



## Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung von Einzelhandel in At- tendorn, Bahnhofstraße / Mühlen- graben (Wallcenter)

AUFTRAGGEBER: ITG Immobilien-Treuhand-GmbH & Co.  
Vermögensverwaltungs-KG.

PROJEKTLEITUNG: Birgitt Wachs, Geschäftsführerin

Patrick Bergmann, Projektleiter

Köln , den 18.08.2023

## Urheberrecht

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

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

Foto GMA



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

Büro Köln  
Siegburger Straße 215  
50679 Köln

Geschäftsführerin: Birgitt Wachs

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

## Vorbemerkung

Die ITG Immobilien-Treuhand-GmbH & Co. Vermögensverwaltungs-KG, Düsseldorf, erteilte der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse zur geplanten Ansiedlung von Einzelhandelsnutzungen am Standort Bahnhofstraße / Mühlengraben (Wallcenter) in Attendorn.

Nachdem die GMA letztmalig im Oktober 2021 zu diesen Planungen eine Auswirkungsanalyse vorgelegt hatte, ist nun eine erneute Offenlage des Bebauungsplanes vorgesehen. Dazu haben sich geringfügige Änderungen bei der Verkaufsfläche des geplanten Drogeriemarktes Müller ergeben, weshalb die Auswirkungsanalyse der GMA aus dem Jahr 2021 zu aktualisieren ist.

Für die Bearbeitung der Untersuchung standen der GMA neben Angaben des Auftraggebers eigene Grundlagentzahlen, Daten der Stadt Attendorn und der Umlandgemeinden, des Statistischen Bundesamtes, der Bundesagentur für Arbeit sowie des Landesbetriebes für Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT. NRW) zur Verfügung. Des Weiteren erfolgten im Juli 2023 eine Standortbesichtigung sowie eine aktuelle Erhebung der untersuchungsrelevanten Wettbewerber im Untersuchungsraum durch die GMA. Außerdem wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffern) zurückgegriffen.

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

G M A  
Gesellschaft für Markt- und  
Absatzforschung mbH

Köln, den 18.08.2023  
WA/BNP-wym

<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>Seite</b>
<b>I. Aufgabenstellung, Rechtsrahmen und Projektdaten</b>	<b>5</b>
1. Aufgabenstellung	5
2. Rechts- und Planungsrahmen zur Bewertung des Vorhabens	6
2.1 Regelungen der BauNVO	6
2.2 Landesplanung	7
2.3 Einzelhandelskonzept der Hansestadt Attendorn	9
<b>II. Planvorhaben und Standortbewertung</b>	<b>11</b>
1. Definition des Vorhabens	11
2. Daten und Angaben zum Planvorhaben	13
3. Makrostandort Attendorn	15
4. Mikrostandort Bahnhofstraße / Mühlengraben	18
5. Standortbewertung	19
<b>III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft</b>	<b>21</b>
1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial	21
2. Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet	24
<b>IV. Wettbewerbssituation</b>	<b>26</b>
1. Wettbewerbssituation in Attendorn	26
2. Wettbewerbssituation im weiteren Untersuchungsraum	29
3. Zusammenfassende Betrachtung der Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum	32
<b>V. Auswirkungenanalyse</b>	<b>33</b>
1. Methodischer Ansatz	33
2. Umsatzerwartung und Marktbedeutung des Vorhabens	33
3. Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen	37
4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen	40
5. Vereinbarkeit mit den Vorgaben der Landesplanung	43
6. Vereinbarkeit mit den Aussagen und Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Attendorn	44
<b>VI. Zusammenfassung</b>	<b>45</b>
Verzeichnisse	48

## I. Aufgabenstellung, Rechtsrahmen und Projektdaten

### 1. Aufgabenstellung

Im Mittelzentrum Attendorn ist an einem innerstädtischen Standort im Bereich Bahnhofstraße / Mühlengraben im Rahmen einer städtebaulichen Entwicklung die Ansiedlung von Einzelhandelsnutzungen geplant. Das aktuelle Konzept des sogenannten Wallcenters umfasst gemäß Planung vom 27.04.2023 folgende Einzelhandelsnutzungen:

- /// Lebensmittelvollsortimenter im 1. OG mit ca. 1.985 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zzgl. Bäckerei inkl. Sitzbereich im 1. OG mit rd. 55 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
- /// Drogeriemarkt Müller im 1.OG mit ca. 1.120 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (bisher: 1.190 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)
- /// Apotheke im EG mit ca. 95 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

Eine Cafébar ist als gastronomische Einheit im Eingangsbereich (Erdgeschoss) vorgesehen. Der Textildiscounter Kik ist kein Teil der aktuellen Planung. Neben dem Kik-Markt ist derzeit noch ein kleinteiliger Gemüseanbieter mit knapp 100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche am Standort ansässig, welcher, ebenso wie der Textildiscounter Kik, im Zuge der Projektrealisierung entfallen soll.

