmen werden.

Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind jedoch die durch die Vorhaben induzierten Umlenkungseffekte für die ansässigen Betriebe relevant. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall am Standort zu erwartende Umsatz zwangsläufig Wettbewerbern an anderer Stelle verloren geht, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern/ Wettbewerbsstandorten umgelenkt wird.

Im Hinblick auf die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ist der zu erwartende Umsatz der Projektplanung als maßgebliche Bewertungsgröße heranzuziehen, der Auslöser für Veränderungen von Kaufkraftströmen und in deren Folge für Auswirkungen auf bestehende Angebotsstrukturen sein kann.

Ausgehend vom Status Quo werden die Veränderungen der Kaufkraftströme im Rahmen einer Kaufkraftstrom-Modellrechnung simuliert. Das Prognosemodell berücksichtigt folgende Faktoren:

- Einwohnerzahlen und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsgebiet
- Zeitdistanzen im Einkaufsverkehr zwischen den Kundenwohnorten im Untersuchungsgebiet und den relevanten Wettbewerbsstandorten
- Standorte, Dimension und Attraktivität der relevanten Wettbewerber
- Agglomerationseffekte des geplanten innerstädtischen Ergänzungsstandortes.

Auf der Basis dieses Simulationsmodells können Aussagen darüber getroffen werden, welche Standorte durch die Realisierung des geplanten Drogeriemarktes in welchem Umfang durch Umsatzeinbußen betroffen sein werden. Hierbei werden die Verbundeffekte der Projektplanung mit den geplanten Betrieben im Mühlengrabenquartier (u. a. Lidl) berücksichtigt.

Die nachfolgenden Betrachtungen verstehen sich als Worst-Case-Szenario. Dabei werden maximale Verkaufsflächen, eine hohe Leistungsfähigkeit des Vorhabens, bedeutsame Agglomerations-effekte und damit die denkbar stärksten Auswirkungen auf städtebaulich integrierte Wettbewerber (in zentralen Versorgungsbereichen) zugrunde gelegt.

Auswirkungsanalyse Siegburg, Mühlengrabenquartier

Die wichtigsten Wettbewerber des Vorhabens befinden sich mit drei Drogeriemärkten, mehreren Parfümerien und der entsprechenden Fachabteilung des Warenhauses Galeria Kaufhof in der Siegburger Innenstadt. Gegenüber dem zentralen Versorgungsbereich ist daher eine deutliche Umsatzumverteilung von bis zu 1,6 Mio. € zu erwarten; dies entspricht ca. 13 % des aktuellen Jahresumsatzes (vgl. Abbildung 9).

Umsatzeinbußen werden auch die Drogeriewaren-Abteilungen der Lebensmittelmärkte im Gewerbegebiet Industriestraße sowie im Nahversorgungszentrum Brückberg (jeweils ca. 15 % des Umsatzes) hinnehmen müssen. In geringerem Umfang (jeweils < 10 %) werden auch die sonstigen Lebensmittelmärkte in der Stadt Siegburg (u. a. in den Nahversorgungszentren Stallberg und Kaldauen, an sonstigen Nahversorgungsstandorten in der Nordstadt, in Deichhaus und Braschoß sowie im Gewerbegebiet Phrix) betroffen sein.

Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage sind Umsatzumverteilungen auch für die Anbieter im Siegburger Umland zu erwarten, die jedoch mit ca. 0,3 Mio. € relativ gering sind, so dass negative städtebauliche Auswirkungen für die Nachbarkommunen ausgeschlossen werden können.

Mit der Ansiedlung des geplanten Drogeriemarktes im Mühlengrabenquartier würde ergänzend zur Innenstadt eine leistungsfähige Nahversorgungsausstattung realisiert. Die höchsten Umverteilungseffekte sind dementsprechend – aufgrund der hohen Innenstadtkonzentration des Fachangebotes - für die Innenstadt-Wettbewerber und – aufgrund der nahversorgungsbezogenen Ergänzungsfunktion – für die im Umfeld befindlichen Lebensmittelmärkte (vor allem Gewerbegebiet Industriestraße und Nahversorgungszentrum Brückberg) zu erwarten.

Die Wettbewerbswirkungen für die Innenstadt beziehen sich vor allem auf die Drogeriemärkte, die aufgrund der großen Ausstrahlungskraft der Siegburger Innenstadt eine hohe Leistungsfähigkeit aufweisen. Eine Betriebsgefährdung des größten Anbieters Drogerie Müller ist angesichts der Sortimentsvielfalt, Größe und Ausstrahlungskraft auszuschließen. Die beiden innerstädtischen dm Drogeriemärkte sollen nach Aussagen der Firma dm auch bei Realisierung eines ergänzenden Marktes im Mühlengrabenquartier weitergeführt werden, so dass negative Auswirkungen für die Siegburger Innenstadt ausgeschlossen werden können.

