

Auswirkungsanalyse

Einzelhandelsentwicklung in Swisttal-Heimerzheim

Überarbeitete Fassung zur Fortsetzung des landesplanerischen Verfahrens

für die

FN-Projekt GmbH
Jennerstraße 11-13
53332 Bornheim

Ihre Ansprechpartner

Dipl.-Volksw. Corinna Küpper
(Senior Consultant)

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

© 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 des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Köln · Leipzig · Erfurt

Inhaltsverzeichnis

1 Ausgangssituation und Zielsetzung.....	4
2 Projektbeschreibung.....	6
3 Marktsituation im projektrelevanten Einzelhandel	8
3.1 Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel.....	8
3.2 Marktsituation im Drogeriewaren-Einzelhandel.....	10
3.3 Marktsituation im Bekleidungseinzelhandel.....	13
3.4 Marktsituation im Bereich der Nonfood-Discounter	15
4 Standortbezogene Rahmenbedingungen	16
5 Wettbewerbssituation in der Gemeinde Swisttal und den Nachbarkommunen	19
5.1 Wettbewerber in der Gemeinde Swisttal	19
5.2 Wettbewerber in Weilerswist	23
5.3 Wettbewerber in Bornheim	25
5.4 Wettbewerber in Euskirchen.....	27
5.5 Fazit der Wettbewerbsanalyse	29
6 Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung	31
6.1 Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	31
6.2 Marktabschöpfung und Umsatzleistung des Planvorhabens	34
7 Auswirkungsanalyse.....	40
7.1 Umsatzumverteilungseffekte	40
7.2 Städtebauliche Bewertung des Einzelhandelsvorhabens	45
7.3 Einordnung des Vorhabens in die Ziele des Landesentwicklungsplanes	48
8 Fazit	51

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel..... 9

Abbildung 2: Durchschnittliche Artikelanzahl nach Betriebstyp 10

Abbildung 3: Distributionsstrukturen bei Drogerie- und Parfümerieartikeln..... 11

Abbildung 4: Anzahl der Drogeriemarkt-Filialen ausgewählter Filialisten in Deutschland..... 12

Abbildung 5: Entwicklung der Distributionsstrukturen bei Damen- und Herrenbekleidung 13

Abbildung 6: Umsätze von Nonfood-Discountmärkten 15

Abbildung 7: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Heimerzheim 18

Abbildung 8: Nutzungsstrukturen in den Geschäftsbereichen Heimerzheim und Odendorf 22

Abbildung 9: Geschäftsbereiche in Weilerswist..... 24

Abbildung 10: Geschäftsbereiche in Bornheim..... 26

Abbildung 11: Wettbewerbssituation im Überblick..... 28

Abbildung 12: Wettbewerber nach Standortbereichen 30

Abbildung 13: Einkaufsorientierung der Swisttaler Bevölkerung beim Einkauf von
Lebensmitteln..... 32

Abbildung 14: Einzugsgebiet des Planvorhabens 33

Abbildung 15: Kaufkraftvolumen 34

Abbildung 16: Prognoseumsätze und erwartete Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet
(Lebensmittel-/ Drogeriemärkte - BBE-Prognose)..... 36

Abbildung 17: Prognoseumsätze und erwartete Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet
(Bekleidungsfachmarkt/ Nonfood-Discounter - BBE-Prognose)..... 37

Abbildung 18: Prognoseumsätze eines Nonfood-Discounters nach Sortimenten 38

Abbildung 19: Umsatzumverteilung der Planvorhaben..... 43

1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Am Standort Swisttal-Heimerzheim, Metternicher Weg, sind die Neuaufstellung der vorhandenen Einzelhandelsbetriebe und die Angebotsergänzung um zusätzliche Betriebe geplant. Der Standort ist dem zentralen Versorgungsbereich Heimerzheim zugeordnet. Folgendes Nutzungskonzept ist geplant:

- Erhalt des heutigen Rewe-Supermarktes: 1.300 m² VKF
- Umnutzung des heutigen KiK-Bekleidungsfachmarktes durch einen Rewe-Getränkemarkt: 500 m² VKF
- Neubau des Kik-Bekleidungsfachmarktes: 600 m² VKF
- Verlagerung des Aldi-Discountmarktes (heute 800 m² VKF) von der Dützhofer Straße an den Planstandort: 1.200 m² VKF
- Neubau eines dm-Drogeriemarktes: 780 m² VKF
- Neubau des Netto-Discountmarktes (heute 800 m² VKF): 1.035 m² VKF
- Nachnutzung des heutigen Netto-Marktes durch einen Nonfood-Discounter (Action, Centershop oder Tedi): 800 m² VKF

Die BBE Handelsberatung hatte bereits eine Vorprüfung der genehmigungsrechtlichen Rahmenbedingungen vorgelegt, die als Entscheidungsgrundlage für den erfolgten Beschluss zur Durchführung der vorgezogenen Beteiligung der Öffentlichkeit und der Behörden dienen konnte. Nunmehr wird zusätzlich ein ergänzendes Einzelhandelsgutachten erforderlich, das die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Gesamtvorhabens auf die Versorgungsstrukturen in Swisttal und in den Nachbarkommunen umfassend bewertet. Die vorliegende Fassung berücksichtigt die Anregungen der Bezirksregierung Köln zur Durchführung des landesplanerischen Verfahrens.

Der Prüfraahmen der Auswirkungsanalyse definiert sich nach dem aktuellen Planungsstand wie folgt:

- Erweiterung des heutigen Rewe-Supermarktes von 1.300 auf max. 1.800 m² VKF.
- Kleinräumige Verlagerung des Kik-Bekleidungsfachmarktes, dabei Erweiterung von 500 m² auf max. 600 m² VKF.
- Verlagerung des Aldi-Discountmarktes von der Dützhofer Straße an den Planstandort, dabei Erweiterung von 800 m² auf max. 1.200 m² VKF
- Neubau eines Drogeriemarktes mit max. 800 m² VKF.
- Kleinräumige Verlagerung des Netto-Discountmarktes, dabei Erweiterung von 800 m² auf max. 1.050 m² VKF.
- Nachnutzung des heutigen Netto-Marktes durch einen Nonfood-Discounter (Action, Centershop oder Tedi) mit max. 800 m² VKF.

Auswirkungsanalyse ■ Einzelhandelsentwicklung Swisttal-Heimerzheim

- Nachnutzung des Aldi-Discountmarktes an der Dützhofer Straße durch einen Fachmarkt mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment und max. 800 m² VKF oder eine alternative gewerbliche Nutzung.

Im Rahmen des landesplanerischen Genehmigungsverfahrens zur Anpassung der Planung an die Ziele der Landesplanung nach § 34 Landesplanungsgesetz (LPIG) NRW ist eine Auswirkungsanalyse erforderlich, die nachweist, dass für den Realisierungsfall negative Auswirkungen auf andere zentrale Versorgungsbereiche im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO ausgeschlossen werden können und deshalb das Beeinträchtungsverbot des Landesentwicklungsplanes (LEP) NRW (Ziel 6.5-3) gewahrt wird.

Die BBE Handelsberatung legt hiermit eine entsprechende absatzwirtschaftliche Auswirkungsanalyse vor, die im anstehenden Genehmigungsverfahren als fundierte Entscheidungsgrundlage Verwendung finden kann.

2 Projektbeschreibung

Die projektierten Lebensmittelmärkte (Supermarkt und Discounter) und der Drogeriemarkt sind als nahversorgungsrelevante Betriebe zu bewerten. Darüber hinaus soll der ansässige Bekleidungsfachmarkt neu aufgestellt und als Nachnutzung ein Nonfood-Discountmarkt geprüft werden.

Die Ausrichtung der im **Supermarkt** vorgehaltenen Waren wird auch nach erfolgter Neuaufstellung und Erweiterung um einen Getränkemarkt primär bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten liegen, da der Verkaufsflächenanteil der nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren betriebsformenspezifisch bei mindestens 90 % der Verkaufsfläche liegt. Die Randsortimente beziehen sich üblicherweise auf ein ausschnittweises Angebot in den Bereichen Zeitschriften, Schreibwaren, Haushaltswaren, Blumen/ Pflanzen.

Auch der **Lebensmitteldiscounter** führt ein überwiegend nahversorgungsrelevantes Sortiment (Nahrungs- und Genussmittel/ Drogeriewaren). Darüber hinaus werden wöchentlich wechselnde Aktionswaren aus unterschiedlichen Sortimentsbereichen auf max. 20 % der Verkaufsfläche angeboten.

Da die Aktionsware eines Lebensmitteldiscountmarktes häufig wechselt, sind Zuordnungen der Fläche und Umsätze auf einzelne Warengruppen nur bedingt möglich. Grundsätzlich ist festzustellen, dass das Aktionswarenprogramm sämtliche Warengruppen des Einzelhandels umfasst, wobei insbesondere folgende Sortimentsbereiche regelmäßig im Angebot zu finden sind:

- Bekleidung / Textilien
- Schuhe / Lederwaren
- Papier / Schreibwaren / Bücher
- Haushaltswaren
- Spielwaren und Sportartikel
- Elektrogeräte und Unterhaltungselektronik
- Heimwerker- / Gartenbedarf.

Nach gutachterlichen Berechnungen auf Basis von Branchenveröffentlichungen und Ergebnissen der BBE-Marktforschung stellt das Textilsortiment unter den Nonfood-Artikeln von Lebensmitteldiscountmärkten das umsatzstärkste Teilsortiment dar. Im Durchschnitt über alle Discountmärkte entfallen rd. 6,0 % des Gesamtumsatzes auf das Textilsortiment. An zweiter Stelle folgt mit rd. 3,5 % des Umsatzes das Segment (Unterhaltungs-) Elektronik. Für die sonstigen Nonfood-Sortimente liegen die durchschnittlichen Umsatzanteile bei rd. 0,5 - 1,0 %.

Auswirkungsanalyse ■ Einzelhandelsentwicklung Swisttal-Heimerzheim

Ein **Drogeriemarkt** weist – orientiert man sich an den gängigen Drogeriemarkt-Konzepten von dm oder Rossmann – einen Flächenanteil von ca. 60 - 70 % im Drogerie-Kernsortiment auf.¹ Ebenfalls den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zuzurechnen sind Lebensmittel und Pharmazie-Artikel auf zusammen ca. 13 - 15 % der Verkaufsfläche.² Verkaufsflächen von jeweils 20 – 40 m² entfallen auf die Randsortimente Foto/ Ton- und Bildträger, Papierwaren/ Spielwaren, Dekorationsartikel/ Kerzen und Textilien.

Der **KIK-Textilfachmarkt** weist ein umfassendes Bekleidungssortiment für Damen, Herren und Kinder, vorwiegend im unteren Preissegment auf. Darüber hinaus werden Haustextilien sowie Haushaltswaren/ Dekorationsartikel, Schreib- und Spielwaren als Randsortimente angeboten.

Ein **Nonfood-Discountmarkt** zeichnet sich neben dem wöchentlich oder saisonal wechselnden Aktionswaren durch ganzjährig geführte Angebotssegmente aus, die notwendig sind, um ein klares Profil zu entwickeln und stabile Einkaufsbeziehungen für die Kunden herzustellen. Damit hat sich der Betriebstyp des Sonderpostenmarktes in den letzten Jahren zu einem Nonfood-Discounter entwickelt, der vor allem Sortimente wie Haushaltswaren, Drogeriewaren, Schreib- und Spielwaren, Dekorations- und Geschenkartikel, Tierbedarf, Gartenartikel, Werkzeuge, Kurzwaren, Fahrrad- und Autozubehör führt. Kennzeichnend ist eine Konzentration auf den Niedrigpreisbereich, sodass gleichermaßen preissensible Verbraucher wie auch „hybride Kunden“ (Schnäppchenjäger) angesprochen werden. Eine besondere Bedeutung nehmen aber nach wie vor die wöchentlich oder saisonal wechselnden Aktionswaren ein, darunter eigens produzierte Waren sowie Sonder- und Restposten.

Ein wesentliches Charakteristikum der Nonfood-Discounter ist die betriebsspezifische Sortimentsstruktur, die kein eindeutiges Kernsortiment aufweist, dem sich einzelne Randsortimente unterordnen.³ Vielmehr zeigt sich, dass das Sortimentskonzept eine Vielzahl an Warengruppen umfasst,⁴ in dem jede Warengruppe für sich betrachtet allerdings nur in einem sehr schmalen Ausschnitt angeboten wird.

¹ Körperpflege, Kosmetik, Babypflege, Hygieneartikel, Haushaltsartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Bad-Accessoires, Haarschmuck und Tiernahrung, Insektizide

² Babynahrung, Süßwaren, Getränke, Kaffee, Tee, Bio-/Diät-/Reformartikel und freiverkäufliche Arzneimittel bzw. Nahrungsergänzungsmittel

³ Vgl. hierzu Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, Randnummer 56: „Von zulässigen Rand- und Kernsortimenten kann regelmäßig dann keine Rede sein, wenn schon das Kernsortiment nicht hinreichend scharf konturiert ist.“

⁴ Wichtige Schwerpunkte des Sortimentes sind üblicherweise Dekorationsartikel, Haushaltsgegenstände, Kosmetik, Putz- und Reinigungsmittel, Textilien und Lederwaren, Lebensmittel, Heimwerkerbedarf, Spielwaren, Büro- und Schreibwaren, Garten- und Zooartikel, Heimtextilien und Bettwäsche sowie Elektroartikel.

3 Marktsituation im projektrelevanten Einzelhandel

3.1 Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel

Zur Einordnung des Vorhabens in einen übergeordneten Rahmen innerhalb der deutschen Handelslandschaft werden im Folgenden einige Entwicklungen und Trends im Lebensmitteleinzelhandel aufgezeigt.

Der Ausgabenanteil für Lebensmittel hat im Gegensatz zu anderen Bereichen des Handels in den letzten Jahren leicht zugenommen. Dies resultiert zum einen aus Veränderungen der Nachfrage und steigenden Preisen sowie zum anderen aus einer Diversifizierung des Angebotes. Nachfrageseitig haben verschiedene Lebensmittelskandale ein Umdenken in Gang gesetzt, das bei den Verbrauchern zu einer leicht gestiegenen Ausgabebereitschaft für qualitativ hochwertige Lebensmittel geführt hat. Insbesondere lässt sich dies am boomenden Absatz von Bio-Lebensmitteln ablesen, die inzwischen zum Sortiment aller Lebensmittelmärkte - vom Lebensmitteldiscounter bis zum Bio-Supermarkt - zählen.

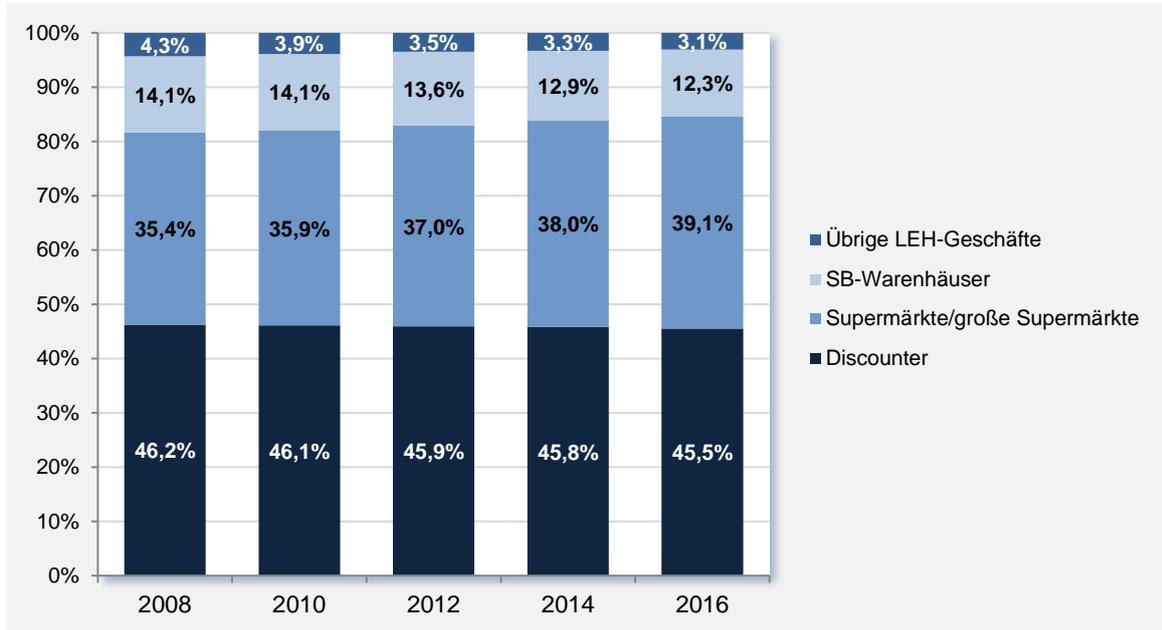
Von den Einzelhandelsausgaben der deutschen Verbraucher in Höhe von ca. 528 Mrd. € entfallen rd. 277 Mrd. € auf die Kernsortimente der Nahversorgung (Lebensmittel, Getränke, Drogeriewaren, Apothekenwaren).⁵ Dies entspricht einem Anteil von rd. 52 % und dokumentiert die hohe Bedeutung dieses Marktsegmentes, insbesondere der Nahrungs- und Genussmittel.

Die Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel ist insgesamt durch eine starke Dynamik geprägt, wobei das Wachstum der Branche vor allem durch zunehmende Nachverdichtung, Flächenausweitungen und Diversifizierung des Angebots generiert wird. Gleichzeitig weist die Branche eine hohe Konzentration auf Handels- und Lieferantenseite auf.

Aufgrund einer ausgeprägten Preisorientierung der deutschen Kunden und an veränderte Verbrauchervünsche angepasster Betriebskonzepte haben die Lebensmitteldiscounter in den letzten Jahrzehnten stark an Marktanteilen gewinnen können und sind seit einigen Jahren mit einem Marktanteil von ca. 46 % der am stärksten präsente Betriebstyp des Lebensmittelhandels (vgl. Abbildung 1). Auch die Supermärkte konnten in den letzten Jahren aufgrund ihrer Anstrengungen bei der Weiterentwicklung der Konzepte wieder Marktanteile hinzugewinnen. Die aktuellen EHI-Zahlen weisen für Supermärkte einen Marktanteil von ca. 39 % aus.

Um sich gegenüber den konkurrierenden Vertriebstypen wie den Lebensmitteldiscountern und den Verbrauchermärkten besser profilieren zu können, wurden Supermarktkonzepte aller Betreiber in der Vergangenheit strukturellen Veränderungen unterzogen. So hat beispielsweise die Gestaltung der Bedienungstheken für Frischeprodukte (Wurst, Fleisch, Käse, Delikatessen, etc.) und die Warenpräsentation insgesamt deutlich an Qualität gewonnen. Gleichzeitig geht dies mit einem erhöhten Verkaufsflächenbedarf einher.