Der Planstandort befindet sich im östlichen Teilraum des zentralen Versorgungsbereiches Attendorn. Im Einzelhandelskonzept der Stadt (2018) wurde diese Fläche explizit als Entwicklungsfläche für den innerstädtischen Einzelhandel aufgenommen. Vor diesem Hintergrund ist unter landesplanerischen Aspekten die Ansiedlung der o. g. nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente grundsätzlich auch in der Gr  fl chigkeit zulässig.

Für die Planung soll ein vorhabenbezogener Bebauungsplan aufgestellt werden, sodass die Auswirkungen des Vorhabens nach   11 Abs. 3 BauNVO zu prüfen sind. Dabei geht es um Auswirkungen innerhalb der Stadt Attendorn, aber auch um potenzielle Auswirkungen in den Nachbarkommunen. Darüber hinaus erfolgt eine Bewertung möglicher Auswirkungen auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung. Die Untersuchung basiert somit auf den Regelungen des BauGB und der BauNVO in Verbindung mit den entsprechenden Regelungen der Landes- und Regionalplanung Nordrhein-Westfalen.

Die Analyse berücksichtigt alle wesentlichen Kriterien zur Beurteilung des Vorhabens und dient als Grundlage für das weitere Verfahren.

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

- /// Darstellung der rechtlichen und planerischen Rahmenbedingungen
- /// Beschreibung des Planvorhabens
- /// Darstellung und Bewertung des Makrostandortes Attendorn und des Mikrostandortes Bahnhofstraße / Mühlengraben
- /// Abgrenzung des potenziellen betrieblichen Einzugsgebietes
- /// Ermittlung des Bev lkerungspotenzials und des projektrelevanten Kaufkraftpotenzials im Einzugsgebiet

- /// Darstellung und Bewertung des projektrelevanten Einzelhandelsbestandes im Untersuchungsraum
- /// Darstellung der aktuellen projektrelevanten Wettbewerbsplanungen
- /// Berechnung der Umsatzerwartung und -herkunft auf Grundlage des Marktanteilkonzeptes
- /// Ermittlung der zu erwartenden Kaufkraftbewegungen und Umsatzumverteilungen gegenüber bestehenden Standortlagen und Bewertung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen
- /// Prüfung der Vereinbarkeit mit den Vorgaben der Raumordnung und Landesplanung Nordrhein-Westfalen
- /// Prüfung der Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Attendorn.

## 2. Rechts- und Planungsrahmen zur Bewertung des Vorhabens

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die räumliche Planung von Einzelhandelsstandorten stellen das Baugesetzbuch (BauGB), die Baunutzungsverordnung (BauNVO) sowie die landesplanerischen Bestimmungen dar.

### 2.1 Regelungen der BauNVO

Eine wesentliche Rechtsnorm, welche die Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben (mehr als 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche<sup>1</sup>) regelt, ist **§ 11 Abs. 3 BauNVO**. Die Regelung führt in der Fassung von 2017 aus:

- „1. *Einkaufszentren,*
  2. *großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,*
  3. *sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,*
- sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in*

<sup>1</sup> Verkaufsfläche wird in dieser Analyse wie folgt definiert: „Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Käse-, Fleisch- und Wursttheken), Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche auch Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum und Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc. (vgl. hierzu auch BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005).

*der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.*

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

## 2.2 Landesplanung

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

### *„6.5 Großflächiger Einzelhandel*

#### *Ziele und Grundsätze*

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

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

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

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

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

*Zentrenrelevant sind*

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

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

- eine Lage in den zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere der Erhaltung gewachsener baulicher Strukturen oder der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild nicht möglich ist und*

- die Bauleitplanung der Gewährleistung einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und
- zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

#### **6.5-3 Ziel Beeinträchtungsverbot**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Die Gemeinden haben dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Ansiedlung bestehender Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche entgegenzuwirken. Darüber hinaus haben sie dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Ansiedlung bestehender Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche

*entgegenzuwirken. Sie haben sicherzustellen, dass eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden durch Einzelhandelsagglomerationen vermieden wird.*

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

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

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

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

### **2.3 Einzelhandelskonzept der Hansestadt Attendorn**

Über die dargestellten rechtlichen Vorgaben hinaus sind die Planungsabsichten der Stadt Attendorn zum Einzelhandel zu berücksichtigen. Hierfür kann auf die „Aktualisierung der wesentlichen Bausteine des Einzelhandelskonzepts“ aus dem Jahr 2018<sup>2</sup> zurückgegriffen werden.