Die starken Wettbewerbswirkungen des projektierten Drogeriemarktes mit dem nur ca. 800 m entfernten Nahversorgungszentrum Brückberg lassen jedoch erwarten, dass nur einer der beiden geplanten Drogeriemärkte (Mühlengrabenquartier oder Nahversorgungszentrum Brückberg) realisierbar ist.

Für die sonstigen Nahversorgungsstrukturen sind angesichts der prognostizierten Höhe der Umsatzeinbußen Betriebsgefährdungen auszuschließen. Es handelt sich um Lebensmittelmärkte, die Drogeriewaren als Ergänzungssortiment führen, so dass die hohe Versorgungsbedeutung der Betriebe durch Sortimentsanpassungen erhalten werden kann.

Auswirkungsanalyse Siegburg, Mühlengrabenquartier

Die geplanten Randsortimente des Drogeriemarktes (u. a. Lebensmittel, Haushaltswaren, Baby- und Kinderbekleidung, Fotoartikel) stellen eine Abrundung des ergänzenden Innenstadtangebotes am Standort dar. Aufgrund des geringen Umsatzvolumens je Sortiment sind städtebaulich relevante Auswirkungen auszuschließen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich die zu erwartenden Wettbewerbswirkungen auf eine Vielzahl von Betrieben beziehen werden.

Abbildung 9: Umsatzumverteilung der Vorhaben

Umverteilung	Derzeitiger Wettbewerberumsatz ¹ in Mio. €	Umsatzumverteilung in Mio. €	Umverteilung in % des derzeitigen Wettbewerbersumsatz
Drogerie-/ Parfümerieanbieter/ Lebensmittelmarkt in der Siegburger Innenstadt	12,5	1,6	13
Lebensmittelmärkte im Nahversorgungszentrum Brückberg ²	1,3	0,2	15
Lebensmittelmärkte in den Nahversorgungszentren Stallberg/ Kaldauen	0,9	< 0,1	< 10
Lebensmittelmärkte an sonstigen wohnungsnahen Standorten in Siegburg	1,3	0,1	8
Lebensmittelmärkte im Gewerbegebiet Industriestraße	2,0	0,3	15
Lebensmittelmärkte im Gewerbegebiet Phrix	1,0	0,1	10
Sonstige Anbieter in Siegburg (ohne Drogerie-/ Parfümerieanbieter/ Lebensmittelmärkte)	./.	< 0,1	./.
Stadt Siegburg gesamt	19,0	2,4	13
Sonstige Anbieter in Nachbarkommunen	./.	0,3	./.
Drogerie-/ Parfümeriewaren gesamt	./.	2,7	./.
Sonstige Artikel (Lebensmittel/ Haushaltswaren, Bekleidung sowie Fotozubehör/ Bilderrahmen)	./.	0,8	./.
Gesamt	./.	3,5	./.

¹ Umsatz mit Drogerie- und Parfümeriewaren

² nach Realisierung der in Bau befindlichen Lebensmittelsuper- und -Discountmärkte (ohne Drogeriemarkt)

Quelle: eigene Berechnungen (Rundungsdifferenzen möglich)

7.2 Städtebauliche Auswirkungen des Vorhabens auf Zentrale Versorgungsbereiche

Die prognostizierten Umverteilungseffekte des Vorhabens sind im Hinblick auf die versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen in der Stadt Siegburg und den umliegenden Kommunen zu bewerten. Dabei stehen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche und der wohnungsnahen Versorgung im Vordergrund.

Für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden oder die Nahversorgung in Wohngebieten nachteilig beeinflusst wird.¹⁴ Diese nachteiligen Auswirkungen wären zu unterstellen, wenn infolge der geplanten Ansiedlung des Drogeriemarktes solche Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können. Die Entwicklungsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen wäre dann beeinträchtigt, wenn bei Realisierung der Projektplanung die Chancen bestehender Betriebe zur Anpassung an Marktentwicklungen oder die Entwicklungschancen zum Ausbau zentraler Versorgungsbereiche eingeschränkt würden.

Städtebaulich relevante Auswirkungen liegen somit regelmäßig dann vor, wenn

- die Versorgung der Bevölkerung nicht mehr gewährleistet ist, da infolge eines Planvorhabens flächendeckende Geschäftsaufgaben bzw. Aufgaben von strukturprägenden Betrieben in zentralen Versorgungsbereichen zu befürchten sind, bzw.
- das Planvorhaben zu Leerständen und damit zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche führt und
- das Planvorhaben (geplante) Ansiedlungen in zentralen Versorgungsbereichen verhindern könnte.