⁵ Vgl. IfH-Brancheninformationssystem, Marktvolumen 2018, BBE-Berechnungen 2019

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel


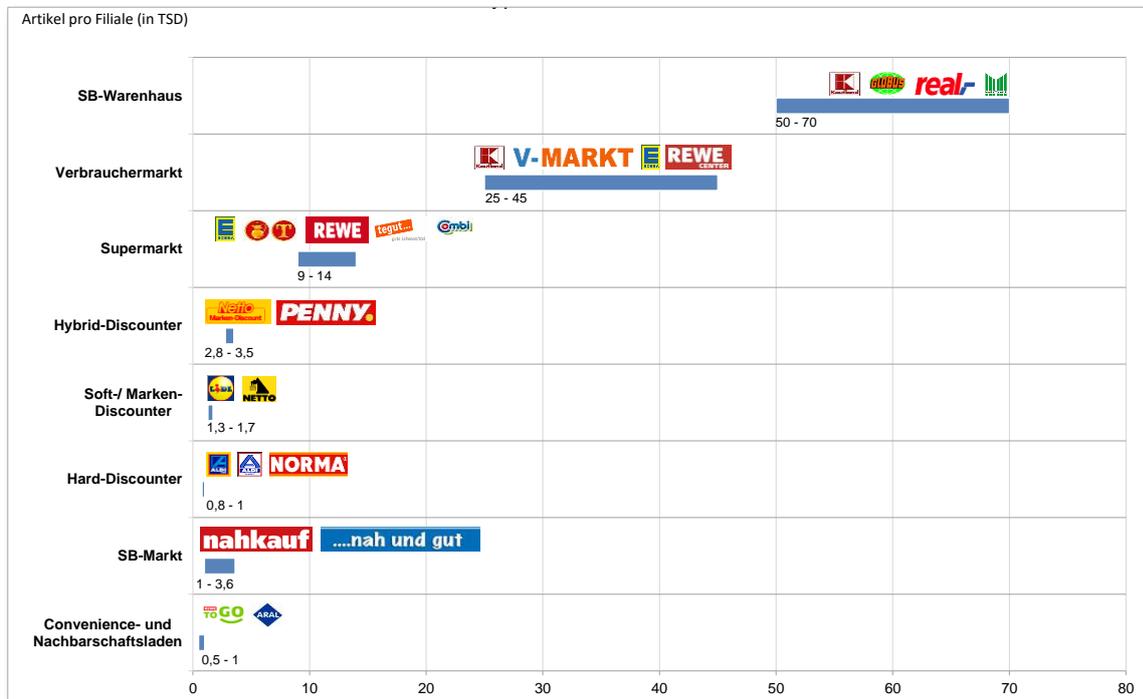
Quelle: EHI, handelsdaten-aktuell 2017, BBE-Darstellung 2018

Im Discountsegment werden seitens der Betreiber für Neubauten mittlerweile Verkaufsflächen zwischen 800 und 1.500 m² als marktgerecht angesehen. Für den Supermarktbereich liegen die Größenanforderungen im Regelfall zwischen 1.200 und 2.500 m² Verkaufsfläche. Kleinere „City-Konzepte“ werden in hochfrequenten Großstadtlagen realisiert, große Supermärkte mit mehr als 2.500 m² Verkaufsfläche sind auf große Marktgebiete ausgerichtet.

Der Umfang eines durchschnittlichen Supermarktsortimentes weist knapp 12.000 Artikel auf, sodass ein umfassendes nahversorgungsbezogenes Angebot vorhanden ist. Damit stehen Supermärkte zwischen den preisorientierten Lebensmitteldiscountern mit eng umgrenztem Sortiment und den Verbrauchermärkten bzw. SB-Warenhäusern, deren Sortiment weit über das der Nahversorgung hinausgeht und teilweise den mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich abdeckt. SB-Warenhäuser zielen mit ihrem erweiterten Sortiment somit nicht primär auf die Nahversorgung ab, sondern führen ein deutlich erweitertes Angebot.

Während Lebensmitteldiscounter von den Konsumenten in der Regel zum preisgünstigen Grundeinkauf aufgesucht werden, sind Supermärkte vor allem wegen ihres umfassenden Sortimentes und kleineren Einzelmengen, einer großen Auswahl an Frischeartikeln und Markenprodukten, der attraktiveren Warenpräsentation und Ladenatmosphäre, des fachkundigen Personals und der Service-Elemente gefragt. Aus der zunehmenden Bedeutung der Faktoren Übersichtlichkeit und angenehme Atmosphäre sowie einer Zunahme der Artikelzahl resultiert ein steigender Flächenbedarf der Lebensmittelmärkte.

Abbildung 2: Durchschnittliche Artikelanzahl nach Betriebstyp



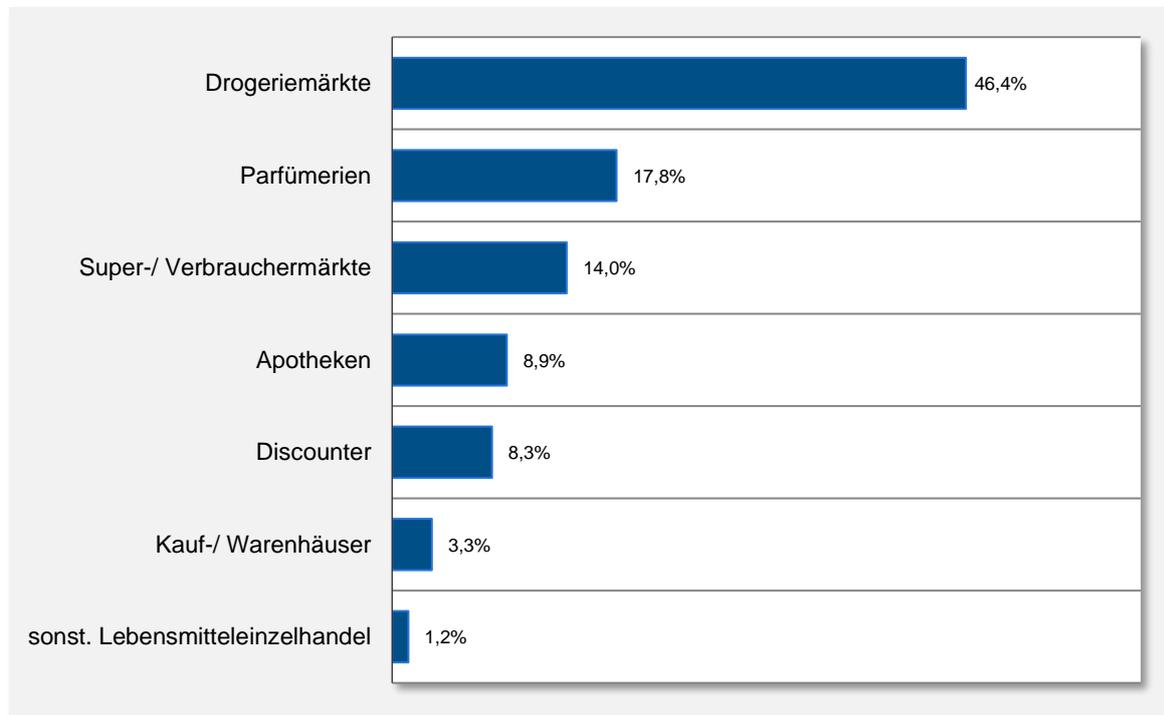
Quelle: BBE-Darstellung 2018

In der Praxis versorgt sich der Verbraucher nicht nur bei einer, sondern bei durchschnittlich vier Betriebsformen. Idealtypischer Weise wird der Grundbedarf beim Lebensmitteldiscounter eingekauft, die Produkte, die dort nicht erhältlich sind oder die man dort nicht kaufen möchte, werden bei anderen Anbietern nachgefragt.

3.2 Marktsituation im Drogeriewaren-Einzelhandel

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 bundesweit seit 1980 von über 8.900 auf 2.700 Verkaufsstellen zurückgegangen, während die Drogeriemärkte von knapp 1.500 auf 12.000 Verkaufsstellen im Jahre 2010 angestiegen sind. Durch die Insolvenz der Firma Schlecker ist die Zahl der Drogeriemärkte auf ca. 3.855 im Jahre 2012 geschrumpft. Aktuell beläuft sich die Zahl auf ca. 4.540 Drogeriemärkte.

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

Abbildung 3: Distributionsstrukturen bei Drogerie- und Parfümerieartikeln


Quelle: Statista, Stand: 2016, BBE-Darstellung 2018

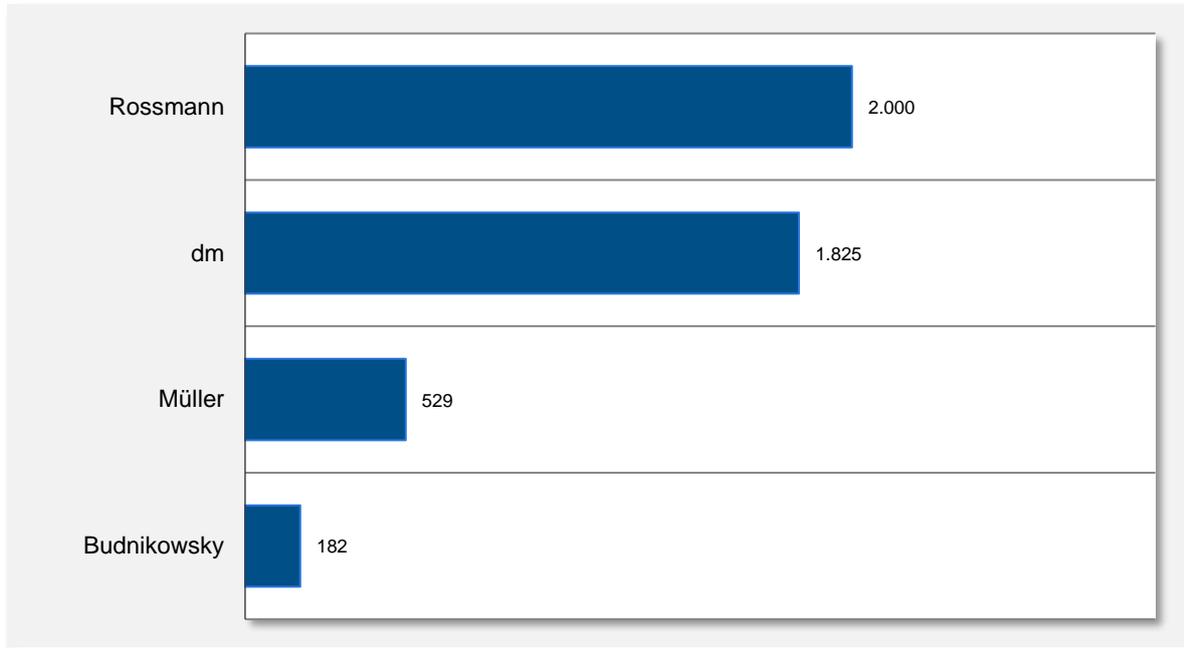
Neben den nahversorgungsrelevanten Drogeriemärkten sind in Innenstädten und größeren Stadtteilzentren auch Parfümerien mit einem Teilsortiment Kosmetik, Parfums und Körperpflege vorzufinden. Die Sortimente werden darüber hinaus auch in den innerstädtischen Warenhäusern sowie von den Lebensmittelmärkten angeboten. Bei Lebensmitteldiscountmärkten liegt die durchschnittliche Artikelzahl im Drogeriewarensortiment bei knapp 300, bei Lebensmittelsupermärkten werden ca. 2.000 Artikel angeboten, sodass der Lebensmitteleinzelhandel vorwiegend die gängigen Produkte des Grundbedarfs führt.

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

Die Filialisten dm und Rossmann verfügen bundesweit zusammen über ca. 3.800 Filialen und haben sich mit Betriebsgrößen i. d. R. von 400 - 800 m² Verkaufsfläche positioniert. Einzig die Firma Drogerie Müller belegt auch größere Verkaufsflächen, wobei dies mit einer deutlichen Ausweitung der Sortimente, vor allem bei Spielwaren und Elektroartikeln, einhergeht.

Abbildung 4: Anzahl der Drogeriemarkt-Filialen ausgewählter Filialisten in Deutschland



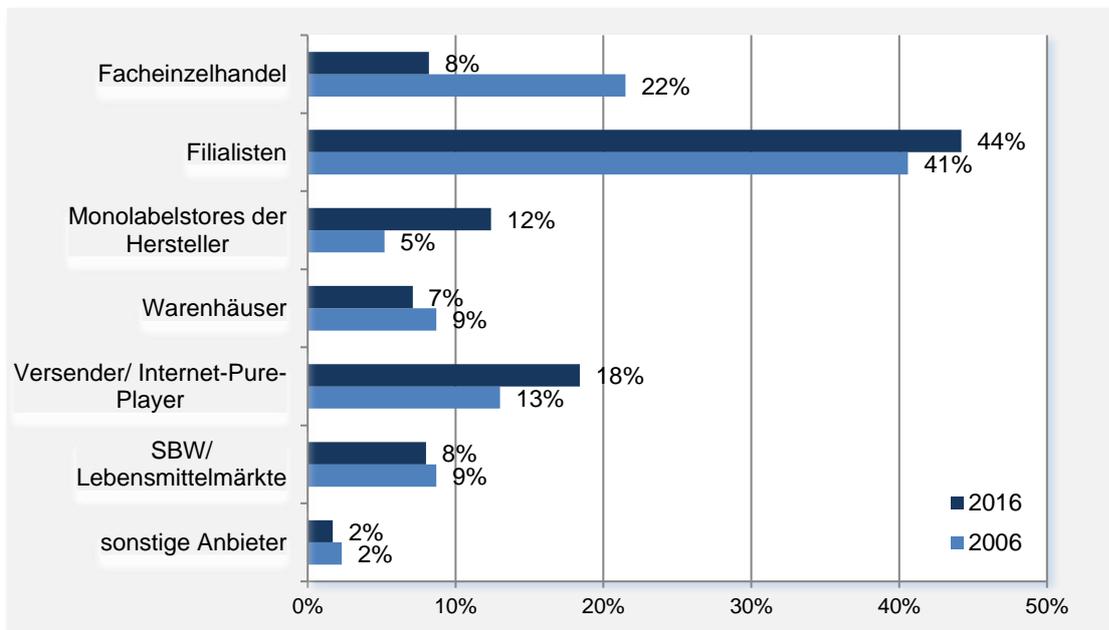
Quelle: Statista, Stand 2016, BBE-Darstellung 2018

3.3 Marktsituation im Bekleidungseinzelhandel

Die Bekleidungsbranche ist nach wie vor durch eine hohe Dynamik geprägt, wobei der Trend der Geschäftsschließungen vor allem kleiner Anbieter gleichermaßen anhält wie der Markteintritt neuer Anbieter. Die Marktentwicklung der letzten 10 Jahren sind folgendermaßen zu bewerten: „Vergleichsweise stabil zeigte sich der Fashionmarkt während der globalen Banken- und Finanzkrise ab 2007. Zwar sind auch hier die Umsätze leicht eingebrochen, allerdings war Mode schon zu diesem Zeitpunkt aufgrund der Produktionsverlagerungen preiswert und damit auch weniger krisenanfällig. Das umsatzstarke Jahr 2010 war offensichtlich vorwiegend von Nachholeffekten geprägt. In den Folgejahren hat sich bei den Verbrauchern wieder ein gewisser Qualitätsanspruch bei Mode entwickelt. Auch der Wunsch nach Individualität und das Bedürfnis „up to date“ zu sein bei immer kürzeren Modetrendzyklen, ließ das Marktvolumen wieder leicht ansteigen.“⁶

Der Marktanteil des klassischen Fachhandels sinkt seit Jahren kontinuierlich. Die Entwicklung des E-Commerce geht vor allem zu Lasten des stationären Fachhandels. Als gegenläufige Entwicklung ist ein Erstarren der Multi-Label-Fachhandel-Stores, oft in filialisierter Form zu verzeichnen. Als „Local Heros“ gelingt es diesen Betrieben auch in Klein- und Mittelstädten einen hohen Kundenstamm zu binden. In der Modebranche sind die modernen Filialisten häufig vertikal aufgestellt. Erfolgreiche und marktdominierende Konzepte stellen u. a. H&M, P & C sowie die ausländischen Ketten Primark und Hollister dar.

Abbildung 5: Entwicklung der Distributionsstrukturen bei Damen- und Herrenbekleidung



Quelle: IFH/ BBE-Branchenfokus Damen- und Herrenbekleidung 2017

⁶ Vgl. IFH/ BBE-Branchenfokus Damen- und Herrenbekleidung 2017, Seite 7

Auswirkungsanalyse ■ Einzelhandelsentwicklung Swisttal-Heimerzheim

Die Kunden sind zumeist auf verschiedene Einkaufsalternativen ausgerichtet. So kaufen die Kundinnen Damenbekleidung im Durchschnitt bei sechs Verkaufsstellen (inkl. E-Commerce) ein.

Das Umsatzvolumen der Branche weist in den letzten Jahren nur geringe Steigerungsraten auf, parallel steigen die Verkaufsflächen, sodass sich die Flächenproduktivität negativ entwickelt. Im Jahre 2015 lag die Flächenproduktivität des Bekleidungseinzelhandels bei ca. 3.026 € je m² Verkaufsfläche. Damit sank die Flächenproduktivität seit dem Jahr 2006 um 20 %-Punkte.⁷

Dabei erreichen Fachgeschäfte mit einem gemischten Sortiment i. d. R. Flächenleistungen von 3.000 bis 3.700 € je m² Verkaufsfläche, während Fachmärkte eine deutlich geringere Leistungsfähigkeit von 1.000 bis 1.600 € je m² Verkaufsfläche erzielen.⁸ Dabei können an „Hochfrequenzstandorten“ (z. B. 1a-Lagen der Innenstädte) teilweise deutlich höhere Raumleistungen erzielt werden, während vor allem die flächenintensiven Anbieter an Standorten mit geringer Frequenz die Durchschnittswerte unterschreiten. Bei Fachmärkten nehmen die Raumleistungen zusätzlich durch die kontinuierliche Expansion ab.

⁷ Vgl. Statista, Bruttoumsatz je m² Verkaufsfläche im Bekleidungseinzelhandel in Deutschland 2006 - 2015

⁸ Vgl. BBE-Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2017, erstellt im Auftrag des Bayerischen Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie (Anmerkung: Die Marktdaten finden Anwendung bei raumordnerischen Prüfungen im Bundesland Bayern).

3.4 Marktsituation im Bereich der Nonfood-Discounter

Die Anbieterstruktur ist stark durch lokale und regionale Betriebe geprägt. Bei den größeren filialisierten Anbietern belaufen sich die durchschnittlichen Filialumsätze auf ca. 0,3 - 2,0 Mio. €. Im Durchschnitt erzielen Nonfood-Discountmärkte einen Umsatz von ca. 0,6 Mio. € je Betriebsstätte und eine Flächenleistung von 750 – 1.000 € Umsatz je m² Verkaufsfläche.