Dem Einzelhandelskonzept liegen folgende wesentliche **städtebauliche Zielsetzungen** zugrunde:

- /** Stabilisierung der mittelzentralen Versorgungsfunktion
- /** Stärkung des Einzelhandelsangebots im Hauptzentrum Attendorn mit zentrenrelevanten Sortimenten
- /** Schutz der wohnortnahen Versorgung
- /** Vermeidung zentrenschädigender Einzelhandelsentwicklungen, insbesondere an nicht integrierten Standortlagen

Die Zielsetzungen werden durch die **Sortimentsliste** und das **Zentrenkonzept** konkretisiert. Mit der „Attendorner Sortimentsliste“ werden nahversorgungsbereich- bzw. zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente definiert. Mit dem Zentrenkonzept werden ein zentraler Versorgungsbereich (Hauptzentrum Innenstadt Attendorn) sowie Standorte von Lebensmittelmärkten, die in Ergänzung zum zentralen Versorgungsbereich wohnungsnah Versorgungsfunktionen übernehmen, definiert.

Der Vorhabenstandort des Wallcenters befindet sich im östlichen Bereich des **Hauptzentrums Innenstadt Attendorn**. Hier ist eine **Entwicklungsfläche** ausgewiesen, die explizit für die Ansiedlung großflächiger zentren- oder nahversorgungsrelevanter Einzelhandelsnutzungen vorgesehen ist. Im Einzelhandelskonzept werden folgende Empfehlungen für die Fläche ausgesprochen:

<sup>2</sup> vgl. Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen, Hansestadt Attendorn, Aktualisierung wesentlicher Bausteine des Einzelhandelskonzepts, März 2018.

*„Die Größe der Fläche erlaubt großflächigen Einzelhandel mit Frequenz erzeugender Funktion. Das Areal eignet sich daher als Ergänzung von großflächigem zentren- oder nahversorgungsrelevantem Einzelhandel. Durch Gestaltung und Nutzung sollte der Eingang zur Innenstadt aufgewertet werden. Dafür sollte die Ausrichtung des Gebäudes nicht nur Kopplungseffekte mit dem Allee Center berücksichtigen, sondern vor allem die Anbindung in den historischen Teil des Hauptzentrums ermöglichen. Vorrangiges Ziel sollte es sein, den Standort mit einer großflächigen Einzelhandelsnutzung zu belegen. Auf kleinteilige Ladeneinheiten hingegen sollte verzichtet werden, um den Wettbewerbsdruck auf den gewachsenen Stadtkern nicht unnötig zu erhöhen.“<sup>3</sup>*

---

<sup>3</sup> vgl. ebd., S.49.

## II. Planvorhaben und Standortbewertung

### 1. Definition des Vorhabens

Im Einzelhandel wird zwischen verschiedenen Betriebstypen unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die Differenzierung nach Betriebstypen wird dabei neben der Verkaufsfläche v. a. die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

Die Definitionen für Betriebstypen liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Zur Einordnung und Charakteristik der in Deutschland vorhandenen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels werden die Betriebsformen nachfolgend kurz definiert:<sup>4</sup>

#### **Supermarkt:**

*Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel<sup>5</sup> führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.*

#### **Großer Supermarkt:**

*Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel<sup>6</sup> führt.*

#### **SB-Warenhaus:**

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

#### **Discounter:**

*Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m<sup>2</sup>, das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood-I-Sortimente sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.*

#### **LEH-Fachgeschäft:**

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

#### **Convenience Store:**

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

<sup>4</sup> Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2022, Seite 373.

<sup>5</sup> Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

<sup>6</sup> Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

**Kleines Lebensmittelgeschäft:**

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

Die Betriebstypen unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentsstruktur, was v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich wird. Während ein Supermarkt in der Größenordnung von 1.500 – 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zwischen 15.000 – 20.000 Artikel offeriert, ist bei Lebensmitteldiscountern heutzutage von ca. 2.500 bis 4.500 Artikeln im Stammsortiment auszugehen. Gegenüber Lebensmitteldiscountern verfügen Supermärkte daher um etwa die fünffache Artikelanzahl, somit handelt es sich **bei Supermärkten und großen Supermärkten um Lebensmittelvollsortimenter**.

Bei allen drei Betriebstypen liegt das Schwergewicht auf Waren des kurzfristigen Bedarfs. Während der Umsatzanteil von Lebensmittelsupermärkten im Lebensmittelbereich je nach Anbieter bei ca. 85 – 90 % liegt, beträgt der Umsatzanteil im Food-Bereich bei Lebensmitteldiscountern je nach Anbieter bei ca. 80 – 87 %.<sup>7</sup>

Als weiterer nahversorgungsrelevanter Baustein ist am Planstandort ein **Drogeriemarkt** projektiert.