Für die Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen sind folgende Aspekte von Bedeutung:

¹⁴ Die Einschätzung städtebaulicher Auswirkungen wird maßgeblich an die Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO angelehnt, wonach sich Einzelhandelsbetriebe „nicht nur unwesentlich“ auswirken dürfen. Noch nicht abschließend geklärt ist, ab welcher Höhe des Schwellenwertes gravierende Auswirkungen auftreten können. In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis hat sich als quantitative Orientierungsgröße etabliert, dass bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust von 10 %, bei anderen Sortimenten von 20 % zu Geschäftsaufgaben als abwägungsrelevant angesehen wird. Bis zu diesen Abwägungsschwellenwerten ist regelmäßig davon auszugehen, dass sich keine erheblichen städtebaulichen Folgen ergeben werden. Es müssen jedoch weitere qualitative Indikatoren geprüft werden, um die Auswirkungen des Vorhabens beurteilen zu können.

Auswirkungsanalyse Siegburg, Mühlengrabenquartier

- Das Planvorhaben stellt einen Nahversorgungsbetrieb in einer marktüblichen Größe dar. Neben dem nahversorgungsrelevanten Kernsortiment der Drogerie- und Parfümeriewaren werden nur in untergeordnetem Umfang sonstige Sortimente (u. a. Lebensmittel, Haushaltswaren, Bekleidung, Fotoartikel) angeboten.
- Der projektierte Betrieb ist geeignet, die Nahversorgung für die Bevölkerung im Siegburger Naheinzugsgebiet sicherzustellen, ohne eine darüber hinausreichende Ausstrahlungskraft zu entfalten. Einzig aufgrund der bereits bestehenden Einkaufsbeziehungen können Umsätze mit auswärtigen Kunden generiert werden.
- Die Umsatzumverteilung in der Stadt Siegburg bezieht sich vor allem auf die innerstädtischen Drogeriemärkte (Drogerie Müller und zwei dm-Filialen). Trotz der relativ hohen Umverteilung von max. 16 % des derzeitigen Drogerie- und Parfümerieumsatzes in der Siegburger Innenstadt können städtebauliche Auswirkungen für die Innenstadt ausgeschlossen werden. Denn der Anbieter Drogerie Müller weist ein warenhausähnliches Sortiment auf, so dass nur rd. die Hälfte des betrieblichen Umsatzes auf das Sortiment Drogerie- und Parfümeriewaren entfällt. Damit kann die Wettbewerbsverschärfung abgefedert werden. Hierbei ist auch zu berücksichtigen, dass der Betrieb aufgrund von Größe und Standort eine übergemeindliche Ausstrahlungskraft entfalten kann.

Die Betreiberfirma dm beabsichtigt auch bei Realisierung einer zusätzlichen Filiale im Mühlengrabenquartier die innerstädtischen Märkte weiterzuführen, da das Planvorhaben eine auf den Pkw-Kunden ausgerichtete Ergänzung der in Hauptgeschäftslagen der Fußgängerzone gelegenen Innenstadtfilialen darstellt. Selbst bei Schließung einer der innerstädtischen dm-Filialen können städtebauliche Auswirkungen ausgeschlossen werden, da das innerstädtische Angebot durch die anderen Betriebe gewährleistet würde und für das Ladenlokal aufgrund von Größe und Lage eine adäquate Nachnutzung realisiert werden kann.

Die Wettbewerbswirkungen für die Parfümerieangebote der innerstädtischen Fachgeschäfte und des Warenhauses Galeria Kaufhof sind nur von untergeordneter Größe, so dass keine erheblichen Umsatzeinbußen zu erwarten sind. Auch für die sonstigen Sortimente (u. a. Lebensmittel, Haushaltswaren, Bekleidung, Fotoartikel) sind angesichts der zu erwartenden Planumsätze keine Strukturgefährdungen für die Siegburger Innenstadt zu prognostizieren.

- Die Nahversorgung in der Stadt Siegburg wird vor allem durch Umsatzeinbußen für die Drogerieabteilungen der Lebensmittelmärkte betroffen, die nach der Schließung der kleineren Drogerieanbieter in den letzten Jahren zunehmend die flächendeckende Versorgung mit Drogeriewaren übernommen haben. Eine Betriebsschließung von einzelnen Lebens-

Auswirkungsanalyse Siegburg, Mühlengrabenquartier

mittelmärkten ist angesichts der absoluten Höhe der Umsatzeinbußen im Realisierungsfall nicht zu erwarten. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass mit dem Drogeriewarensortiment eines Lebensmittelmarktes nur max. 10 % des jeweiligen Filialumsatzes generiert wird. Damit sind keine städtebaulich negativen Auswirkungen auf die vorhandenen Nahversorgungsstrukturen der Stadt Siegburg zu erwarten.