Als leistungsstarker Anbieter profiliert sich zwischenzeitlich die niederländische Firma Action mit über 350 Filialen auch in Deutschland. Laut Angaben der Firma Action betrug der durchschnittliche Filialumsatz einer Action-Filiale im Jahr 2015 rd. 2,1 Mio. €.⁹

Abbildung 6: Umsätze von Nonfood-Discountmärkten

Anbieter	Umsatz	Betriebsstätten	Umsatz je Betriebsstätte
	in Mio. €	abs.	in Mio. €
Tedi	250	900	0,3
Thomas Philipps	385	234	1,6
Schum Euroshop	110	125	0,9
Kodi	105	200	0,5
Pfennigfeiffer	95	101	0,9
Jawoll	39	46	0,8

Quelle: Hahn Retail Real Estate Report 2010/2011

⁹ Vgl. www.action.de, Fakten und Zahlen

4 Standortbezogene Rahmenbedingungen

Das Grundzentrum Swisttal befindet sich im südwestlichen Bereich des Rhein-Sieg-Kreises und grenzt im Westen an die dem Kreis Euskirchen zugehörige Gemeinde Weilerswist und die Stadt Euskirchen, im Norden an die Stadt Bornheim, im Osten an die Gemeinde Alfter sowie im Süden an Stadt Rheinbach.

Die Gemeinde setzt sich aus 10 Ortschaften zusammen und verfügt über ca. 19.515 Einwohner.¹⁰ Die Siedlungsschwerpunkte stellen die Ortsteile Heimerzheim mit ca. 33 % der Einwohner, Odendorf (ca. 21 %) und Buschhoven (ca. 17 %) dar. Die übrigen 29 % der Bevölkerung verteilen sich auf 7 weitere Ortschaften.

Das Gemeindegebiet Swisttal wird durch die Bundesstraßen 56 (Euskirchen - Bonn) und 266 (Euskirchen – Rheinbach) sowie durch die Landesstraßen 163 (Weilerswist – Meckenheim) und 182 (Euskirchen – Bornheim) erschlossen. Durch die Anbindung an die Autobahn 61 (Anschlussstellen Swisttal-Heimerzheim und Miel) besteht ein Anschluss an das überregionale Straßenverkehrsnetz und an eine wichtige Verkehrsachse zwischen Koblenz und dem Niederrhein.

Die Gemeinde ist mit dem Haltepunkt Odendorf an die Voreifelbahn (Bonn – Euskirchen – Bad Münstereifel) angeschlossen. Durch den Regionalverkehr Köln (RVK) wird eine leistungsfähige lokale und regionale Einbindung in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs hergestellt.

Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Gemeinde Swisttal weist zwei gleichrangige zentrale Versorgungsbereiche in den Ortschaften Heimerzheim und Odendorf aus.¹¹ Der zentrale Versorgungsbereich Heimerzheim übernimmt dabei Versorgungsfunktionen für das nördliche Gemeindegebiet mit den Ortsteilen Dünstekoven, Ollheim und Straßfeld, während der zentrale Versorgungsbereich Odendorf auch zukünftig für das südwestliche Gemeindegebiet (inkl. Ortsteile Essig, Ludendorf und Miel) die Versorgung sicherstellen soll. Im Siedlungsbereich Buschhoven/ Morenhoven übernimmt der Nahversorgungsstandort Buschhoven ergänzende, ausschnittweise Versorgungsfunktionen.

Mit der Ausrichtung der Versorgungsausstattung an der zu versorgenden Bevölkerung in den Verflechtungsbereichen sollen wechselseitige Beeinträchtigungen der Entwicklungsoptionen der beiden zentralen Versorgungsbereiche ausgeschlossen werden.¹²

Der zentrale Versorgungsbereich Heimerzheim erstreckt sich entlang der Kölner Straße (L 163) zwischen dem Metternicher Weg im Norden und der Brückenstraße im Süden. Damit umfasst der abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich alle wichtigen Versorgungseinrichtungen des Ortsteils. Im Norden sind die Lebensmittelmärkte Rewe und Netto ansässig, im Bereich des Fronhofes sind u. a. Bäckerei, Metzgerei, Apotheken, Optiker und Fachgeschäfte für Obst und Gemüse sowie Bücher/ Schreibwaren

¹⁰ Vgl. Gemeinde Swisttal, Stand. 09.01.2018

¹¹ Vgl. BBE, Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Swisttal, Fortschreibung 2018/2019, Stand: 05.03.2020

¹² ebenda, Seite 53

Auswirkungsanalyse ■ Einzelhandelsentwicklung Swisttal-Heimerzheim

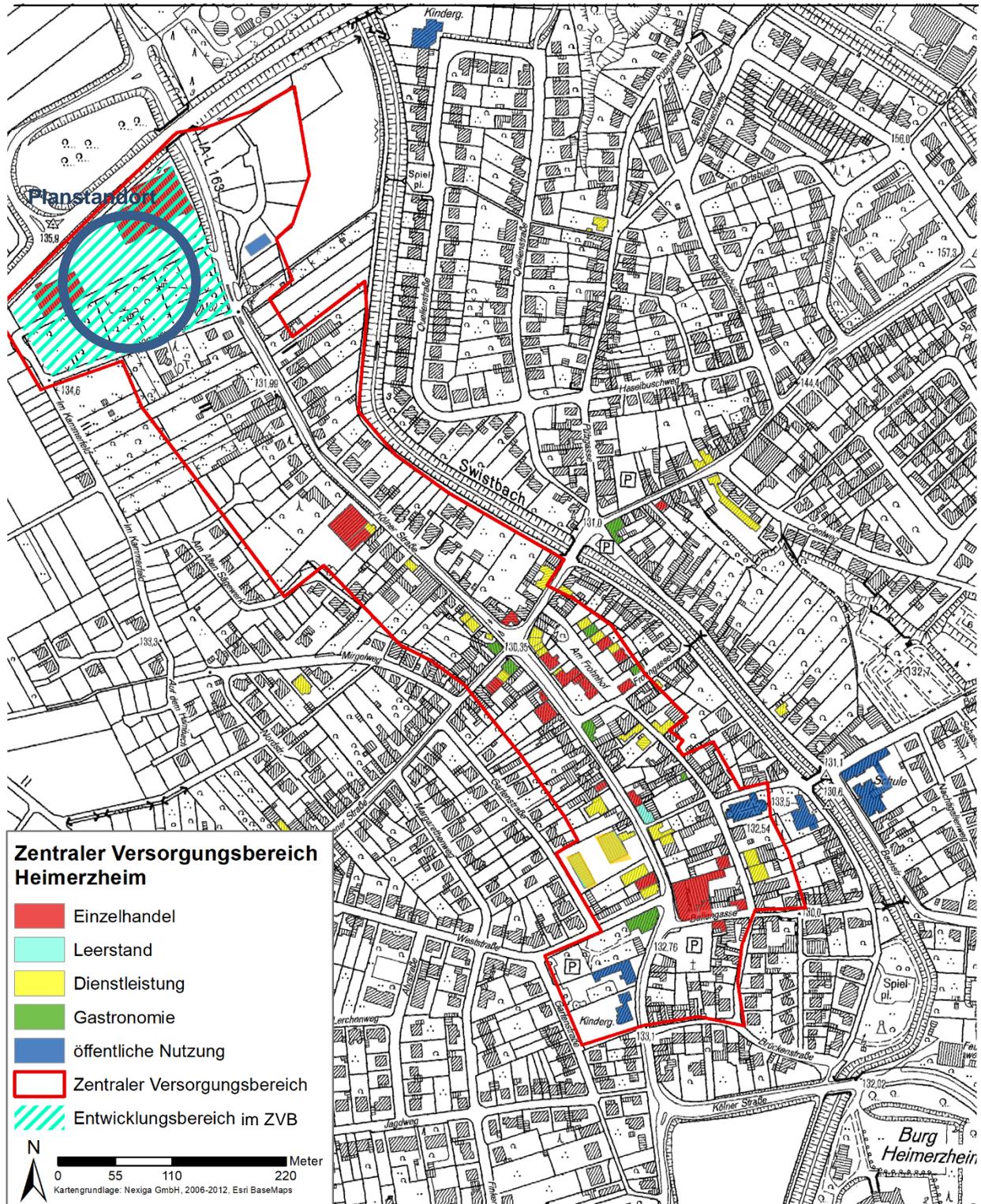
vorhanden. Im südlichen Anschnitt des zentralen Versorgungsbereiches befinden sich als Magnetbetriebe ein Einrichtungshaus sowie ein Sportgeschäft.

Für den zentralen Versorgungsbereich Heimerzheim wird eine moderate Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebotes empfohlen, sodass auch der ansässige Einzelhandel von Verbundeffekten profitieren kann. Dabei steht eine Diversifizierung des Nahversorgungsangebotes im Vordergrund, da sowohl bei Nahrungs- und Genussmitteln als auch bei Drogeriewaren Ergänzungs- bzw. Erweiterungsflächen notwendig sind. Da in der zentralen Ortsmitte keine größeren Potenzialflächen für eine Ansiedlung weiterer Einzelhandelsbetriebe zur Verfügung stehen, fällt dem Entwicklungsbereich Metternicher Weg eine besondere Bedeutung bei der Sicherung und bedarfsgerechten Weiterentwicklung der Versorgungsstrukturen im nördlichen Gemeindegebiet von Swisttal zu.

Der Entwicklungsbereich bietet aufgrund seiner Größe und Zuordnung die Möglichkeit, marktübliche Lebensmittel- und sonstige Fachmärkte und die notwendigen Stellplatzkapazitäten im Umfeld des innerörtlichen Geschäftsbereiches anzusiedeln, sodass vor allem die nahversorgungsbezogene Grundversorgung gesichert werden kann und die gewünschten Verbundeffekte mit dem gewachsenen Ortskern ausgelöst werden können. Damit wird eine städtebaulich wünschenswerte Fortentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs gewährleistet.¹³

¹³ Vgl. ebenda, Seite 55 f

Abbildung 7: Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Heimerzheim



Quelle: BBE-Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Swisttal, Fortschreibung 2018/2019, Seite 54

5 Wettbewerbssituation in der Gemeinde Swisttal und den Nachbarkommunen

Die projektierten Einzelhandelsbetriebe in Swisttal werden nicht nur in Wettbewerbsbeziehungen zu Angebotsstandorten in Swisttal stehen. Denn aufgrund des vergleichsweise starken Einzelhandelsbesatzes der Nachbarkommunen übernehmen auch diese ergänzende Versorgungsfunktionen für die Bevölkerung in der Gemeinde Swisttal. Für das Planvorhaben im nördlichen Gemeindegebiet zählen deshalb auch die Gemeinde Weilerswist sowie die Städte Euskirchen und Bornheim zum Untersuchungsraum.

Die Wettbewerbssituation in den untersuchungsrelevanten Marktbereichen (Lebensmittel- sowie Drogeriemärkte, Bekleidungs-/Textil- oder Nonfood-Discounter) wird im Wesentlichen durch systemgleiche Betriebstypen geprägt, sodass vor allem größere Lebensmittel- bzw. Drogeriemärkte und Bekleidungs-/Textil- bzw. Nonfood-Discounter in die Betrachtung eingestellt werden, während nur eingeschränkte Wettbewerbsbeziehungen zu dem überwiegend kleinteiligen Fachhandel gegeben sind. Gleichwohl sind die entsprechenden Angebote der zentralen Versorgungsbereiche im näheren Umfeld (Gemeinde Swisttal und Weilerswist) in die Wettbewerbsbetrachtung einzustellen, um mögliche städtebauliche Auswirkungen abschätzen zu können.

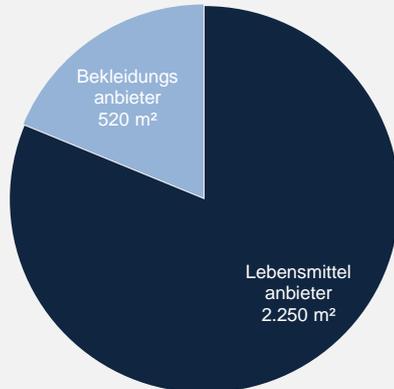
5.1 Wettbewerber in der Gemeinde Swisttal

In der Gemeinde Swisttal wird die (Nah-)Versorgung durch die Ortsteile Heimerzheim, Odendorf und Buschhoven geprägt. In Heimerzheim wird die Lebensmittelversorgung wesentlich durch die am Standort ansässigen Lebensmittelmärkte Rewe (ca. 1.300 m² Verkaufsfläche) und Netto (ca. 800 m²) sichergestellt. Im Gewerbegebiet Heimerzheim-Ost befinden sich zudem eine Aldi-Filiale (ca. 800 m²) und der Getränkehandel Jung Schröder (ca. 250 m²). Der Aldi-Markt soll im Zuge der Projektrealisierung an den Untersuchungsstandort verlagert werden.

Das Einzelhandelsangebot der SB-Märkte wird im zentralen Versorgungsbereich Heimerzheim durch zwei weitere Bäckerei-Filialen, zwei Metzgereien sowie ein Fachgeschäft für Obst und Gemüse (zusammen ca. 150 m²) ergänzt. Drogeriewaren werden nur als Randsortimente der genannten Lebensmittelmärkte angeboten. Im Bereich Bekleidung beschränkt sich das Angebot in Heimerzheim - abgesehen von dem Untersuchungsvorhaben – auf eine kleinere Boutique (ca. 20 m²). Ein Nonfood-Discountervergleichbares Einzelhandelsangebot ist aktuell im Geschäftszentrum von Heimerzheim nicht vorhanden.

Auswirkungsanalyse ■ Einzelhandelsentwicklung Swisttal-Heimerzheim

ZVB Heimerzheim



Wettbewerber im ZVB:

- Rewe Lebensmittelmarkt, ca. 1.300 m² (inkl. Backshop)
- Netto Lebensmittelmarkt, ca. 800 m²
- Bäckerei Voigt, Bäckerei Lennartz, Metzgerei Wingen, Metzgerei Schnitzler, Rothkopf Obst und Gemüse, ca. 150 m²
- Kik Textilmarkt, ca. 500 m²
- Wichert Mode, ca. 20 m²

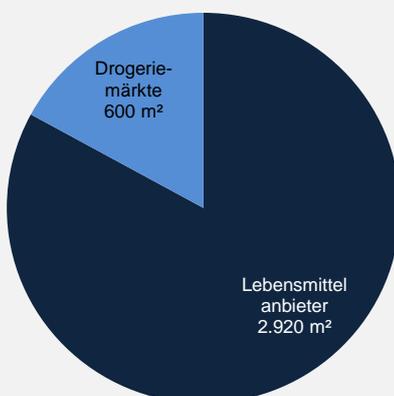
Außerhalb ZVB (Gewerbegebiet Heimerzheim-Nord):

- Aldi Lebensmittelmarkt, ca. 800 m²
- Getränke Schröder, ca. 250 m²

Im Ortsteil Odendorf gewährleisten die Lebensmittelmärkte Edeka (Verlagerungsobjekt ca. 635 m² Verkaufsfläche) und Aldi (ca. 950 m²) sowie der Getränkehandel Getränkequelle (ca. 320 m²) und der Drogeriemarkt Rossmann (ca. 600 m²) die wohnungsnah Grundversorgung. Darüber hinaus sind zwei Bäckerei-Filialen und eine Konditorei im Ortskern ansässig (zusammen ca. 50 m²). Außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches ist eine Modeboutique (ca. 30 m²) ansässig.

Für den Edeka-Markt ist eine Verlagerung an einen Standort nördlich der Bahntrasse in den Gewerbepark Odendorf vorgesehen. Die Verkaufsfläche soll zukünftig ca. 1.600 m² betragen; in der Vorkassenzone des neuen Marktes ist darüber hinaus ein Café mit Backwarenverkauf vorgesehen. Die Verlagerung des Supermarktes ist notwendig, da der Markt am aktuellen Standort eine Möglichkeit der marktgerechten Neuaufstellung hat.

ZVB Odendorf



Wettbewerber im ZVB:

- Edeka Lebensmittelmarkt, ca. 635 m² (inkl. Backshop), geplant: Erweiterung auf ca. 1.600 m²
- Café Sturm, Dorfbäckerei, ca. 50 m²
- Aldi Lebensmittelmarkt, ca. 950 m²
- Getränkequelle, ca. 320 m²
- Rossmann Drogeriemarkt, ca. 600 m²

Außerhalb ZVB:

- Mode Perschen, ca. 30 m²

Auswirkungsanalyse ■ Einzelhandelsentwicklung Swisttal-Heimerzheim

Ein weiterer Lebensmittelstandort befindet sich in Buschhoven im Südosten der Gemeinde Swisttal. Hier wird die wohnungsnaher Versorgung im Wesentlichen durch einen Netto-Markt mit Café (ca. 800 m²) gewährleistet.

Neben dem Textildiscounter Kik (ca. 500 m²) am Projektstandort sind in Swisttal nur wenige weitere Boutiquen/ Fachgeschäfte aus dem Nonfood-Bereich ansässig (u. a. Gardinen, Stoffe/ Kurzwaren).

Die Ortskerne Heimerzheim und Odendorf sind durch eine starke Durchmischung von öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen geprägt. Die Nachbarschaft der Versorgungseinrichtungen führt zu Verbundeffekten bei Einkäufen und Erledigungen.

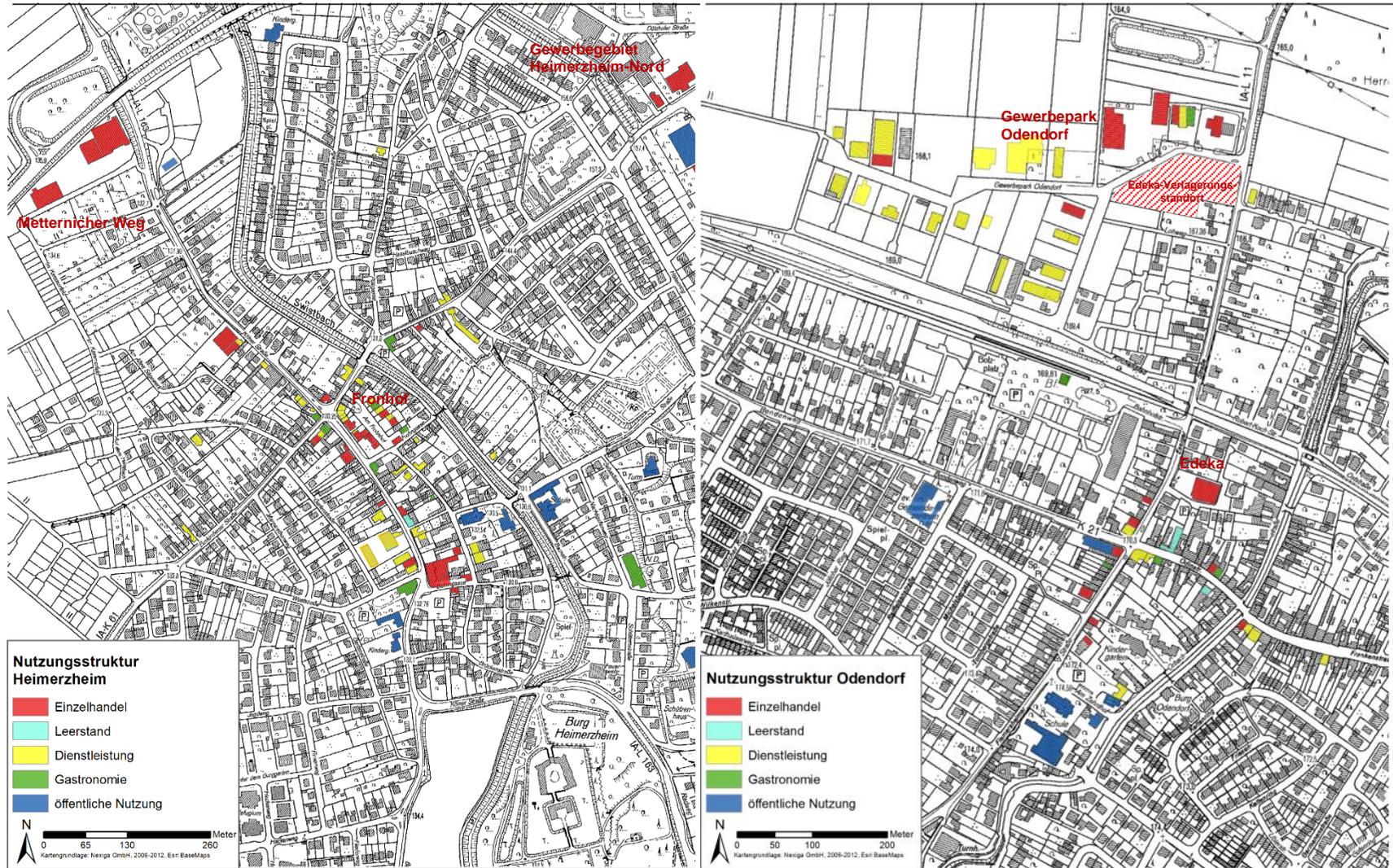
Dabei wird die städtebauliche Situation in den beiden Zentren (Kölner Straße/ Fronhof in Heimerzheim bzw. Flammersheimer Straße/ Essiger Straße in Odendorf) durch eine verdichtete, kleinteilige Bebauung geprägt, in der vergleichsweise kleine Laden- und Gewerbeflächen in den Erdgeschosszonen dominieren. In beiden Ortsteilen haben sich demgemäß Ergänzungsstandorte des größeren Einzelhandels in Randlagen (Metternicher Weg in Heimerzheim bzw. Gewerbepark Odendorf) gebildet, die gemeinsam mit dem kleinteiligen zentral gelegenen Geschäftsbesatz die Versorgung sicherstellen. Aufgrund der räumlichen Nähe und funktionalen Verbindungsachsen bestehen wichtige Verbundeffekte, die gleichermaßen eine vitale Ortskernentwicklung als auch eine bedarfsgerechte (Nah-)Versorgung sicherstellen.