*„Ein **Drogeriemarkt** ist ein mittelflächiger Einzelhandelsbetrieb mit Selbstbedienung, der ein sowohl breites wie tiefes Sortiment an Kosmetik, Körperpflege- und Reinigungsmitteln anbietet. Zu den weiteren Sortimentsbausteinen gehören die frei verkäuflichen Arzneimittel, Reformwaren und Nahrungsmittel, v. a. aus dem Biobereich.“<sup>8</sup>*

Ergänzend zur Definition des EHI ist darauf hinzuweisen, dass Drogeriemärkte in der Realität sowohl kleinflächige als auch großflächige Verkaufsflächen umfassen. Für die Einordnung eines Vorhabens als Drogeriemarkt kommt es nicht auf die Größe an, sondern vielmehr auf das Vorhandensein der sonstigen in der EHI-Definition genannten Merkmale. Zum Kernsortiment eines Drogeriemarktes zählen Körperpflege, dekorative Kosmetik, Wasch-, Putz- / Reinigungsmittel, Hygieneprodukte, Nahrungs- und Genussmittel und Haushaltswaren, welche durch weitere Randsortimente ergänzt werden. Im Mittel bieten die Drogeriemärkte ca. 10.600 unterschiedliche Artikel an, was in etwa der durchschnittlichen Artikelzahl eines Supermarktes entspricht.

Der am Vorhabenstandort vorgesehene **Drogeriemarkt Müller** zeichnet sich durch ein im Vergleich zu anderen Betreibern wesentlich breiteres Randsortiment (z. B. Schreib- und Spielwaren, Haushaltsartikel, Ton- und Bildträger / Medien) aus, wobei der Sortimentschwerpunkt weiterhin auf der Warengruppe Gesundheit / Körperpflege liegt (vgl. Kapitel II., 2).

Abschließend ist auf die projektierte **Apotheke** und die **Bäckerei** am Planstandort hinzuweisen, welche als Fachgeschäfte zu klassifizieren sind:

*„Ein **Fachgeschäft** ist ein branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der ein tiefes Sortiment führt und Beratung sowie Service bietet.“<sup>9</sup>*

<sup>7</sup> Quelle: EHI handelsdaten online.

<sup>8</sup> Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2022, Seite 374.

<sup>9</sup> Quelle: ebd.

## 2. Daten und Angaben zum Planvorhaben

Nach Angaben des Auftraggebers ist am Planstandort die Realisierung folgender Einzelhandelsnutzungen vorgesehen:

- /// Lebensmittelvollsortimenter N.N. (ca. 1.985 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zzgl. ca. 55 m<sup>2</sup> Bäckerei)
- /// Drogeriemarkt Müller (ca. 1.120 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)
- /// Apotheke (ca. 95 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche).

Ergänzend ist eine Cafébar geplant, die jedoch als gastronomische Nutzung einzustufen ist.

Die genannten Nutzungen werden im Rahmen des Gutachtens sortiments- und flächenbezogen sowohl im Bestand als auch für die Planung aufgeteilt. Dabei wird für den Vollsortimenter von einem Verkaufsflächenanteil für das Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel von rd. 87 % ausgegangen. Dieser Wert stellt eine übliche Größe für einen Lebensmittelsupermarkt in dieser Größe dar. Für den Drogeriemarkt Müller wird ein betreibertypisches Sortimentskonzept zugrunde gelegt, der mit ca. 48 % seinen Sortimentsschwerpunkt bei Gesundheit / Körperpflege hat. Die verbleibende Fläche eines Müller-Marktes verteilt sich auf mehrere Sortimente auf (u. a. Nahrungs- und Genussmittel, Schreib- und Spielwaren, Ton- und Bildträger / Medien, Haushaltsartikel).

Unter Berücksichtigung der projektierten Nutzungen sind die folgenden Hauptsortimente untersuchungsrelevant:

- /// Nahrungs- und Genussmittel
- /// Gesundheit / Körperpflege

Weitere Sortimente, die als Randsortimente des Lebensmittelvollsortimenters und v. a. des Drogeriemarktes geführt werden, und vergleichsweise größere Flächenanteile in Anspruch nehmen werden, werden für Attendorn selbst untersucht und können wie folgt zusammengefasst werden:

- /// Schreib- und Spielwaren
- /// Ton- und Bildträger / Medien
- /// Haushaltswaren.

Sonstige Sortimente (z. B. Tiernahrung, Zeitschriften, Strümpfe) sind deutlich untergeordnet und nehmen geringe Verkaufsflächen ein, sodass diese keine Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel entfalten werden.