- In der übergemeindlichen Betrachtung werden sich die Wettbewerbswirkungen auf eine Vielzahl von Betrieben bzw. Standorten in den benachbarten Städten und Gemeinden beziehen. Negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche bzw. Nahversorgungsstandorte in den Nachbarkommunen können angesichts der relativ geringen Umsatzbedeutung des Planvorhabens ausgeschlossen werden.
- Die angebots- und nachfragebezogenen Rahmenbedingungen in der Stadt Siegburg lassen allerdings nicht erwarten, dass beide projektierten Drogeriemärkte an den Standorten Mühlengrabenquartier und Nahversorgungszentrum Brückberg realisiert werden. Die Entwicklungsstandorte sind nur rd. 800 m voneinander entfernt und würden weitgehend dasselbe Naheinzugsgebiet bedienen. Im Falle einer Realisierung beider Vorhaben würden sich erhebliche gegenseitige Wettbewerbswirkungen entfalten und auch der Konkurrenzdruck auf die in der Hauptgeschäftslage ansässigen Anbieter so hoch werden, dass eine Angebotsabschmelzung im Bereich Drogeriewaren wahrscheinlich wäre.

Zusammenfassend kommt das Gutachten somit zu dem Ergebnis, dass der am innenstadtnahen Standort Mühlengrabenquartier geplante Drogeriemarkt grundsätzlich geeignet ist, die Versorgung in wichtigen nahversorgungsrelevanten Sortimenten für die Siegburger Bevölkerung zu ergänzen, ohne städtebaulich schutzwürdige Versorgungsstrukturen zu gefährden.

7.3 Fazit der Auswirkungsanalyse

- Am Standort Mühlengrabenquartier ist neben der Ansiedlung verschiedener innenstadtergänzender Fachmärkte die Realisierung eines dm Drogeriemarktes mit ca. 720 m² Verkaufsfläche geplant. Der Betrieb weist überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente (Drogeriewaren sowie Lebensmittel) auf, die untergeordnet durch Nonfood-Sortimente (u. a. Haushaltswaren, Bekleidung, Fotoartikel) ergänzt werden.
- Der Standort ist als Ergänzungsstandort der Innenstadt zu klassifizieren, der für die Ansiedlung von Betrieben zur Verfügung stehen soll, die nicht in den Hauptgeschäftsbereich der Innenstadt integriert werden können. Der Standort ist geeignet, die Versorgung für die Bevölkerung im Einzugsgebiet der Stadt Siegburg zu verbessern. Eine wesentliche übergemeindliche Ausstrahlungskraft wird das Planvorhaben aufgrund der Größe, Sortimentsstruktur und der regionalen Wettbewerbssituation nicht entfalten. Umsätze mit auswärtigen Kunden werden auf Streuumsätze beschränkt sein.
- Die Wettbewerbssituation ist durch eine ausgeprägte Nahversorgung in den größeren Nachbarstädten geprägt. In den kleineren Gemeinden des Bergischen Landes (u. a. Neunkirchen-Seelscheid, Much, Ruppichteroth) sind dagegen Angebotsdefizite in der Drogeriewarenversorgung festzustellen, da dieses Angebot fast ausschließlich durch die Lebensmittelmärkte vorgehalten wird. In der Stadt Siegburg konzentriert sich das Drogerie- und Parfümerieangebot wesentlich auf die Innenstadt, während die Drogeriewaren-Nahversorgung auch hier durch die Lebensmittelmärkte sichergestellt wird.
- Durch das Vorhaben werden die Versorgungsfunktionen in der Stadt Siegburg weiterentwickelt, ohne dass die vorhandenen Versorgungsstrukturen in den zentralen Versorgungsbereichen oder an wohnungsnahen Standorten gefährdet werden. Die Entwicklung an dem Ergänzungsstandort in zentraler Lage der Stadt Siegburg erscheint gerechtfertigt, da die Innenstadt aktuell über keine geeigneten Entwicklungsflächen verfügt. Die zeitgleiche Ansiedlung eines weiteren Drogeriemarktes im Nahversorgungszentrum Brückberg erscheint jedoch aufgrund der starken Wettbewerbsbezüge zwischen Brückberg, der Hauptgeschäftslage und dem Mühlengrabenquartier nur dann realisierbar, wenn gleichzeitig einer der bestehenden Wettbewerbsbetriebe aufgegeben würde.

Köln, im Februar 2014

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Corinna Küpper



i. V. Rainer Schmidt-Illguth