Das Einzelhandelsangebot in der gewachsenen Ortsmitte Buschhoven beschränkt sich – nach der Schließung der zentral gelegenen Lebensmittel-SB-Geschäfte – auf wenige kleinteilige Einzelhandelsbetriebe (u. a. Bäckerei, Apotheke, Blumen, Haushaltswaren, Schreibwaren), ergänzende Dienstleistungsbetriebe (Kreditinstitut, Friseur u. a.) und öffentliche Einrichtungen (Schule, Kindergarten, Kirche). Auch unter Berücksichtigung der geplanten Ansiedlung eines DORV-Ladens entspricht der Geschäftsbereich nicht mehr den Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich.

Damit weist die Gemeinde Swisttal zwei sich gegenseitig ergänzende zentrale Versorgungsbereiche auf, die im Bereich der Nahversorgung und einem begrenzten ergänzenden Angebot die grundzentrale Versorgungsfunktion erfüllen.

Auswirkungsanalyse ■ Einzelhandelsentwicklung Swisttal-Heimerzheim

Abbildung 8: Nutzungsstrukturen in den Geschäftsbereichen Heimerzheim und Odendorf



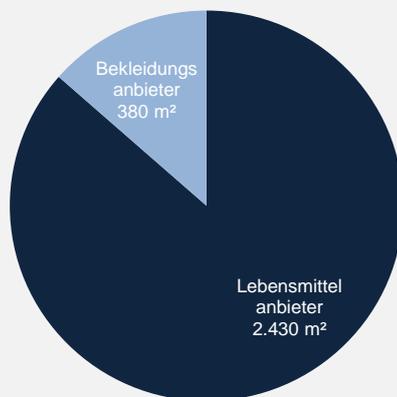
Quelle: BBE-Erhebungen 2018

5.2 Wettbewerber in Weilerswist

Die Gemeinde Weilerswist weist ein differenziertes Einzelhandelsangebot im zentralen Ortsteil Weilerswist auf. Vor allem das Fachmarktzentrum Weilerswist-Süd im Bereich der Bonner Straße/ Parkallee kann eine große regionale Ausstrahlungskraft entfalten. Neben dem Lebensmitteldiscounter Penny (ca. 800 m²) sowie dem Getränkehandel Trinkgut (ca. 700 m²) befinden sich dort u. a. der Drogeriemarkt dm (ca. 600 m²), der Nonfood-Discounter Tedi (ca. 450 m²) und die Bekleidungs-/Textildiscounter Takko (ca. 500 m²), KiK (ca. 700 m²) und Ernsting's family (ca. 200 m²). Im nördlich angrenzenden Gewerbegebiet Bonner Straße sind mit Rewe (ca. 2.000 m² inkl. Backshop), Netto (ca. 800 m²), Lidl (ca. 1.480 m²) und Aldi (ca. 900 m²) vier weitere Lebensmittelmärkte ansässig.

Im Ortskern Kölner Straße/ Bonner Straße wird die Lebensmittelnahversorgung um ein Geschäftszentrum u. a. mit Edeka (ca. 1.500 m² inkl. Bäckerei) sowie Norma (ca. 800 m²) ergänzt. Darüber hinaus befindet sich dort der Bekleidungs-/ Textildiscounter NKD (ca. 350 m²). Weitere kleinteilige Einzelhandelsangebote mit Projektbezug sind zwei Bäckerei-Filialen, ein Fachgeschäft für Obst und Gemüse (zusammen ca. 130 m²) und eine Mode-Boutique (ca. 30 m²).

(Faktischer) ZVB Weilerswist Ortskern



Wettbewerber im ZVB:

- Edeka Lebensmittelmarkt, ca. 1.500 m² inkl. Backshop
- Norma Lebensmittelmarkt, ca. 800 m²
- NKD Textilmarkt, ca. 350 m²
- Bäckerei Voigt, Bäckerei Lennartz, Obst + Gemüsegarten, ca. 130 m²
- Sonja's Modelädchen, ca. 30 m²

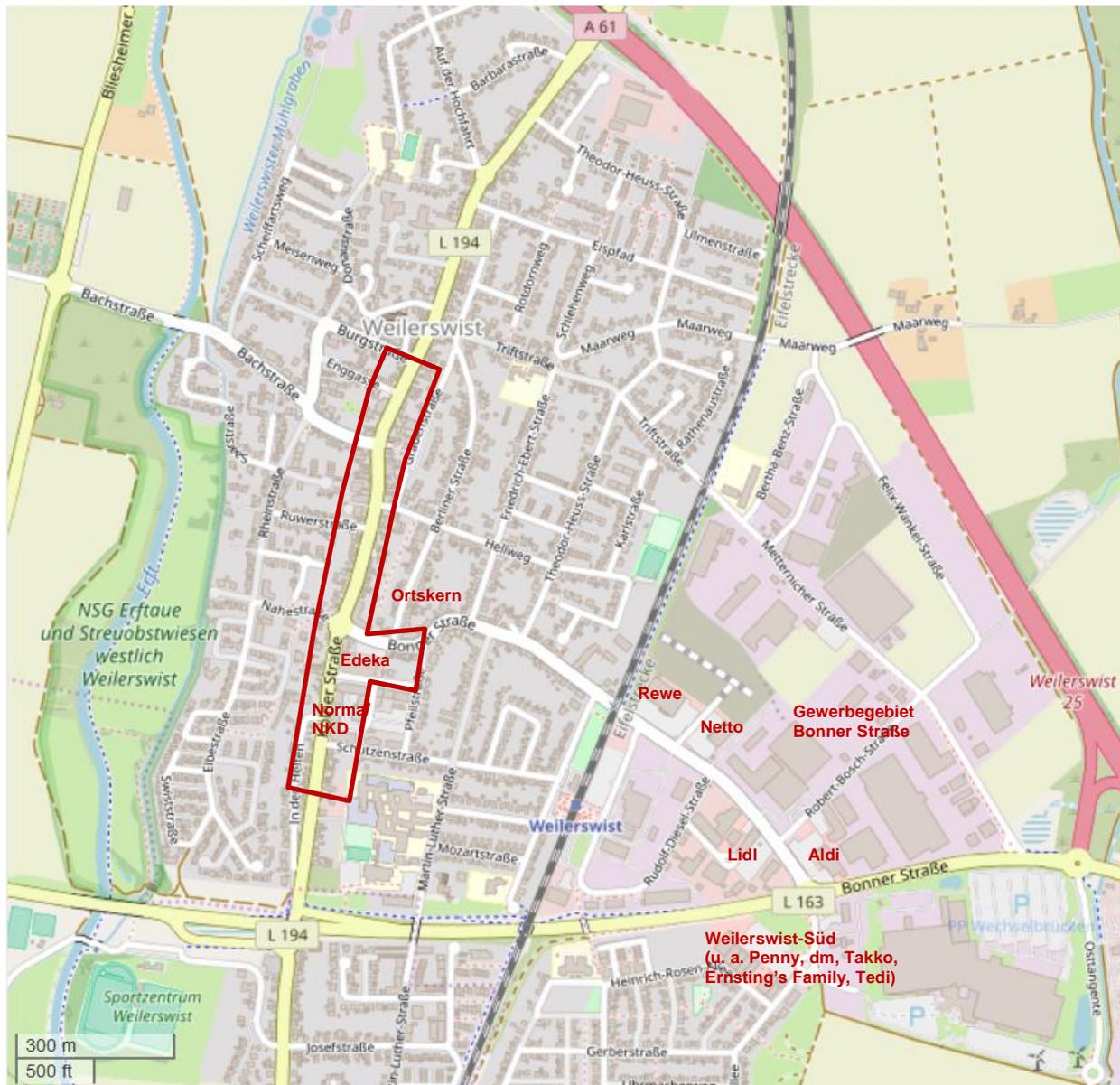
Außerhalb ZVB (Gewerbegebiet Bonner Straße/ Fachmarktzentrum Weilerswist-Süd):

- Rewe Lebensmittelmarkt, ca. 2.000 m² inkl. Backshop
- Netto Lebensmittelmarkt, ca. 800 m²
- Aldi Lebensmittelmarkt, ca. 900 m²
- Lidl Lebensmittelmarkt, ca. 1.480 m²
- Penny Lebensmittelmarkt, ca. 800 m²
- Trinkgut Getränkemarkt, ca. 700 m²
- Bäckerei Kamps, ca. 100 m²
- dm Drogeriemarkt, ca. 600 m²
- Kik Textilmarkt, ca. 700 m²
- Takko Textilmarkt, ca. 500 m²
- Ernsting's Family Bekleidungsgeschäft, ca. 200 m²
- Tedi Nonfood-Discounter, ca. 450 m²

Insgesamt weist der Ortskern von Weilerswist nach einer Phase der Umstrukturierung wieder stabile Angebotsstrukturen auf. So hat sich u. a. mit der Ansiedlung des Edeka-Marktes und der Neuvermietung einer Vielzahl von Ladenlokalen ein gefestigtes Geschäftszentrum entlang der Kölner Straße zwischen Bachstraße und Deutschem Platz entwickelt. Trotz der starken Wettbewerbswirkungen durch das Gewerbegebiet Bonner Straße und das Fachmarktzentrum Weilerswist-Süd sind aktuell keine Anhaltspunkte für eine Vorschädigung des Geschäfts- und Dienstleistungszentrum ablesbar.

Auswirkungsanalyse ■ Einzelhandelsentwicklung Swisttal-Heimerzheim

Abbildung 9: Geschäftsbereiche in Weilerswist



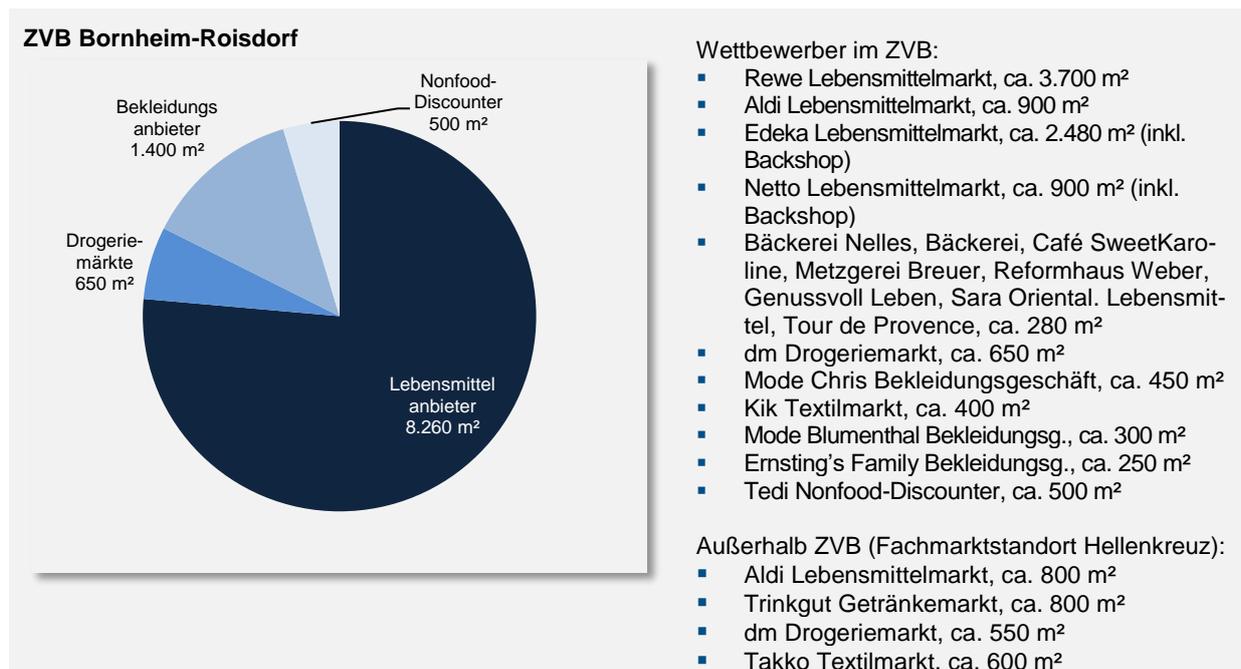
Quelle: BBE-Erhebungen 2018 (Kartengrundlage: OpenStreetMap)

Die übrigen Ortschaften der Gemeinde Weilerswist (Vernich, Metternich, Müggenhausen, Lommersum und Hausweiler-Derkum) weisen keine nennenswerten Einzelhandelsstrukturen auf und sind in hohem Maß auf die Versorgungsangebote im Kernort Weilerswist ausgerichtet.

5.3 Wettbewerber in Bornheim

In der Stadt Bornheim sind ortsteilbezogene Nahversorgungsstrukturen vorhanden. Im zentralen Versorgungsbereich des Hauptzentrums Bornheim-Roisdorf sind die Lebensmittelmärkte Edeka (ca. 2.480 m² inkl. Backshop) und Netto (ca. 900 m² inkl. Backshop) entlang der Königstraße sowie Rewe (ca. 3.700 m²) und Aldi (ca. 900 m²) im SUTI-Center ansässig. Des Weiteren befinden sich dort eine Bäckerei und ein dm-Markt (ca. 650 m²) sowie aus dem Nonfood-Bereich neben verschiedenen Boutiquen/ Fachgeschäften ein Tedi Nonfood-Discounter (ca. 500 m²) und die preisorientierten Filialisten Ernsting's family (ca. 250 m²) und Kik (ca. 400 m²). Entlang der Königsstraße sind darüber hinaus eine Metzgerei, zwei Bäckereien, ein Reformhaus, zwei Spezialitätenanbieter und eine Weinhandlung (zusammen ca. 280 m²) ansässig.

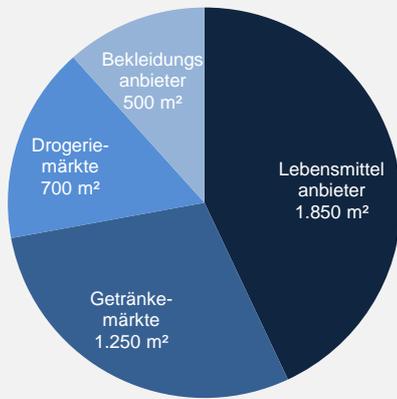
Westlich des Hauptzentrums liegt das Gewerbegebiet „Am Hellenkreuz“. Dort sind neben zwei Lebensmittelbetrieben (Aldi, Trinkgut jeweils mit ca. 800 m²) u. a. der Drogeriemarkt dm (ca. 550 m²) und der Bekleidungs-/ Textildiscounter Takko (ca. 600 m²) ansässig.



Dem Nahversorgungszentrum Merten sind die Lebensmittelmärkte nahkauf (ca. 620 m²) und Aldi (ca. 1.200 m²) sowie die Getränkemarkte Rewe (ca. 850 m² inkl. Backshop) und Getränke Segsneider (ca. 400 m²) zugeordnet. Ergänzt wird das Angebot um eine Bäckerei, den Drogeriemarkt dm (ca. 700 m²), den Bekleidungsanbieter Chris (ca. 500 m²) und weitere Fachgeschäfte.