Im Detail werden im Gutachten die in Tabelle 1 dargestellten Sortimente und Verkaufsflächen untersucht:

**Tabelle 1: Geplante Betriebstypen, Sortimente und Verkaufsflächen im Wallcenter**

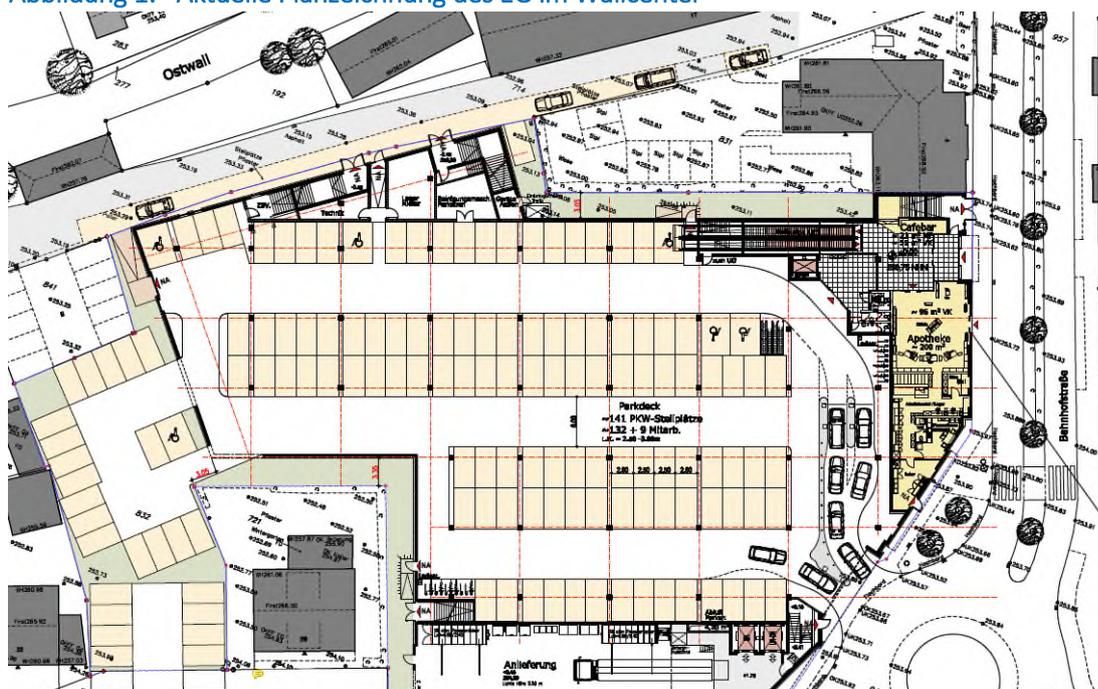
Betriebstyp	Sortiment						Gesamtverkaufsfläche Betrieb (in m <sup>2</sup> )
	Nahrungs- und Genussmittel (VK in m <sup>2</sup> )	Gesundheit / Körperpflege (VK in m <sup>2</sup> )	Schreib- und Spielwaren (VK in m <sup>2</sup> )	Ton- und Bildträger / Medien (VK in m <sup>2</sup> )	Haushaltswaren (VK in m <sup>2</sup> )	Sonstige Randsortimente * (VK in m <sup>2</sup> )	
Lebensmittelvollsortimenter NN	1.730	130	15	5	20	85	<b>1.985</b>
Drogeriemarkt Müller	110	540	280	110	80	-	<b>1.120</b>
Apotheke	-	95	-	-	-	-	<b>95</b>
Bäckerei	55	-	-	-	-	-	<b>55</b>
<b>Gesamtverkaufsfläche Sortiment (in m<sup>2</sup>)</b>	<b>1.895</b>	<b>765</b>	<b>295</b>	<b>115</b>	<b>100</b>	<b>85</b>	<b>3.255</b>

\* z. B. Schnittblumen, Tiernahrung, Zeitschriften, Strümpfe.

Quelle: GMA-Annahmen, Planungsstand: 27.04.2023.