Auswirkungsanalyse ■ Einzelhandelsentwicklung Swisttal-Heimerzheim

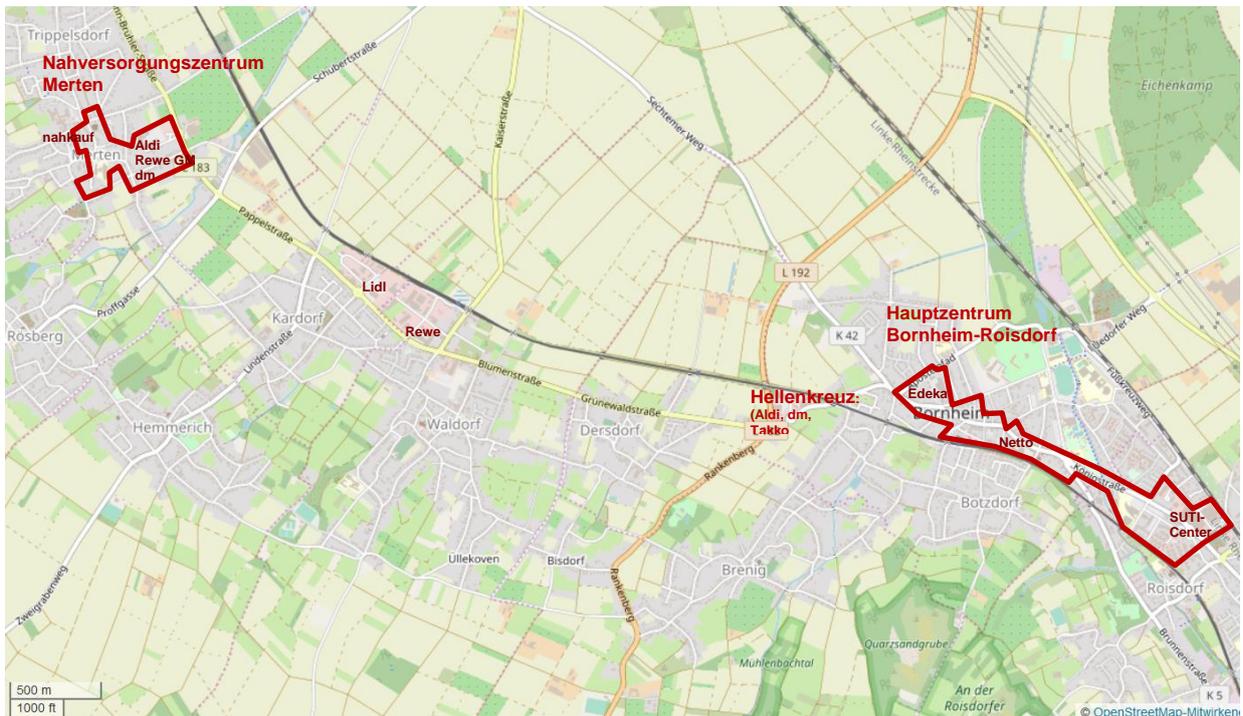
ZVB Merten



Wettbewerber im ZVB:

- Aldi Lebensmittelmarkt, ca. 1.200 m²
- Nahkauf Lebensmittelmarkt, ca. 620 m²
- Rewe Getränkemarkt, ca. 850 m² inkl. Backshop
- Getränke Segsneider, ca. 400 m²
- Bäckerei Voigt, ca. 30 m²
- dm Drogeriemarkt, ca. 700 m²
- Mode Chris Bekleidungsgeschäft, ca. 500 m²

Abbildung 10: Geschäftsbereiche in Bornheim



Quelle: BBE-Erhebungen 2018 (Kartengrundlage: OpenStreetMap)

Das Nahversorgungszentrum Hersel kann mit mehreren Lebensmittelmärkten (Edeka, Aldi, Lidl) und einem Drogeriemarkt (Rossmann) eine wohnortnahe Versorgung gewährleisten. Aufgrund der gegebenen

Distanzbezüge stehen die Herseler Angebotsstandorte allerdings nur noch in eingeschränkten Wettbewerbsbeziehungen zum Planvorhaben in Heimerzheim.

Neben den vorgenannten zentralen Versorgungsbereichen bestehen im Stadtgebiet von Bornheim noch Ergänzungsstandorte der Nahversorgung in den Ortsteilen Walberberg (Edeka mit Backshop, nahkauf, Getränkequelle), Sechtem (Rewe mit Backshop, Bäckerei), Kardorf (Lidl) und Waldorf (Rewe mit Backshop, Bäckerei, Metzgerei) und Roisdorf (Penny, Trinkgut).

Die wohnortnahe Versorgung ist im gesamten Stadtgebiet Bornheims gewährleistet, während die Einkaufsstadt keine bedeutsame übergemeindliche Ausstrahlungskraft entfalten kann.

5.4 Wettbewerber in Euskirchen

Das Einzelhandelsangebot in Euskirchen weist Schwerpunkte in der Innenstadt sowie an den dezentralen Sonderstandorten Roitzheimer Straße, Narzissenweg und Georgstraße auf. Darüber hinaus bestehen differenzierte Nahversorgungsstandorte (u. a. Gerberstraße/ Bendenstraße, Kessenicher Straße/ Jülicher Ring, Stotzheim, Kuchenheim, Flamersheim).

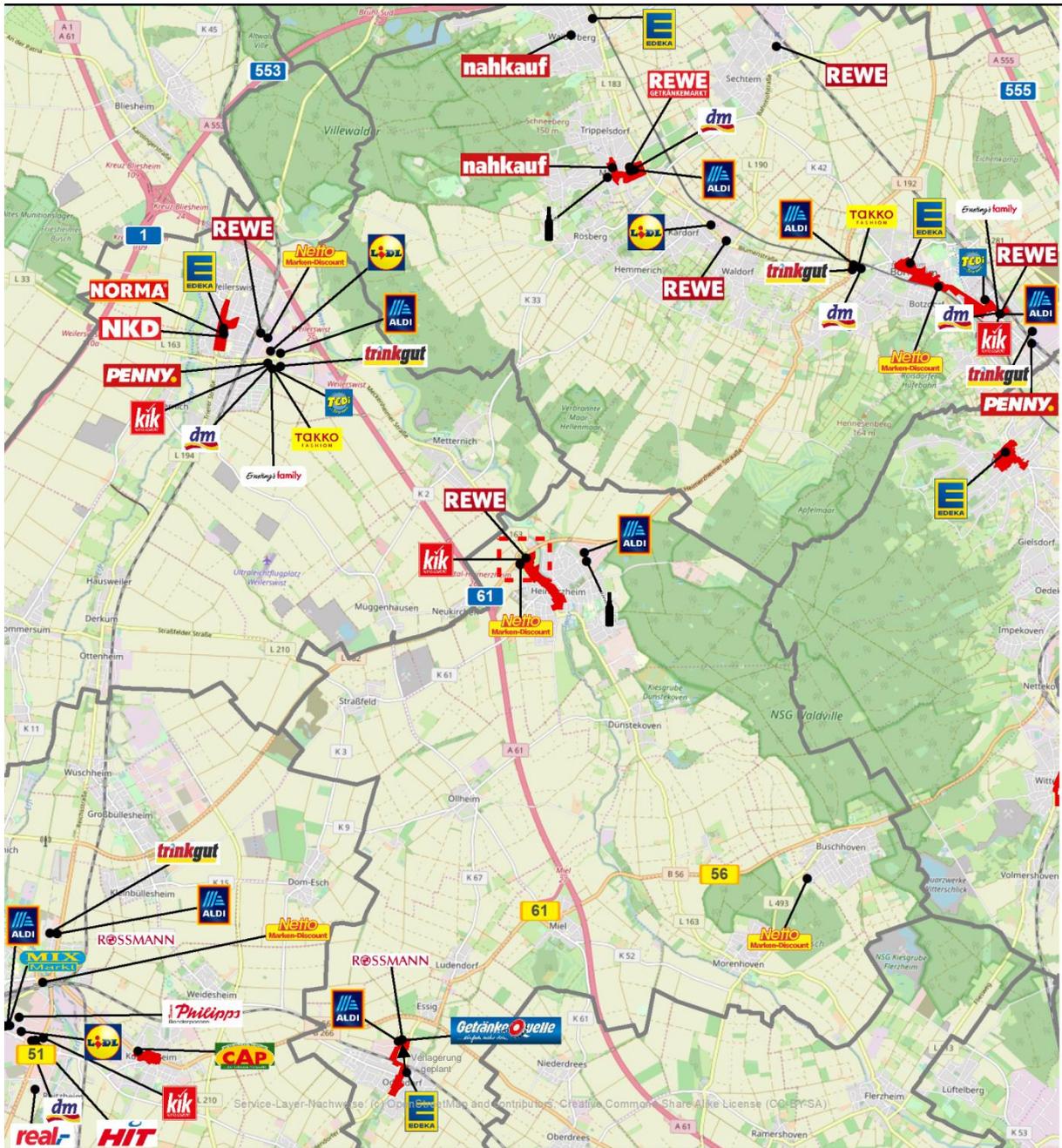
Der zentrale Versorgungsbereich der Euskirchener Innenstadt ist vor allem durch die Sortimente Bekleidung, Schuhe, Sport geprägt. Strukturprägende Betriebe stellen u. a. das Warenhaus Galeria Kaufhof sowie die Bekleidungsanbieter Prinz und C & A dar. Darüber hinaus sind zahlreiche Markenshops, Boutiquen und Bekleidungs-/ Textildiscounter (u. a. Kik, Ernsting's family) ansässig. Im Drogeriewarenangebot sind neben den Drogeriemärkten dm (ca. 500 m²) und Rossmann (ca. 600 m²) auch zwei Parfümerien vorhanden (u. a. Douglas, Becker). Im Bereich der Nonfood-Discounter besteht das Angebot von Euro Shop und Kodi. Weiterhin ist im Veybach-Center ist der Lebensmittelmarkt Rewe ansässig.

Die Stadt weist darüber hinaus drei dezentrale Sonderstandorte mit einem umfangreichen Fachmarktangebot auf. Im westlichen Stadtgebiet ist der Sonderstandort Georgstraße mit den Lebensmittelmärkten Hit und Aldi und mit dem Nonfood-Discounter Action gelegen. Im Sonderstandort Roitzheimer Straße konzentrieren sich die Lebensmittelmärkte Hit (ca. 3.300 m² zzgl. Getränkemarkt ca. 700 m²), Aldi (ca. 900 m²), Lidl (ca. 930 m²) und Mix Markt (ca. 700 m²), der Drogeriemarkt dm (ca. 650 m²), die Bekleidungsanbieter Robert Ley (ca. 1.400 m²) und Cube 115 (ca. 900 m²) sowie der Sonderpostenmarkt Thomas Philipps (ca. 800 m²). Der Sonderstandort Narzissenweg wird vor allem durch den real-Markt (ca. 5.000 m²) geprägt.

An der Kölner Straße sind mit Netto (ca. 800 m²) sowie im Bereich Kölner Straße/ Stresemannstraße mit Aldi (ca. 1.000 m²) und Trinkgut (ca. 700 m²) in der nördlichen Kernstadt weitere Einzelhandelsstandorte mit Ausstrahlung auf die benachbarten Siedlungsbereiche vorhanden.

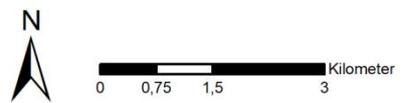
Auswirkungsanalyse ■ Einzelhandelsentwicklung Swisttal-Heimerzheim

Abbildung 11: Wettbewerbssituation im Überblick



Wettbewerbssituation in Swisttal-Heimerzheim und Umgebung

- Planstandort
- Zentrale Versorgungsbereiche
- Gemeindegrenzen



Kartengrundlage: Nexiga GmbH, 2006-2012, Esri BaseMaps

Quelle: BBE-Darstellung 2018

Auswirkungsanalyse ■ Einzelhandelsentwicklung Swisttal-Heimerzheim

Im Stadtteil Kleinbüllesheim hat die Stadt den Aufstellungsbeschluss für den Bebauungsplan 9/ Ortsteil Kleinbüllesheim für den Bereich zwischen Luxemburger Straße und L 182 im Dezember 2016 gefasst, der die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen für die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters mit 1.600 m² Verkaufsfläche, für ein Café und für eine Vorkassenzone mit 150 m² (u. a. Blumen/ Pflanzen, Zeitschriften/ Tabak/ Lotto-Toto) herstellen soll.

Die Stadt Euskirchen weist damit eine differenzierte Nahversorgung auf; mit der Innenstadt und den dezentralen Sonderstandorten bietet sie Geschäftsbereiche, die eine große räumliche Ausstrahlungskraft entfalten.

5.5 Fazit der Wettbewerbsanalyse

Im Fazit kann das Nahversorgungsangebot in der Gemeinde Swisttal aktuell nur eine eingeschränkte Versorgung sicherstellen. Auch im Bekleidungssegment weist die Gemeinde nur ein ausschnittweises Angebot auf.

Der Planstandort stellt für das nordöstliche Gemeindegebiet den wichtigsten Versorgungsstandort mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dar. Auch dem heutigen Aldi-Standort ist – trotz seiner Lage im Gewerbegebiet Heimerzheim-Nord – eine wichtige ergänzende wohnungsnaher Versorgungsbedeutung für die Bevölkerung in der östlichen Hanglage von Heimerzheim beizumessen.

Eine „eigene“ Nahversorgung besteht in den Ortsteilen Odendorf (zentraler Versorgungsbereich) sowie in Buschhoven (Nahversorgungsstandort Buschhoven/ Morenhoven). Darüber hinaus sind die Einwohner im südlichen Gemeindegebiet Richtung Bonn, Rheinbach und Euskirchen orientiert.

Die größten Versorgungsschwerpunkte mit Wettbewerbsbezug zum Planvorhaben in Heimerzheim stellen in der Nachbargemeinde Weilerswist das Gewerbegebiet Bonner Straße und das Fachmarktzentrum Weilerswist-Süd mit einer Kombination von Lebensmittelbetrieben und sonstigen Fachmärkten dar. Diese Einzelhandelsagglomeration strahlt weit über das Gemeindegebiet von Weilerswist hinaus.

Auch die Stadt Euskirchen weist mit den dezentralen Agglomerationsstandorten Roitzheimer Straße, Narzissenweg und Stresemannstraße ein Einzugsgebiet auf, das sich auf die benachbarten, ländlich strukturierten Ortschaften erstreckt.

Der Höhenzug des Vorgebirges bildet eine ausgeprägte siedlungsräumliche Zäsur, sodass im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren nur geringe Einkaufsverflechtungen zwischen den Versorgungsstandorten Swisttal und Bornheim bestehen.

Die beiden Nachbarkommunen weisen weitgehend komplementäre Angebotsstrukturen auf, sodass Kunden aus Bornheim nur in geringem Maße auf den Einzelhandel in Swisttal und umgekehrt die Swisttaler Bevölkerung nur schwach auf die Bornheimer Angebotsstandorte orientiert sind.

Eine Ausnahme bildet der Angebotsstandort „Am Hellenkreuz“ am nordwestlichen Ortsrand des Ortsteils Bornheim. Die Fachmarkttagglomeration mit Aldi-Süd, dm, Takko, Deichmann und Trinkgut nimmt eine verkehrsgünstige Lage in direkter Sichtbeziehung zur Hauptverkehrsachse L182/ L192 ein, die eine wichtige Verbindung zwischen Euskirchen, der BAB 61, Heimerzheim, Bornheim und der Anschlussstelle Wesseling (BAB 555) darstellt. Aufgrund dieser Verkehrsbeziehung ist davon auszugehen,

Auswirkungsanalyse ■ Einzelhandelsentwicklung Swisttal-Heimerzheim

dass das Fachmarktzentrum „Am Hellenkreuz“ heute auch Nachfragepotenziale aus dem engeren Einzugsgebiet des Planvorhabens in Heimerzheim bindet und deshalb als relevanter Wettbewerbsstandort zu beachten ist.

Der in Heimerzheim geplante Nonfood-Discounter steht aufgrund seiner Angebotsschwerpunkte im Bereich des mittel- und langfristigen Bedarfs in großräumigeren Wettbewerbsbeziehungen, insbesondere zu Anbietern der gleichen Betriebsform in Weilerswist, Euskirchen und Bornheim.

Abbildung 12: Wettbewerber nach Standortbereichen

Standort	Lebensmittel-anbieter		Getränkemärkte		Drogeriemärkte/ Parfümerien		Bekleidungs-anbieter		Nonfood-Discounter	
	VK in m ²	Umsatz in Mio. €	VK in m ²	Umsatz in Mio. €	VK in m ²	Umsatz in Mio. €	VK in m ²	Umsatz in Mio. €	VK in m ²	Umsatz in Mio. €
ZVB Heimerzheim*	2.250	11,8	-	-	-	-	520	0,8	-	-
GW Heimerzheim-Nord	800	8,0	250	1,1	-	-	-	-	-	-
ZVB Odendorf* (inkl. Edeka-Verlagerung)	2.600	16,8	320	0,6	600	3,5	-	-	-	-
Odendorf sonst. Standort	-	-	-	-	-	-	30	0,1	-	-
Buschhoven Nahversorgung	800	3,6	-	-	-	-	-	-	-	-
Weilerswist Ortskern*	2.430	10,4	-	-	-	-	380	0,7	-	-
Weilerswist GW-Süd	6.080	32,3	700	2,5	600	4,2	1.400	2,3	450	0,7
Bornheim ZVB Bornheim-Roisdorf*	8.260	38,0	-	-	650	4,2	1.400	3,1	500	0,5
Bornheim-Hellenkreuz	800	9,0	800	2,5	550	5,0	600	1,1	-	-
Bornheim ZVB Merten*	1.850	12,5	1.250	2,7	700	5,2	500	1,3	-	-
Euskirchen Stresemannstr./ Roitzheimer Str./ Narzissenweg	12.630	68,9	1.400	3,8	650	4,0	2.950	6,4	800	1,3
Untersuchungsraum gesamt	38.500	211,3	4.720	13,2	3.750	26,1	7.780	15,8	1.750	2,5

ZVB: zentraler Versorgungsbereich (Hauptzentrum bzw. Stadtteilzentrum)
VK: Verkaufsfläche
* inkl. kleinteiliger Einzelhandel (u. a. Bäckereien, Metzgereien, Boutiquen)
Quelle: BBE-Berechnungen 2019

Im Fazit werden die geplante Einzelhandelsbetriebe vor allem mit den entsprechenden Versorgungsstandorten in den Nachbarkommunen in Wettbewerb treten, die aktuell eine ergänzende Versorgung der Bevölkerung in der Gemeinde Swisttal sicherstellen.

6 Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung

6.1 Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial

Das **Einzugsgebiet** der projektierten Einzelhandelsbetriebe umfasst den Raum, aus dem diese den überwiegenden Teil ihres Umsatzes generieren werden und dadurch einen - im Vergleich zum Wettbewerb - hohen Marktanteil erreichen. Es markiert somit denjenigen Teilraum, in dem die Planvorhaben eine hohe Versorgungsbedeutung für die Wohnbevölkerung übernehmen.

Unter Berücksichtigung der Angebots- und Nachfragesituation wird gutachterlicherseits das Einzugsgebiet für das Untersuchungsobjekt prognostiziert. Dabei sind für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung grundsätzlich folgende Faktoren von Bedeutung:

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung in den geplanten Sortimentsbereichen,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,¹⁴
- die projektrelevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Anbieter im Standortumfeld,
- die Attraktivität der Projektvorhaben, die u. a. durch die Dimensionierung, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad der Betreiber bestimmt wird,
- die Qualität des Projektstandortes, die u. a. aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten sowie aus vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen ausgehend von z. B. topographischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten,
- traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung,
- die zentralörtliche Funktion der Gemeinde.

Ein Einzugsgebiet ist grundsätzlich nicht als statisches Gebilde anzusehen, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil eines Betriebes/ Standortverbundes stammt. Darüber hinaus können diffuse Zuflüsse von außerhalb erwartet werden.

Bei der Abgrenzung des projektrelevanten Einzugsgebietes kann auf Erhebungen im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes 2009 zurückgegriffen werden (vgl. Abbildung 13). Demnach ist die Einkaufsorientierung bei Lebensmitteln auf den Geschäftsstandort Heimerzheim bei den Bürgern aus

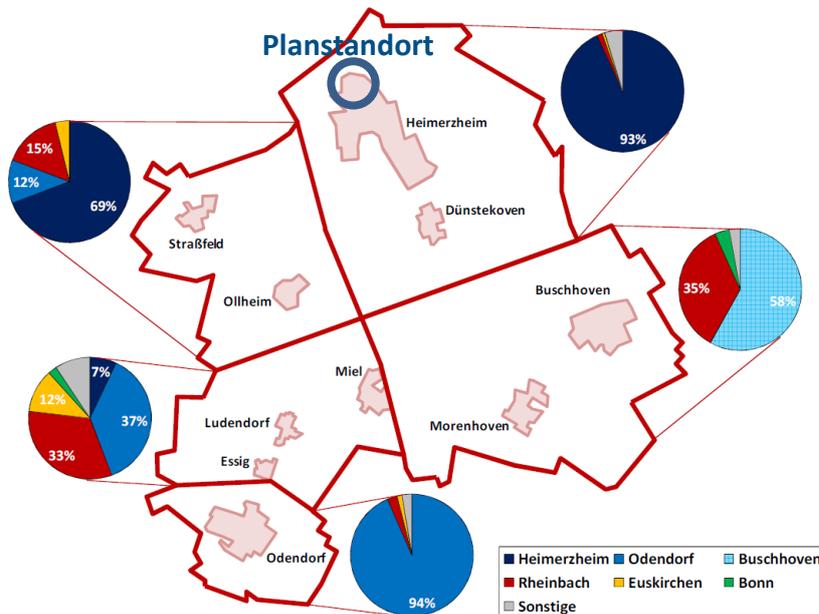
¹⁴ Mit zunehmender Häufigkeit der Bedarfsdeckung und abnehmendem spezifischen Wert des nachgefragten Gutes nimmt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand ab. Demzufolge sind bei einem Angebot der Grundversorgung die Aktionsradien räumlich enger als bei Angeboten des längerfristigen Bedarfsbereichs (z. B. Möbelsortiment).

Auswirkungsanalyse ■ Einzelhandelsentwicklung Swisttal-Heimerzheim

Heimerzheim und Dünstekoven mit ca. 93 % sehr hoch. Darüber hinaus sind auch die Einwohner aus Straßfeld und Ollheim mit ca. 69 % überwiegend auf Heimerzheim ausgerichtet.

Im Bereich des Lebensmitteleinkaufs kann der Geschäftsstandort Heimerzheim damit Nahversorgungsfunktionen für Heimerzheim/ Dünstekoven sowie Straßfeld/ Ollheim übernehmen. Darüber hinaus werden Streuumsätze auch mit Kunden aus dem sonstigen Gemeindegebiet (u. a. Essig, Ludendorf, Miel) erzielt.

Abbildung 13: Einkaufsorientierung der Swisttaler Bevölkerung beim Einkauf von Lebensmitteln



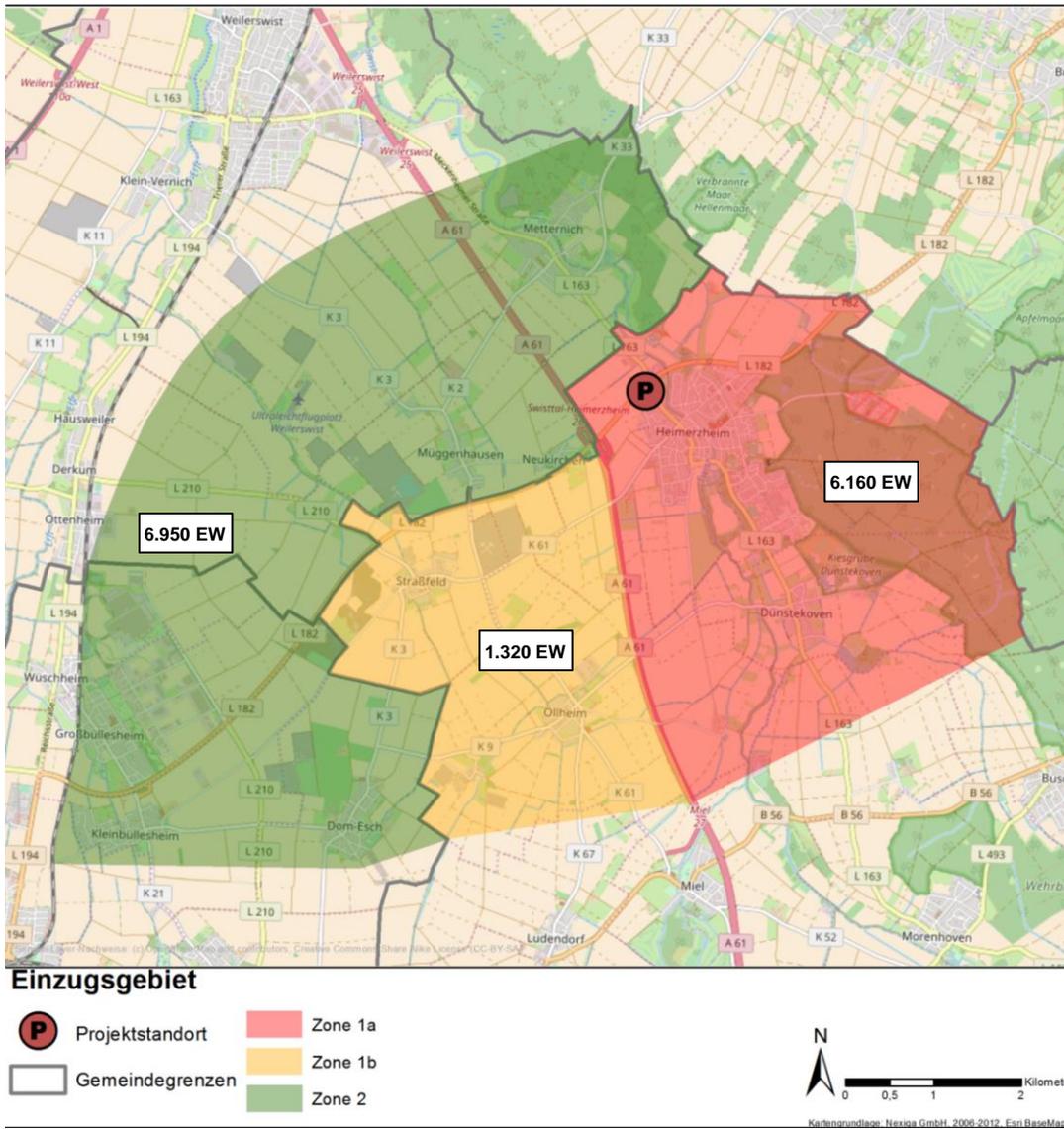
Quelle: CIMA-Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Swisttal, 2009, Seite 24

Unter Berücksichtigung dieser Ergebnisse sowie der Standort- und Wettbewerbssituation lässt sich ein Naheinzugsgebiet (Zone 1 a) abgrenzen, das sich auf die Ortschaften Heimerzheim und Dünstekoven mit ca. 6.900 Einwohner bezieht (vgl. Abbildung 14). Der Zone 1 b werden die westlich benachbarten Ortschaften Straßfeld und Ollheim mit ca. 1.230 Einwohnern zugeordnet, die keine eigene Nahversorgungs-ausstattung aufweisen.

Die übergemeindliche Ausstrahlungskraft bezieht sich auf die benachbarten Ortschaften. So umfasst das erweiterte Einzugsgebiet (Zone 2) die nördlich benachbarten Ortschaften Metternich und Müggenhausen der Gemeinde Weilerswist sowie die westlich benachbarten Ortschaften Dom-Esch, Kleinbüllesheim und Großbüllesheim der Stadt Euskirchen mit zusammen ca. 6.930 Einwohnern.

Für diese Euskirchener Ortschaften ist zwar perspektivisch mit einer Verbesserung der Nahversorgung durch Ansiedlung des geplanten Supermarktes in Kleinbüllesheim zu rechnen, gleichwohl wird der Untersuchungsstandort in Heimerzheim aufgrund des Angebotsmixes zumindest einen Teil der Kaufkraft auch nach der Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung in Kleinbüllesheim binden können. Darüber hinaus sind nur geringe Streuumsätze mit sonstigen Kunden zu berücksichtigen.

Abbildung 14: Einzugsgebiet des Planvorhabens



Quelle: BBE-Darstellung 2018

Das **vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen** errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet mit den durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgabenbeträgen von aktuell 2.389 € für Nahrungs- und Genussmittel, 348 € für Drogerie- und Parfümeriewaren bzw. 538 € für das Bekleidungs Sortiment, gewichtet mit den ortsspezifischen Kaufkraftkennziffern. Für einen Nonfood-Discounter können Pro-Kopf-Ausgaben von ca. 2.800 € pro Jahr angesetzt werden, da das Angebot dieses Betriebstyps rd. 60 – 70 % aller Nonfood-Warengruppen des Einzelhandels umfasst.¹⁵

¹⁵ Ein Nonfood-Discounter führt i.d.R. keine pharmazeutischen, medizinischen, orthopädischen Artikel, Elektrogroßgeräte, Computer, Uhren/Schmuck, Optik, Bettwaren (Lattenroste, Matratzen, Oberbetten), Kinderwagen, Antiquitäten, Kunstgegenstände und nur ein sehr ausschnittweises Lebensmittelsortiment.

Auswirkungsanalyse ■ Einzelhandelsentwicklung Swisttal-Heimerzheim

Die Höhe der **Kaufkraftkennziffer** wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer stellt unabhängig von der Gemeindegröße das Verhältnis des in Swisttal verfügbaren Netto-Einkommens zum Gesamteinkommen in Deutschland dar, welches für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht. Die Kaufkraftkennziffer für Nahrungs- und Genussmittel liegt in Swisttal bei 102,6 und somit leicht über dem Bundesdurchschnitt (= 100,0). Auch für Drogerie-/ Parfümeriewaren (100,5) sowie Bekleidungsartikel (105,4) besteht ein überdurchschnittliches Kaufkraftniveau. Auch in Weilerswist liegt das Kaufkraftniveau geringfügig über dem Durchschnitt, während die Stadt Euskirchen ein leicht unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau aufweist.

Unter Berücksichtigung der erläuterten Parameter steht im abgegrenzten Einzugsgebiet ein **Kaufkraftvolumen** in Höhe von ca. 36,2 Mio. € im Jahr für Nahrungs- und Genussmittel, von ca. 5,1 Mio. € für Drogerie-/ Parfümerieartikel, von ca. 8,3 Mio. € für Bekleidung sowie von ca. 43,6 Mio. € für einen Non-food-Discounter-typischen Sortimentsmix zur Verfügung.

Abbildung 15: Kaufkraftvolumen

Zone	Einwohner	Nahrungs- und Genussmittel	Drogerie-/ Parfümeriewaren	Bekleidung	Nonfood-Discount-Sortiment
	abs.	Kaufkraft in Mio. €			
Zone 1 a: Heimerzheim/ Dünstekoven	6.950	17,0	2,4	3,9	20,4
Zone 1 b: Straßfeld/ Ollheim	1.320	3,2	0,4	0,7	3,7
Zone 2: übergemeindliches Einzugsgebiet*	6.930	16,0	2,3	3,7	19,5
Einzugsgebiet gesamt	15.060	36,2	5,1	8,3	43,6

* Weilerswist-Metternich/ -Müggenhausen und Euskirchen-Dom-Esch/ -Klein-/ -Großbüllesheim
 Quelle: BBE-Berechnungen unter Verwendung von IFH-Pro-Kopf-Ausgaben/ MBR-Kaufkraftkennziffern

6.2 Marktabschöpfung und Umsatzleistung des Planvorhabens

Unter Berücksichtigung der vorhandenen Wettbewerbsstrukturen im Untersuchungsraum werden die von den geplanten Einzelhandelsbetrieben innerhalb der Teilräume des Einzugsgebietes realisierbaren Marktanteile (Kaufkraftbindungsquoten) prognostiziert und auf dieser Basis die zu erwartenden Umsätze abgeleitet.

Auswirkungsanalyse ■ Einzelhandelsentwicklung Swisttal-Heimerzheim

Unter Berücksichtigung dieser Faktoren kann der erweiterte **Rewe Lebensmittelsupermarkt** im Nah-einzugsgebiet (Zone 1 a: Heimerzheim/ Dünstekoven sowie Zone 1 b: Straßfeld/ Ollheim) eine Kaufkraftbindung von ca. 12 - 17 % bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten erreichen. Im übergemeindlichen Einzugsgebiet (Zone 2: Weilerswist-Metternich/ Müggenhausen und Euskirchen-Dom-Esch/ Klein-/ Großbüllesheim) ist aufgrund der räumlichen Entfernung eine Kaufkraftbindung von ca. 6 % realistisch. Insgesamt entspricht dies einem Umsatz von voraussichtlich ca. 4,7 Mio. € im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente.

Unter Berücksichtigung von Streuumsätzen und Umsätzen mit einem begrenzten Nonfood-Sortiment beläuft sich die Umsatzerwartung des erweiterten Supermarktes auf ca. 5,5 Mio. €. Bei einer Verkaufsfläche von ca. 1.300 m² kann der Supermarkt mit ca. 4.200 € Umsatz je m² Verkaufsfläche eine im Rewe-Vergleich überdurchschnittliche Flächenleistung erzielen.¹⁶

Der **Rewe Getränkemarkt** kann rd. 1 - 3 % der vorhandenen Kaufkraft binden, sodass sich der Umsatz nach der Neuaufstellung auf ca. 0,9 Mio. € belaufen wird und damit über dem Getränkemarkt-typischen Durchschnittswert liegen wird.¹⁷ In der Gesamtbetrachtung erreicht der Rewe Super- und Getränkemarkt einen Umsatz von voraussichtlich ca. 6,4 Mio. € und damit eine Flächenleistung von ca. 3.600 € je m² Verkaufsfläche, die unter den Rewe-Durchschnittswerten zurückbleibt.

Für den **Aldi Lebensmitteldiscounter** ist eine nahversorgungsrelevante Kaufkraftbindung im nördlichen Gemeindegebiet von Swisttal (Zone 1 a/b) von ca. 23 % zu erwarten. Im Nahbereich (Zone 1 a) liegt der zu erwartende Marktanteil dabei bei ca. 24 % (Nahrungs- und Genussmittel) bzw. 15 % (Drogeriewaren). In den benachbarten Ortschaften der Zone 1 b macht sich die räumliche Entfernung in einer leicht geringeren Marktdurchdringung (ca. 16 bzw. 11 %) bemerkbar. Die nahversorgungsrelevante Kaufkraftbindung in den Ortschaften von Weilerswist und Euskirchen (Zone 2) liegt mit ca. 9 % auf deutlich geringerem Niveau; hier macht sich die räumliche Nähe von Einkaufsalternativen bemerkbar. Unter Berücksichtigung von Streuumsätzen und Nonfood-Umsätzen beläuft sich die Umsatzerwartung des projektierten Discountmarktes auf ca. 9,0 Mio. €. Damit kann eine unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten tragfähige Umsatzleistung erreicht werden. Der durchschnittliche Umsatz einer Aldi-Filiale liegt bei ca. 9,0 Mio. €, die durchschnittliche Flächenleistung von Aldi-Süd von ca. 10.410 € je m² Verkaufsfläche kann jedoch nicht erreicht werden.¹⁸

¹⁶ Im Durchschnitt erzielen die deutschen Supermärkte eine Flächenleistung von ca. 4.200 € je m² Verkaufsfläche (vgl. EHI Handelsdaten aktuell 2019). Die Rewe-Filialen erwirtschaften auf einer Verkaufsfläche von durchschnittlich ca. 1.500 m² einen Durchschnittsumsatz von ca. 6,0 Mio. € (vgl. Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report Germany 2019/2020).

¹⁷ Der Durchschnittsumsatz eines Getränkeabholmarktes liegt in Deutschland bei ca. 0,6 Mio. € (vgl. Statista, Getränkehandel in Deutschland, Stand 2018).

¹⁸ vgl. Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report Germany 2019/2020

Auswirkungsanalyse ■ Einzelhandelsentwicklung Swisttal-Heimerzheim

Abbildung 16: Prognoseumsätze und erwartete Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet (Lebensmittel-/ Drogeriemärkte - BBE-Prognose)

Betrieb/ Sortiment	Kaufkraft	Rewe		Rewe Getränkemarkt		Aldi		Netto		dm		Lebensmittel-/ Drogeriemärkte gesamt	
		Marktanteil	Umsatz	Marktanteil	Umsatz	Marktanteil	Umsatz	Marktanteil	Umsatz	Marktanteil	Umsatz	Marktanteil	Umsatz
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €
Zone 1a: Nahrungs- und Genussmittel	17,0	18	3,0	3	0,5	24	4,1	12	2,1	2	0,3	59	10,0
Zone 1a: Drogeriewaren	2,4	10	0,2	-	-	15	0,4	7	0,2	35	0,8	67	1,6
Zone 1b: Nahrungs- und Genussmittel	3,2	12	0,4	2	0,1	16	0,5	6	0,2	2	(*)	38	1,2
Zone 1b: Drogeriewaren	0,4	9	(*)	-	-	11	(*)	4	(*)	35	0,2	59	0,2
Zone 2: Nahrungs- und Genussmittel	16,0	6	1,0	1	0,2	10	1,6	5	0,8	1	0,1	23	3,7
Zone 2: Drogeriewaren	2,3	6	0,1	-	-	6	0,1	3	0,1	28	0,7	43	1,0
Einzugsgebiet gesamt	41,3	11	4,7	2	0,8	14	6,7	8	3,4	5	2,1	43	17,7
Streuumsätze	./.	./.	0,4	./.	0,1	./.	0,8	./.	0,4	./.	0,5	./.	2,2
Nahversorgungsrelevante Sortimente gesamt	./.	./.	5,1	./.	0,9	./.	7,5	./.	3,8	./.	2,6	./.	19,9
Sonstige Sortimente ¹	./.	./.	0,4	./.	-	./.	1,5	./.	0,2	./.	0,9	./.	3,0
Planvorhaben gesamt	./.	./.	5,5	./.	0,9	./.	9,0	./.	4,0	./.	3,5	./.	22,9

¹ Aktionswaren, Schreibwaren, Haushaltswaren, Zeitschriften, Foto/ Media, Dekoration/ Kerzen, Schmuck/ Textilien
 (*) marginal
 Quelle: BBE-Berechnungen unter Verwendung von IFH-Pro-Kopf-Ausgaben/ MBR-Kaufkraftkennziffern

Auswirkungsanalyse ■ Einzelhandelsentwicklung Swisttal-Heimerzheim

Der projektierte **Netto Lebensmittelmarkt** kann im Nahbereich (Zone 1a und 1b) eine Kaufkraftbindung von ca. 10 - 12 % bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten erreichen. Auch in den benachbarten Ortschaften von Weilerswist und Euskirchen (Zone 2) kann der Netto-Markt ca. 5 % der verfügbaren Kaufkraft für Nahrungs- und Genussmitteln/ Drogeriewaren binden. Insgesamt entspricht dies einem Umsatz von ca. 4,0 Mio. €.

Für den projektierten Drogeriemarkt können angesichts der geringeren regionalen Ausstattung mit vergleichbaren Anbietern geringfügig höhere Marktanteile (ca. 35 % der Drogeriekaufkraft in der nördlichen Gemeinde Swisttal sowie ca. 28 % im übergemeindlichen Einzugsgebiet) erzielt werden. Der Maximalumsatz des Drogeriemarktes ist auf ca. 3,5 Mio. € zu prognostizieren. Damit erreicht der geplante Drogeriemarkt das Durchschnittsniveau eines Rossmann Drogeriemarktes (ca. 3,2 Mio. €) und unterschreitet den dm-Durchschnittsfilialumsatz (ca. 4,2 Mio. €) um ca. 17 %.¹⁹ Die angesetzten Marktanteile sind angesichts der Wettbewerbs- und Siedlungsstruktur jedoch als realistische Maximalwerte zu bewerten.