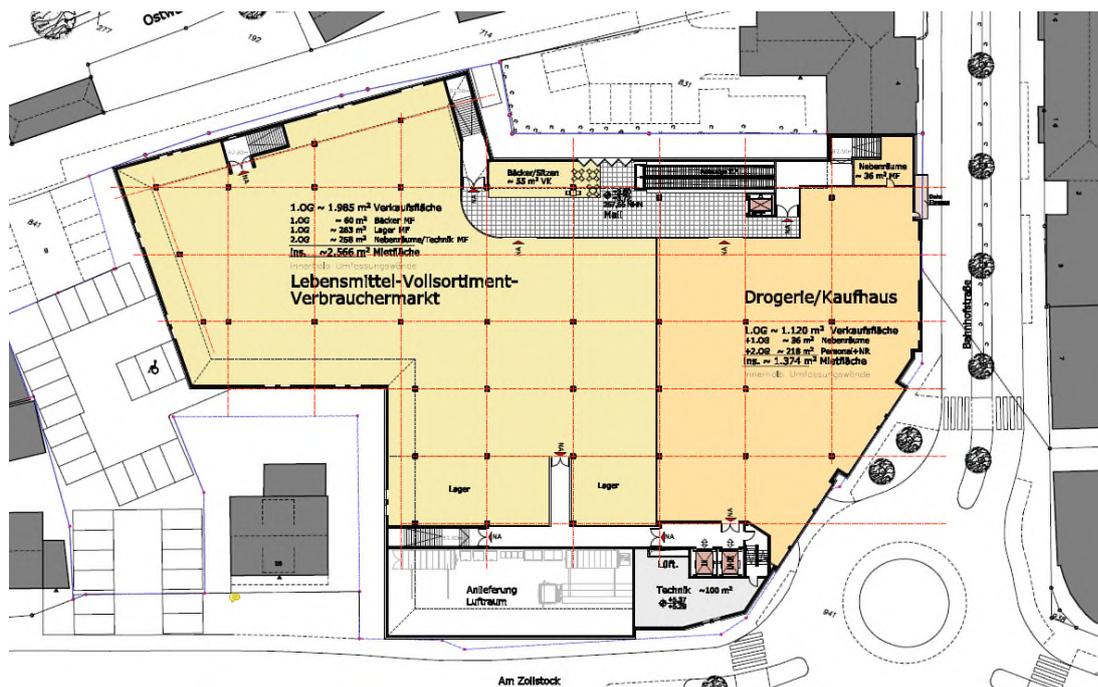
Die Planung sieht die Realisierung der Einzelhandelsnutzungen in einem Gebäudekörper vor. Alle Betriebe (Vollsortimenter, Drogeriemarkt Müller, Bäckerei) sollen mit Ausnahme der Apotheke im 1. Obergeschoss entwickelt werden. Im Erdgeschoss ist ein Parkdeck mit 141 Stellplätzen geplant.

**Abbildung 1: Aktuelle Planzeichnung des EG im Wallcenter**



Quelle: ITG Planungsabteilung, Planungsstand: 27.04.2023.

Abbildung 2: Aktuelle Planzeichnung des 1.OG im Wallcenter



Quelle: ITG Planungsabteilung, Planungsstand: 27.04.2023.

### 3. Makrostandort Attendorn

Die Hansestadt Attendorn liegt im Kreis Olpe, welcher sich innerhalb des Regierungsbezirkes Arnsberg befindet. Die Stadt ist in der landesplanerischen Hierarchie als **Mittelzentrum** eingestuft. Südlich der Stadt liegt das Mittelzentrum Olpe. In östlicher Richtung befindet sich das Mittelzentrum Lennestadt sowie in nordöstlicher Richtung das Grundzentrum Finnentrop. Nördlich der Stadt Attendorn grenzt das Mittelzentrum Plettenberg an. Die nächstgelegenen Oberzentren Siegen und Hagen sind rd. 30 km bzw. 40 km (Luftlinie) entfernt.

In Attendorn leben derzeit **ca. 24.760 Einwohner**.<sup>10</sup> In den vergangenen Jahren hat die Stadt einen geringfügigen Bevölkerungszuwachs zu verzeichnen. Die Einwohnerzahl nahm von 24.472 Einwohnern im Jahr 2011 um rd. 288 Einwohner (rd. + 1,2 %) im Jahr 2022 zu.<sup>11</sup> Die Bevölkerung verteilt sich größtenteils auf die Kernstadt Attendorn (13.468 Einwohner) sowie auf insgesamt 55 weitere Ortsteile bzw. Wohnsitze. Viele der Ortsteile weisen dabei einen dörflichen Charakter auf (35 von 55 Ortsteilen mit weniger als 100 Einwohnern). Die einwohnerstärksten Ortsteile bilden Ennest (2.168 Einwohner), Helden (1.159 Einwohner) und Neu-Listernohl (1.076 Einwohner).<sup>12</sup>

Die Pendlerverflechtungen der Stadt Attendorn sind durch ein positives Saldo gekennzeichnet. Die Stadt weist mit 4.701 Auspendlern und 8.822 Einpendlern einen **deutlichen Einpendlerüberschuss auf**, was die wirtschaftliche Bedeutung der Stadt hervorhebt.<sup>13</sup>

<sup>10</sup> Quelle: Hansestadt Attendorn, Stand: 31.12.2022, nur Hauptwohnsitze.

<sup>11</sup> Quelle: Hansestadt Attendorn, Stand: 31.12.2011 bzw. 31.12.2022, nur Hauptwohnsitze.

<sup>12</sup> Quelle: Hansestadt Attendorn, Stand: 31.12.2022.

<sup>13</sup> Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Kennzahlen der Beschäftigungsstatistik, Stand: 30.06.2022.

Die **verkehrliche Anbindung** der Stadt Attendorn an das regionale und überregionale Straßenverkehrsnetz wird insbesondere durch die Bundesstraßen B 55 und B 236, welche südlich und östlich des Stadtgebiets verlaufen, sichergestellt. Über die Bundesstraßen B 55 bzw. B 54 besteht in rd. 15 km südwestlicher Richtung Anschluss an die Bundesautobahn A 45 (Teilstück Olpe). Auch Anschlussstellen an die südlich gelegene Bundesautobahn A 4 sind in einem Umkreis von 20 km zu erreichen. Für die lokale Anbindung an die Nachbargemeinden sind auch die Landstraßen L 512 und L 697 von Bedeutung. An das **Schiennetz** ist die Stadt Attendorn über den Biggensee-Express (RB 92) angeschlossen, welcher nahezu stündlich fährt. Weitere Anbindungen an den ÖPNV bestehen zudem durch verschiedene Buslinien (z. B. Bus R98 oder Bus 70).

Laut Einzelhandelskonzept<sup>14</sup> wurde in Attendorn ausschließlich ein zentraler Versorgungsbereich als wesentliche Einzelhandelslage definiert:

Der zentrale Versorgungsbereich **Hauptzentrum Innenstadt Attendorn** umfasst im Wesentlichen die historische Stadtmitte sowie das östlich angrenzende Allee-Center. Der Hauptgeschäftsbereich entlang der Ennester, Kölner und Niederste Straße sowie der Wasserstraße weist eine Konzentration von kleinen und mittleren Einzelhandelsbetrieben, privaten Dienstleistungen und öffentlicher Infrastruktur auf. Der östliche Teil des Hauptzentrums ist durch großflächigen Einzelhandelsbesatz geprägt; hier ist vor allem auf das Allee-Center mit einem Lebensmittelvollsortimenter, einem Elektrofachmarkt, einem Schuhfachmarkt, Bekleidungsfachgeschäften sowie einem Lebensmitteldiscounter hinzuweisen. Die Gesamtverkaufsfläche innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches von Attendorn<sup>15</sup> beläuft sich gemäß Einzelhandelskonzept auf rd. 13.930 m<sup>2</sup>. Inklusiv des Planvorhabens (ca. 3.255 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und abzüglich des derzeit noch bestehenden Textildiscounters Kik (ca. 470 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) sowie des Gemüseanbieters (ca. 100 m<sup>2</sup>)<sup>16</sup> wird sich die Fläche auf dann ca. 16.615 m<sup>2</sup> erhöhen, sodass das Vorhaben einen Anteil von rd. 20 % an der Innenstadtverkaufsfläche haben wird.