Abbildung 17: Prognoseumsätze und erwartete Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet (Bekleidungsfachmarkt/ Nonfood-Discounter - BBE-Prognose)

Zone	Bekleidungsfachmarkt			Nonfood-Discounter		
	Kaufkraft	Marktanteil	Umsatz	Kaufkraft	Marktanteil	Umsatz
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €
Zone 1 a: Heimerzheim/ Dünsteko- koven	3,9	10	0,4	20,4	7	1,4
Zone 1 b: Straßfeld/ Ollheim	0,7	8	0,1	3,7	6	0,2
Zone 2: übergemeindliches Einzugsgebiet*	3,7	3	0,1	19,5	4	0,8
Einzugsgebiet gesamt	8,3	7	0,6	43,6	6	2,4
Streuumsätze	./.	./.	0,1	./.	./.	0,6
Kernsortiment gesamt	./.	./.	0,7	./.	./.	3,0
Sonstige Sortimente ¹	./.	./.	0,2	./.	./.	./.
Planvorhaben gesamt	./.	./.	0,9	./.	./.	./.

¹ u. a. Haushaltswaren, Haustextilien, Spiel- und Schreibwaren
 Quelle: BBE-Berechnungen unter Verwendung von IFH-Pro-Kopf-Ausgaben/ MBR-Kaufkraftkennziffern

¹⁹ Vgl. Statista, Datenstand: 2019

Auswirkungsanalyse ■ Einzelhandelsentwicklung Swisttal-Heimerzheim

Der zu untersuchende Bekleidungsmarkt wird bei Unterstellung realistischer Marktanteile mit max. 0,9 Mio. € einen Umsatz auf dem Durchschnittsniveau dieser Betriebsform erreichen können.

Für einen Nonfood-Discountmarkt ist ein Planumsatz von max. 3,0 Mio. € zu prognostizieren, sodass auch der Durchschnittsumsatz des als sehr leistungsfähig einzuschätzenden Anbieters Action erreicht werden kann.²⁰ Der Nonfood-Discounter weist aufgrund der Vielzahl von Sortimenten keinen ausgeprägten Umsatzschwerpunkt auf. Für die einzelnen Sortimente liegen die Umsatzerwartungen bei max. 0,1 – 0,5 Mio. € (vgl. Abbildung 18).

Abbildung 18: Prognoseumsätze eines Nonfood-Discounters nach Sortimenten

Sortiment	Ø Umsatzerwartung	Ø Anteil
	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	0,2	7
Körperpflege, Wasch-/Reinigungsmittel	0,5	17
Bekleidung/Schuhe	0,5	17
Haushaltswaren/ Glas/ Porzellan/ Keramik	0,3	10
Dekorations-/Saisonartikel	0,2	7
Spielwaren & Unterhaltung	0,3	10
Schreib-/Bürowaren & Hobby	0,2	7
Haus-/Bett-/Badtextilien	0,1	3
Multimedia/Fun	0,1	3
Baumarkt, Autozubehör	0,3	10
Tierbedarf, Gartenartikel	0,3	10

Quelle: BBE-Berechnungen unter Zugrundlegung des Sortimentskonzeptes eines Action-Marktes, Rundungsdifferenzen möglich

²⁰ Nach Angaben im Hahn-Report 2010/11 belaufen sich die durchschnittlichen Filialumsätze bei den größeren filialisierten Anbietern (Tedi, Thomas Philipps, Euroshop, Kodi, Jawoll) auf ca. 0,3 - 2,0 Mio. €. Im Durchschnitt erzielen diese Nonfood-Discountmärkte einen Umsatz von ca. 0,6 Mio. € je Betriebsstätte und eine Flächenleistung von 750 – 1.000 € je m² Verkaufsfläche. Laut Angaben der Firma Action betrug der durchschnittliche Filialumsatz einer Action-Filiale im Jahr 2015 rd. 2,1 Mio. €.

Auswirkungsanalyse ■ Einzelhandelsentwicklung Swisttal-Heimerzheim

Für die unterdurchschnittliche Umsatzerwartung der geplanten Lebensmittel- und sonstigen Fachmärkte in Swisttal-Heimerzheim nach der BBE-Prognose sind die ausgeprägte Wettbewerbssituation im Umland und das geringe erzielbare Marktpotenzial ausschlaggebend. Gleichwohl soll für eine **Worst-Case-Betrachtung** angenommen werden, dass die projektierten Betriebe – trotz der über den betrieblichen Durchschnittsgrößen liegenden Verkaufsflächen – Umsätze erzielen können, die den **durchschnittlichen Flächenleistungen** der Anbieter entsprechen. Damit werden in die Umsatzumverteilungs-Prognose für den **Rewe Super- und Getränkemarkt** ein **Gesamtumsatz von ca. 7,3 Mio. €**, für den **Aldi-Markt** ein Umsatz von **ca. 12,5 Mio. €** und für den **Netto-Markt** ein Umsatz von **ca. 4,4 Mio. €** und für den dm-Markt ein Umsatz von **5,4 Mio. €** unterstellt. Unter Berücksichtigung von Streuumsätzen und Umsätzen mit Nonfood-Sortimenten würden diese Umsätze eine Kaufkraftbindung von ca. 55 % der im Einzugsgebiet verfügbaren nahversorgungsrelevanten Kaufkraft voraussetzen.

Diese Umsatzleistungen sind vor dem Hintergrund der Siedlungs- und Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum sowie der zu erwartenden Ausstrahlungskraft und des erreichbaren Einzugsgebietes als nicht realisierbar zu bewerten.

Gleichwohl wird dieser theoretische Prognoseansatz als Worst-Case maximaler Wettbewerbsschwächen in die folgende Auswirkungsanalyse eingestellt.

Die Gegenüberstellung der Umsätze der ansässigen Betriebe und der Planumsätze im unterstellten Worst-Case zeigt, dass vor allem durch die beiden neuen Betriebstypen – Drogeriemarkt (ca. 5,4 Mio. €) und Nonfood-Discountmarkt (ca. 3,0 Mio. €) – eine deutliche Umsatzsteigerung ausgelöst wird. Die Lebensmittelmärkte können durch die Neuaufstellung insgesamt einen Zusatzumsatz in Höhe von ca. 2,5 Mio. € erzielen:

	Bestand	Planung (Worst-Case)
■ Rewe-Super- und Getränkemarkt	5,4 Mio. €	7,3 Mio. €
■ Verlagerung/ Erweiterung Aldi-Discountmarkt	8,0 Mio. €	12,5 Mio. €
■ Verlagerung/ Erweiterung Netto-Discountmarkt	3,5 Mio. €	4,4 Mio. €
■ Neubau dm-Drogeriemarkt	-	5,4 Mio. €
■ Verlagerung/ Erweiterung Kik-Textilfachmarkt	0,8 Mio. €	0,9 Mio. €
■ Nachnutzung durch Nonfood-Discountmarkt	-	3,0 Mio. €
■ Planvorhaben gesamt	17,7 Mio. €	33,5 Mio. €

7 Auswirkungsanalyse

7.1 Umsatzumverteilungseffekte

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 innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Heimerzheim.

Auf der Basis dieses Simulationsmodells können Aussagen darüber getroffen werden, welche Standorte bei Realisierung des Geschäftszentrums in welchem Umfang durch Umsatzeinbußen betroffen sein werden.

Im Rahmen der Prognose ist vorauszusetzen, dass der Umsatz, der im Realisierungsfall am Planstandort gebunden wird, zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht. Denn weder ein erweiterter noch ein neuer Anbieter vergrößert den verfügbaren "Kaufkraftkuchen", sondern sorgt lediglich für eine räumliche Umverteilung des Umsatzes. Dies ist grundsätzlich als ein rechtlich tolerierbarer Wettbewerbseffekt zu sehen; sollten aber die vom Vorhaben induzierte Umsatzumverlagerungen dazu führen, dass andere zentrale Versorgungsbereiche oder die wohnungsnaher Versorgung anderenorts unzumutbar beeinträchtigt werden, können sich dadurch städtebaulich negative Auswirkungen ergeben und die Genehmigungsfähigkeit des Vorhabens infrage gestellt werden.

Bei der Einschätzung der zu erwartenden Umsatzverlagerungseffekte werden folgende Annahmen zugrunde gelegt:

- Die durch die Erweiterungs-/ Ansiedlungsplanungen hervorgerufenen Umsatzverlagerungen gehen in erster Linie zu Lasten derjenigen Wettbewerber, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen. Dies bedeutet, dass als Hauptwettbewerber der Lebensmittelmärkte in erster Linie größere Lebensmittelmärkte anzusehen sind. Dabei ist von Bedeutung, dass es sich um Verlagerungen/ Erweiterungen handelt, die regelmäßig nur zu marginalen Änderungen der Einkaufsgewohnheiten führen und die die Verbraucher nicht veranlassen, die Zahl ihrer Einkäufe bei anderen Betriebstypen (z. B. Ladenhandwerk, Obst- und Gemüsegeschäften, Bio-Läden, Feinkostgeschäften usw.) zu reduzieren.

Den Drogerieabteilungen der ansässigen Lebensmittelmärkte fällt aktuell eine ergänzende Versorgungsbedeutung zu, da im Untersuchungsraum nur eine geringe Drogeriemarktdichte festzustellen ist. Demgemäß werden sich die Wettbewerbswirkungen des projektierten Drogeriemarktes gleichermaßen auf Lebensmittelmärkte wie auf Drogeriemärkte im Umfeld beziehen.

Die Wettbewerbswirkungen der Erweiterung des Bekleidungsmarktes werden sich ebenfalls vor allem auf die Nachbarkommunen mit einem entsprechenden Fachmarktangebot beziehen. Aufgrund der unterschiedlichen Zielgruppenansprache sind die ansässigen Boutiquen nur marginal von Wettbewerbsveränderungen betroffen. Der zu untersuchende Nonfood-Discounter wird in einen intensiven Wettbewerb zu preisaggressiven Fachmärkten treten.

- Mit zunehmender Entfernung des Projektstandortes nimmt die Stärke der Umsatzverlagerungseffekte ab. Dies bedeutet, dass Einzelhandelsbetriebe im näheren Umfeld des Projektstandortes stärker von Umsatzverlagerungen betroffen sind als weiter entfernt gelegene Einzelhandelsbetriebe.

Dieser Annahme liegt der Erfahrungswert zugrunde, dass für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben mit zunehmender Zeitdistanz und dem hiermit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird. Die Zeitdistanzempfindlichkeit der einzelnen Sortimente ist jedoch unterschiedlich und wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt. So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs - wie z. B. Lebensmittel und Drogeriewaren - aufgrund des relativ niedrigen Warenwertes sowie der vergleichsweise hohen Einkaufshäufigkeit eine hohe Zeitdistanzempfindlichkeit auf. Die Folge hiervon ist, dass bereits nach relativ geringer Zeitdistanz die Nachfrage nach diesen Gütern deutlich abnimmt.

Für den Einkauf von Bekleidung ist eine stärkere Differenzierung der Einkaufsorientierungen festzustellen, bei dem neben den benachbarten Einkaufsorten auch dem Einkauf in Großstädten und im Internet²¹ eine Bedeutung beizumessen ist. Der zu untersuchende Nonfood-Discounter kann aufgrund seines auf das untere Preissegment spezialisierten Sortimentes nur einen Teil der spezialisierten Nachfrage decken.

Die nachfolgenden Betrachtungen verstehen sich als Worst-Case-Szenario. Dabei wird unterstellt, dass das Planvorhaben eine hohe Leistungsfähigkeit sowie starke Agglomerationswirkungen erreicht und damit die denkbar stärksten Auswirkungen auf städtebaulich integrierte Wettbewerber in anderen zentralen Versorgungsbereichen und an Nahversorgungsstandorten entfaltet werden.

²¹ Lt. HDE-Online-Monitor 2017 liegt der Onlineumsatz-Anteil bei Fashion & Accessoires in Deutschland aktuell bei 23,5 %.

Auswirkungsanalyse ■ Einzelhandelsentwicklung Swisttal-Heimerzheim

Zugrunde gelegt werden dabei Zielumsätze, die den durchschnittlichen Flächenleistungen jeweiligen Filialnetze entsprechen. Angesichts des verfügbaren Marktpotenzials und der vergleichsweise hohen Wettbewerbsdichte sind diese Umsatzgrößen aus absatzwirtschaftlicher Sicht zwar nicht zu erwarten, werden aber gleichwohl zur Worst-Case-Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen angelegt.

Die projektierte Erweiterung/ Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben wird zu einer Festigung der Versorgungsbedeutung des zentralen Versorgungsbereiches in Heimerzheim führen. Durch eine Angebotsergänzung in den nahversorgungsbezogenen Sortimenten (Lebensmittel, Drogeriewaren), bei Bekleidung und bei sonstigen Nonfood-Sortimenten ist mit einer Intensivierung der Kundenbeziehungen und einer deutlichen Verbesserung der Versorgungsfunktionen in der Gemeinde Swisttal zu rechnen, für die im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes Angebotsdefizite aufgezeigt wurden. Aktuell übernehmen neben den Lebensmittel- und Drogeriemärkten in der Gemeinde Swisttal vor allem die Anbieter in der benachbarten Gemeinde Weilerswist ergänzende Nahversorgungsfunktionen für die Bevölkerung im nördlichen Gemeindegebiet, sodass durch das Planvorhaben Umlenkungen für diese Betriebe zu erwarten sind.

Für den Einkauf von sonstigen Nonfood-Sortimenten sind auch die Anbieter in den Mittelstädten Euskirchen, Rheinbach und Bornheim sowie in den Großstädten Köln und Bonn von Bedeutung.

Aufgrund der Überschneidungen im Marktgebiet wird der neu aufgestellte **Rewe Lebensmittelmarkt mit separatem Getränkemarkt** vor allem in Wettbewerb zu den vergleichbaren Anbietern in Weilerswist (Gewerbegebiet-Süd und Ortskern) treten. Die zu erwartenden Umsatzeinbußen werden sich auf ca. 2 % des derzeitigen projektrelevanten Wettbewerbsumsatzes belaufen. Dagegen sind keine mehr als unwesentlichen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Odendorf zu erwarten. Dies resultiert daraus, dass beide zentralen Versorgungsbereiche eine vergleichbare Lebensmittelmarktausstattung aufweisen und keine wesentlichen Überschneidungen der Marktgebiete der beiden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde Swisttal bestehen.

Der verlagerte **Aldi-Markt** wird nahezu seinen kompletten Umsatz an den neuen Standort verlagern, da es sich um den einzigen vergleichbaren Discountmarkt in Heimerzheim handelt. Darüber hinaus beziehen sich die Wettbewerbswirkungen vor allem auf die nächstgelegenen Discountmärkte im Gewerbegebiet Weilerswist-Süd, Gewerbepark Odendorf, in Euskirchen-Ost und an den Standorten Bornheim-Hellenkreuz/ -Merten. Die Umsatzeffekte werden bei ca. 1 – 3 % des derzeitigen Wettbewerbsumsatzes, im Gewerbegebiet Weilerswist-Süd bei max. 5 % liegen.

Als Hybrid-Discounter tritt der **Netto-Markt** gleichermaßen mit Supermärkten (vor allem Heimerzheim, Weilerswist-Süd) und Discountmärkten (hier vor allem Märkten aus dem eigenen Filialnetz aufgrund der Filialnetzdichte) in Wettbewerb. Die Neuaufstellung des in Heimerzheim ansässigen Marktes wird nur geringe Wettbewerbswirkungen (Umsatzumverteilungsquoten von ca. 1 – 2 %) auslösen.

Auswirkungsanalyse ■ Einzelhandelsentwicklung Swisttal-Heimerzheim

Abbildung 19: Umsatzumverteilung der Planvorhaben

Umverteilung	Derzeit. Wettbewerberumsatz	Umsatzumverteilung							Planvorhaben gesamt	in % des derzeit. Umsatz
		Rewe	Aldi	Netto	dm	KIK	Nonfood-Discounter			
Standort	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €		
ZVB Heimerzheim	12,8	-	0,2	0,2	0,2	-		0,6	5	
Aldi Gewerbegebiet Heimerzheim-Nord	8,0	-	7,9	-	-	-		7,9	99	
Sonstige Betriebe im Gewerbegebiet Heimerzheim-Nord	1,1	0,1	-	-	-	-		0,1	9	
ZVB Odendorf*	20,9	0,4	0,6	-	0,8	-		1,8	9	
Buschhoven Nahversorgung	3,6	-	-	-	-	-		-	-	
Weilerswist Ortskern*	11,1	0,2	-	-	-	-		0,2	2	
Weilerswist GE-Süd	42,0	0,9	2,0	0,5	1,6	0,1	0,1	5,2	12	
Bornheim ZVB Bornheim-Roisdorf	45,8	-			0,2		0,1	0,3	1	
Bornheim-Hellenkreuz	17,6	0,1	0,5	-	0,9	-		1,5	9	
Bornheim ZVB Merten	21,7	-	0,5	-	0,5	-		1,0	5	
Euskirchen Stresemannstr./ Roitzheimer Str./ Narzissenweg	84,4	0,1	0,6	0,1	0,8	-	0,1	1,7	2	
Sonstige Standorte	./.	0,1	0,2	0,1	0,4	-	2,7	3,5	./.	
Wettbewerber gesamt	./.	1,9	12,5	0,9	5,4	0,1	3,0	23,8	./.	

* inkl. Edeka-Neuaufstellung
Quelle: BBE-Berechnungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Auswirkungsanalyse ■ Einzelhandelsentwicklung Swisttal-Heimerzheim

Für den geplanten **dm Drogeriemarkt** werden sich die Wettbewerbswirkungen gleichermaßen auf Drogeriemärkte und auf Lebensmittelmärkte im Umfeld beziehen, die mit ihren Drogeriewarenabteilungen eine ergänzende Versorgungsbedeutung einnehmen (Weilerswist-Süd, Odendorf, Euskirchen-Ost und Bornheim-Hellenkreuz/ -Merten). Die Umsatzverluste belaufen sich im Maximum je Standort auf ca. 0,2 – 1,6 Mio. €.

Die Neuaufstellung des **Kik Textilmarktes** wird Umsatzumverteilungen von ca. 0,1 Mio. € auslösen, die sich vor allem auf vergleichbare Betriebstypen im Gewerbegebiet Weilerswist-Süd beziehen werden.

Der vorgesehene **Nonfood-Discounter** wird vor allem in Wettbewerb zu anderen preisaggressiven Fachmärkten (u. a. Nonfood-Discounter in Weilerswist, Euskirchen, Rheinbach, Bornheim, Köln und Bonn) treten. Für den sortimentsbezogenen Fachhandel in der Gemeinde Swisttal und im Umland sind aufgrund der geringen zu erwartenden Umsätze je Sortiment keine nachweisbaren Umsatzverluste zu prognostizieren.

Das **Planvorhaben insgesamt** wird zu einer zusätzlichen Bindung von Kaufkraft in Heimerzheim führen, die derzeit abfließt. Gleichzeitig sind Umsatzumverteilungen von ca. 9 % für die Lebensmittel-, Getränke- und Drogeriemärkte an den Versorgungsstandorten in Swisttal-Odendorf und im Gewerbegebiet Heimerzheim-Nord zu prognostizieren. Auch das Gewerbegebiet Weilerswist-Süd übernimmt mit einem differenzierten Fachmarktangebot heute ergänzende Versorgungsfunktionen für die Bevölkerung der nördlichen Gemeinde Swisttal, sodass Umsatzumverteilungen des relevanten Einzelhandelsumsatzes in Höhe von max. 12 % zu erwarten sind.

Innerhalb des Geschäftszentrums Heimerzheim belaufen sich die Wettbewerbswirkungen auf ca. 5 % des relevanten Umsatzes. Damit können aufgrund der geringen Höhe der zu erwartenden Umsatzverluste für die benachbarten Versorgungsstandorte in Swisttal und Weilerswist Betriebsgefährdungen ausgeschlossen werden.

Für die Versorgungsstandorte in Bornheim und Euskirchen beziehen sich die Wettbewerbswirkungen vor allem auf die betriebstypengleichen Anbieter (Discountmarkt, Drogeriemarkt und Nonfood-Discounter). Angesichts der Höhe der Umsatzverluste, der räumlichen Entfernung und der geringen Überschneidungen in der Versorgungsfunktion sind auch hier negative absatzwirtschaftliche Auswirkungen auszuschließen.

Darüber hinaus sind geringe Umsatzumverteilungen für sonstige Versorgungsstandorte zu erwarten, die aktuell aufgrund der Angebotsdefizite in Swisttal von Kunden aus dem Untersuchungsgebiet aufgesucht werden.

Ausdrücklich ist darauf zu verweisen, dass die vorab dargelegten Umverteilungen auf Umsatzgrößen basieren, die weit über die nach absatzwirtschaftlichen Kriterien errechnete BBE-Prognose hinausgehen. Umverteilungen in Größenordnungen des Worst-Case-Ansatzes werden somit keinesfalls überschritten. Stattdessen gehen die Gutachter davon aus, dass insbesondere für die Umlandgemeinden Umsatzumverteilungen zu erwarten sind, die **mindestens um rd. ein Drittel niedriger** ausfallen.

7.2 Städtebauliche Bewertung des Einzelhandelsvorhabens

Die prognostizierten Umverteilungseffekte des Vorhabens sind im Hinblick auf die versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen in der Gemeinde Swisttal und in 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 andere zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden oder die Nahversorgung in Wohngebieten nachteilig beeinflusst wird.²² Diese nachteiligen Auswirkungen wären zu unterstellen, wenn infolge der geplanten Märkte 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 benachbarter 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 bzw. an wohnungsnahen Standorten zu befürchten sind, bzw.

²² Die Einschätzung städtebaulicher Auswirkungen ist dabei maßgeblich angelehnt an die Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO, 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 ■ Einzelhandelsentwicklung Swisttal-Heimerzheim

- das Planvorhaben zu Leerständen und damit zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche führt und
- das Planvorhaben (geplante) Ansiedlungen in zentralen Versorgungsbereichen bzw. zur Weiterentwicklung der wohnungsnahen Versorgungsstrukturen (u. a. Supermarktansiedlung in Euskirchen-Kleinbüllesheim) verhindern könnte.

Durch die geplanten Einzelhandelsbetriebe werden keine Umverteilungseffekte innerhalb der tangierten zentralen Versorgungsbereiche und gegenüber den wohnungsnahen Versorgungsstrukturen ausgelöst, die die wirtschaftliche Tragfähigkeit einzelner Betriebe in Frage stellen könnten. Hierbei ist von Bedeutung, dass mit dem Planvorhaben die Versorgungsausstattung für die Bevölkerung in Heimerzheim weiterentwickelt wird, sodass Kaufkraftabflüsse gleichermaßen bei nahversorgungsrelevanten wie auch bei zentrenrelevanten Sortimenten in die Nachbarkommunen (vor allem nach Weilerswist) verringert werden.

Der Untersuchungsstandort ist dem **zentralen Versorgungsbereich Heimerzheim** zugeordnet und übernimmt wichtige Ergänzungsfunktionen für die zentrale Ortslage. Es bestehen wichtige Kopplungseffekte zwischen dem großen bzw. großflächigen Einzelhandel am Metternicher Weg und der Ortsmitte, die durch kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsstrukturen geprägt ist. Mit der Neuaufstellung der ansässigen Lebensmittel- und sonstigen Fachmärkte und der Ergänzung um aktuell fehlende Angebotsformen (Drogeriemarkt, Nonfood-Discounter) kann die Versorgungsqualität des zentralen Versorgungsbereiches Heimerzheim insgesamt verbessert werden.

Der **zentrale Versorgungsbereich Odendorf** wird nur in geringem Maße tangiert. Dies resultiert vor allem daraus, dass das Geschäftszentrum Heimerzheim vor allem die Bevölkerung im nördlichen Gemeindegebiet versorgt, während der Einzelhandel in Odendorf nahezu ausschließlich von Verbrauchern aus dem südlichen Gemeindegebiet aufgesucht wird. Eine Ausnahme besteht im Hinblick auf das Drogeriemarktangebot, da bislang kein vergleichbarer Anbieter in Heimerzheim vorhanden ist. Gleichwohl sind aus den diesbezüglichen Wettbewerbseffekten keine städtebaulich relevanten Auswirkungen abzuleiten. Der zentrale Versorgungsbereich wird somit auch zukünftig seine (Nah-)Versorgungsfunktionen für das südliche Gemeindegebiet uneingeschränkt wahrnehmen können.

Mit dem Planvorhaben werden die wohnungsnahen Versorgungsstrukturen in der Gemeinde Swisttal entsprechend der Empfehlungen des Einzelhandelskonzeptes verbessert, das die Stabilisierung und Weiterentwicklung der beiden gleichrangigen zentralen Versorgungsbereiche Heimerzheim und Odendorf empfiehlt.

Auch die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche in den Nachbarkommunen werden nicht wesentlich beeinträchtigt. Hierbei ist von Bedeutung, dass die projektierten Einzelhandelsbetriebe überwiegend der Versorgung der Swisttaler Bevölkerung dienen. Auch die geplante

Auswirkungsanalyse ■ Einzelhandelsentwicklung Swisttal-Heimerzheim

Ansiedlung eines Lebensmittelsupermarktes in Euskirchen-Kleinbüllesheim wird durch das Planvorhaben in Heimerzheim nicht wesentlich tangiert. Dies resultiert vor allem daraus, dass die Euskirchener Stadtteile Klein-/ Großbüllesheim und Dom-Esch nur zum erweiterten Einzugsgebiet des Untersuchungsvorhabens zählen und demgemäß nur ca. 20 % der Lebensmittelkaufkraft gebunden werden, sodass hierdurch keine Einschränkung der Tragfähigkeit des in Kleinbüllesheim geplanten Supermarktes ausgelöst wird.

Die zu erwartenden Umverteilungen beziehen sich vor allem auf Anbieter derselben Betriebstypen. Dabei werden die Betriebe in der Nachbargemeinde Weilerswist am stärksten von Wettbewerbswirkungen betroffen sein. Dies resultiert vor allem daraus, dass die Gemeinde Swisttal aktuell über keine bedarfsgerechte Versorgungsausstattung verfügt, sodass hohe Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen sind.

Der faktische zentrale Versorgungsbereich im **Ortskern von Weilerswist** weist eine inzwischen wieder gefestigte Versorgungsbedeutung für die ansässige Bevölkerung auf. Entlang der Kölner Straße ist eine Mischung von Lebensmittelmärkten und kleinteiligen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben vorhanden, die jedoch keine übergemeindliche Ausstrahlungskraft entfalten. Der hier ansässige Einzelhandel steht deshalb auch nur in sehr eingeschränkten Wettbewerbsbeziehungen zum Planvorhaben. Demgemäß sind auch keine mehr als unwesentlichen Auswirkungen des Vorhabens in Heimerzheim auf den zentralen Versorgungsbereich Weilerswist zu erwarten.

Das **Hauptzentrum Bornheim** erstreckt sich entlang der Königstraße / Bonner Straße und weist mit den ansässigen Lebensmittelmärkten und kleinteiligen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben eine im Bereich der Nahversorgung gefestigte Struktur auf. Dabei hat das unweit des Bornheimer Rathauses gelegene innerstädtische Einkaufszentrum SUTI, unter anderem mit modernen Märkten der Filialisten Aldi-Süd, Rewe und dm dazu beigetragen, die Versorgungsangebote für die Bornheimer Bevölkerung bedarfsgerecht weiterzuentwickeln. Eine Gefährdung des zentralen Versorgungsbereiches Bornheim kann für den Realisierungsfall des Planvorhabens in Swisttal-Heimerzheim aufgrund der dort im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente vorhandenen stabilen Angebotsstrukturen somit ausgeschlossen werden.

Das **Nahversorgungszentrum Bornheim-Merten** übernimmt ergänzende Versorgungsfunktionen für das nördliche Bornheimer Stadtgebiet. Dabei konnte das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot auf einem an den gewachsenen Ortskern angelehnten Entwicklungsareal durch moderne Lebensmittel- und sonstige Fachmärkte ergänzt werden. Der zentrale Versorgungsbereich weist damit gefestigte Versorgungsstrukturen auf, sodass die zu erwartenden Wettbewerbswirkungen des Planvorhabens auf diesen Standort nicht in städtebaulich bedeutsame Auswirkungen umschlagen werden. Dies wäre dann der Fall, wenn den dort ansässigen Betrieben die Existenzgrundlage entzogen würde und das Nahversorgungszentrum Merten seine vom kommunalen Einzelhandelskonzept zugewiesenen Versorgungsfunktionen perspektivisch nicht mehr erfüllen könnte. Dies kann aufgrund der zu erwartenden geringen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ausgeschlossen werden.

Dagegen sind vor allem die Geschäftsstandorte im **Gewerbegebiet Weilerswist-Süd** (Bonner Straße und Fachmarktzentrum Weilerswist-Süd) sowie die Fachmarkttagglomeration „**Am Hellenkreuz**“ in **Bornheim** von Wettbewerbswirkungen betroffen, die als nahegelegene Wettbewerbsstandorte zu bewerten sind und die sich in die üblichen Verkehrswege der Heimerzheimer Bevölkerung einbinden. Die Geschäftsbereiche sind als Pkw-orientierte Standorte mit einer großen räumlichen Ausstrahlungskraft zu bewerten. Damit ist den Betrieben auch eine hohe Leistungsfähigkeit beizumessen, sodass trotz der zu erwartenden hohen Umsatzverluste keine Betriebsschließungen eintreten werden.

Städtebaulich negative Auswirkungen auf die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit der Zentren und der wohnungsnahen Versorgung im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO können dabei ausgeschlossen werden. Hierbei ist von Bedeutung, dass es sich um eine an der zu versorgenden Bevölkerung ausgerichtete Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Heimerzheim handelt und für die betroffenen Versorgungsstandorte in den Nachbarkommunen keine so hohen Umsatzverluste eintreten werden, dass zentrale Versorgungsbereiche bzw. schutzwürdige Nahversorgungsstandorte ihrem Versorgungsauftrag nicht mehr gerecht werden können.

Das Planvorhaben ist mit den Empfehlungen des Einzelhandelskonzeptes vereinbar, da es sich um eine Weiterentwicklung des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches handelt und die dem Geschäftszentrum zugewiesenen Versorgungsfunktionen nicht wesentlich überschritten werden. Konkret schlägt das Einzelhandelskonzept die Bestandssicherung der Fachmarkttagglomeration Metternicher Weg und die Ansiedlung eines Drogeriemarktes vor.

7.3 Einordnung des Vorhabens in die Ziele des Landesentwicklungsplanes

Mit dem Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen bestehen Ziele und Grundsätze der Raumordnung, die im Rahmen des Bauleitplanverfahrens in der Abwägung beachtet (Ziele) bzw. berücksichtigt (Grundsätze) werden müssen. Für das Planvorhaben sind folgende Ziele und Grundsätze von Bedeutung:

■ **Ziel 6.5-1: Standorte nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen**

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

Der Regionalplan stellt für den Untersuchungsstandort einen Allgemeinen Siedlungsbereich dar, das landesplanerische Ziel wird somit gewahrt.

■ **Ziel 6.5-2: Zentrenrelevante Kernsortimente: Standorte nur in zentralen Versorgungsbereichen**

Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO 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).

Der Planstandort befindet sich innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Heimerzheim, der Versorgungsfunktionen für das gesamte Gemeindegebiet übernehmen soll. Auch die geplante Dimensionierung der geplanten Einzelhandelsbetriebe ist- bezogen auf das sortimentsrelevante Nachfragepotenzial im Gemeindegebiet - als maßstabsgerecht zu bewerten.

Unter Berücksichtigung des Einwohner- bzw. Kaufkraftpotenzials im Verflechtungsbereich (Heimerzheim / Dünstekoven / Straßfeld / Ollheim: ca. 8.130 Einwohner/ ca. 22,1 Mio. € nahversorgungsrelevante Kaufkraft) ist die projektierte Dimensionierung der drei Lebensmittelmärkte, des Getränkemarktes und des Drogeriemarktes mit zusammen ca. 4.850 m² Verkaufsfläche als bedarfsgerecht zu bewerten. Der zu erwartende nahversorgungsrelevante Umsatz von ca. 19,9 Mio. € (Gesamtumsatz: 22,9 Mio. €) unterschreitet das entsprechende Kaufkraftpotenzial im Nahversorgungsbereich.

Bei Zugrundelegung von Produktivitätswerten im Durchschnitt der jeweiligen Filialnetze von Aldi-Süd, Rewe, Netto und dm würde sich der nahversorgungsrelevante Umsatz auf ca. 25,5 Mio. € belaufen (Worst-Case-Betrachtung). Damit würde das Kaufkraftpotenzial im Nahbereich um 15 % und damit lediglich um ein Maß überschritten, das eine Strukturgefährdung benachbarter Verflechtungsbereiche noch ausschließt.

Auch der untersuchte Bekleidungsfachmarkt bzw. Nonfood-Discounter kann Umsatz-Kaufkraft-Relationen von max. 8 % bzw. 5 % bezogen auf das entsprechende Kaufkraftpotenzial der Swisttaler Bevölkerung erreichen, sodass eine ausschnittsweise Versorgungsfunktion der örtlichen Bevölkerung sichergestellt werden kann.

Auswirkungsanalyse ■ Einzelhandelsentwicklung Swisttal-Heimerzheim

Das Planvorhaben entspricht somit der im kommunalen Einzelhandelskonzept vorgesehenen Versorgungsbedeutung des zentralen Versorgungsbereiches Heimerzheim und hält damit gleichzeitig das landesplanerische Ziel ein.

■ **Ziel 6.5-3: Beeinträchtungsverbot**

Durch die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse konnte nachgewiesen werden, dass von dem Vorhaben keine wesentliche Beeinträchtigung der Versorgungsstrukturen und keine Gefährdung städtebaulich schutzwürdiger zentraler Versorgungsbereiche und deren Entwicklungsfähigkeit ausgehen werden. Das Beeinträchtungsverbot wird somit gewahrt.

8 Fazit

- Am Standort Metternicher Weg in Swisttal-Heimerzheim ist die Neuaufstellung des überwiegend nahversorgungsrelevanten Einzelhandels vorgesehen. Neben einer Erweiterung der ansässigen Rewe- und Netto-Lebensmittelmärkte sowie des Kik-Textilfachmarktes ist die Verlagerung des im Gewerbegebiet Heimerzheim-Nord ansässigen Aldi-Marktes sowie die Ansiedlung eines dm Drogeriemarktes und eines Nonfood-Discounters geplant. Der Planstandort ist dem im Einzelhandelskonzept der Gemeinde Swisttal abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich Heimerzheim zugeordnet, der in Funktionsteilung mit dem zentralen Versorgungsbereich Swisttal-Odendorf Versorgungsfunktionen für das nördliche Gemeindegebiet übernehmen soll.
- Das projektbezogene Naheinzugsgebiet umfasst das nördliche Gemeindegebiet mit den Ortschaften Heimerzheim, Dünstekoven (Zone 1a) sowie Straßfeld, Ollheim (Zone 1b). Darüber hinaus werden sich die Einwohner von Weilerswist-Metternich und -Müggenhausen aufgrund der räumlichen Nähe verstärkt nach Heimerzheim orientieren. Durch seine Lage an der Landesstraße 182 kann der Verbundstandort auch teilweise die Einwohner aus den Euskirchener Ortsteilen Dom-Esch und Klein-/ Großbüllesheim erreichen (Zone 2).
- Die projektierten Lebensmittelmärkte werden ca. 90 % des zu erwartenden Umsatzes mit Kunden aus der Gemeinde Swisttal erzielen. Für den geplanten Drogeriemarkt und Nonfood-Discounter ist angesichts der geringen Betriebstypendichte im Untersuchungsraum eine stärkere regionale Ausstrahlungskraft zu erwarten, sodass jeweils rund ein Fünftel des Planumsatzes mit auswärtigen Kunden erzielt werden kann. Der bereits ansässige Bekleidungsmarkt wird auch zukünftig nur eine begrenzte übergemeindliche Ausstrahlungskraft entfalten. Damit übernehmen die projektierten Einzelhandelsbetriebe vornehmlich Versorgungsfunktion für die Bevölkerung im nördlichen Gemeindegebiet von Swisttal.
- Die zu erwartenden Umverteilungen beziehen sich vor allem auf Anbieter derselben Betriebstypen. Dabei werden die Versorgungsstrukturen in den anderen Ortschaften von Swisttal und in der Nachbargemeinde Weilerswist am stärksten von Wettbewerbswirkungen betroffen sein. Dies resultiert vor allem daraus, dass die Gemeinde Swisttal aktuell über keine bedarfsgerechte Versorgungsausstattung verfügt, sodass hohe Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen sind. Städtebaulich relevante Auswirkungen können dabei ausgeschlossen werden, da es sich um eine städtebaulich-integrierte Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches Heimerzheim handelt und für die anderen betroffenen Versorgungsstandorte keine so hohen Umsatzverluste eintreten werden, dass zentrale Versorgungsbereiche bzw. schutzwürdige Nahversorgungsstandorte ihrem Versorgungsauftrag nicht mehr gerecht werden können.
- Im Fazit ist festzuhalten, dass die projektierten Einzelhandelsbetriebe der Versorgung in der Gemeinde Swisttal dienen werden. Aufgrund der Größe des Vorhabens und der Wettbewerbssituation sind städtebaulich negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die

Auswirkungsanalyse ■ Einzelhandelsentwicklung Swisttal-Heimerzheim

wohnungsnahe Versorgung auszuschließen. Durch das Vorhaben werden die Versorgungsfunktionen in Swisttal-Heimerzheim verbessert, ohne den gleichrangigen zentralen Versorgungsbereich Swisttal-Odendorf wesentlich zu tangieren. Auswirkungen auf andere zentrale Versorgungsbereiche bzw. die Nahversorgung in den Umlandkommunen (vor allem Weilerswist) sind auszuschließen. Die geplante Ansiedlung von zentren- und nahversorgungsbezogenen Einzelhandelsbetrieben im zentralen Versorgungsbereich ist mit den Vorgaben des gemeindlichen Einzelhandelskonzeptes und den landesplanerischen Zielsetzungen vereinbar.

Köln, im März 2018/ März 2020

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Corinna Küpper



i. V. Rainer Schmidt-Illguth