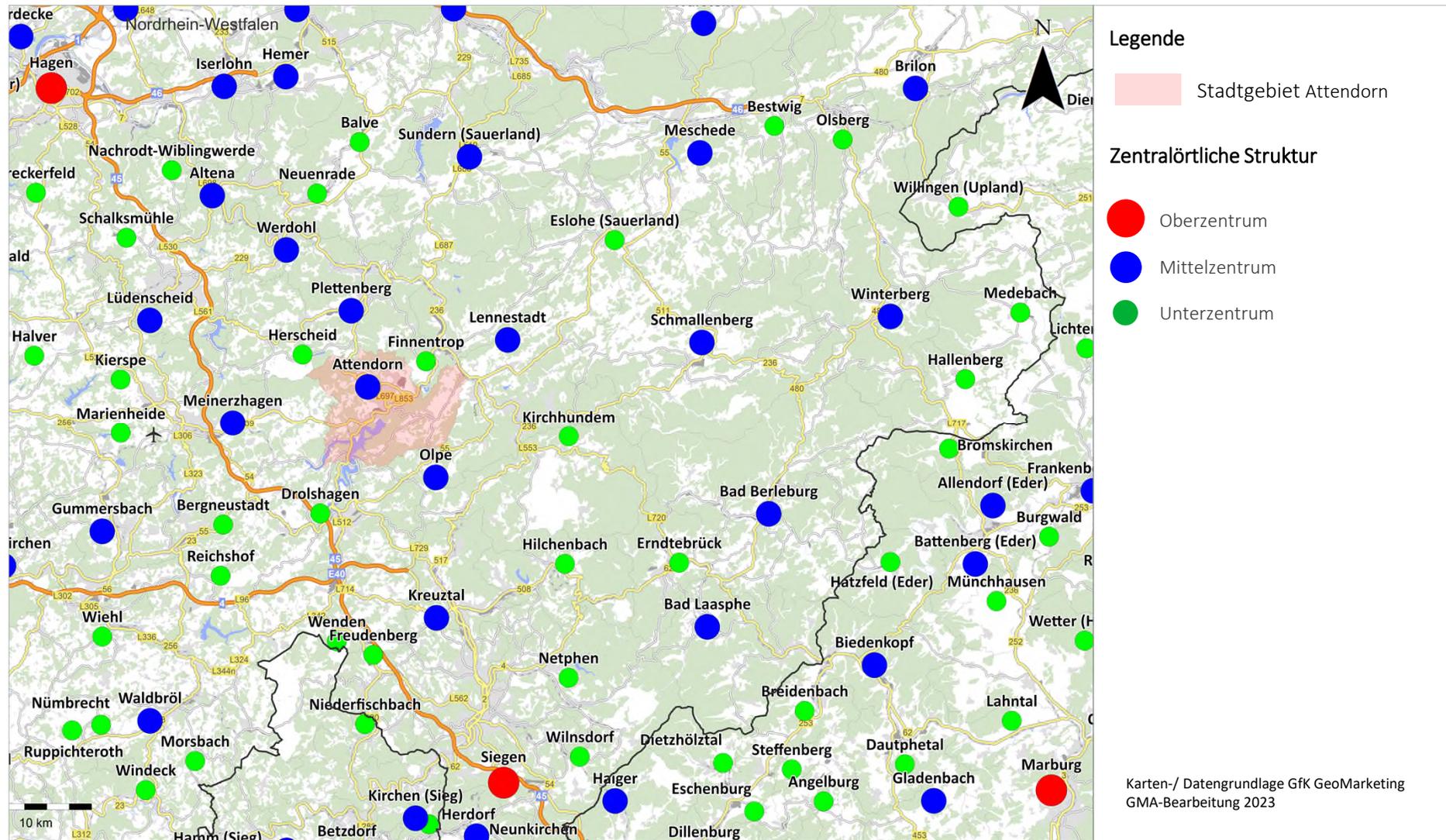
---

<sup>14</sup> vgl. Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen, Hansestadt Attendorn, Aktualisierung wesentlicher Bausteine des Einzelhandelskonzepts, März 2018.

<sup>15</sup> vgl. ebd.

<sup>16</sup> Nach derzeitigem Planungsstand fallen der Textildiscounter Kik und der Gemüseanbieter im Zuge der Projektrealisierung weg.

### Karte 1: Lage von Attendorn und zentralörtliche Struktur in der Region



#### 4. Mikrostandort Bahnhofstraße / Mühlengraben

Der Vorhabenstandort befindet sich im östlichen Teil der Innenstadt und ist dem zentralen Versorgungsbereich<sup>17</sup> zugeordnet. Gegenwärtig befinden sich am Standort der Textildiscounter Kik (rd. 470 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und der Gemüseanbieter Ekomar (rd. 100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche). Ein großer Teil des Planstandortes wird aktuell als Parkplatz genutzt. Der aktuelle Gebäudebestand (inkl. Textildiscounter Kik und Gemüseanbieter) soll im Zuge der Projektrealisierung abgerissen und durch einen Neubau ersetzt werden.

Das Standortumfeld wird durch eine gemischte Nutzungsstruktur geprägt: Östlich des Planstandortes befindet sich das Allee-Center mit verschiedenen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben. Hier ist vor allem auf einen Rewe Vollsortimenter, einen Lidl Lebensmitteldiscounter und einen Elektrofachmarkt (Euronics XXL) hinzuweisen. Die südliche Begrenzung des Planstandortes stellen die stark frequentierte Straße „Am Zollstock“ sowie die benachbarten Bahngleise dar. Hier sind auch eine Busstation sowie der Bahnhof von Attendorn zu erwähnen, welche die Anbindung des Planstandortes an den ÖPNV gewährleisten. Die Pkw-Anbindung erfolgt über „Am Zollstock“; vom Kreisverkehr wird die direkte Anfahrt des Parkdecks ermöglicht. Das sonstige Standortumfeld wird insbesondere durch Wohnnutzungen geprägt. In westliche Richtung treten vermehrt Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe auf.

Die fußläufige Anbindung des Planstandortes an den Hauptgeschäftsbereich von Attendorn wird durch eine Verbindungsachse entlang der „Niederste Straße“ gewährleistet. Durch die Lage des Planareals am östlichen Ende des zentralen Versorgungsbereiches und der südlichen Ausrichtung des geplanten Gebäudebestandes ist hier jedoch von keinen Sichtbeziehungen auszugehen. Der Eingangsbereich zum Planobjekt wird an der Bahnhofstraße liegen. Im Erdgeschoss ist neben der Apotheke und der Cafébar das Parkdeck vorgesehen (vgl. Abbildung 1 auf Seite 14). Von insgesamt 141 Stellplätzen (davon 9 Mitarbeiterstellplätze) sind 27 Stellplätze nicht überbaut. Der eigentliche Handelsbesatz (Lebensmittelvollsortimenter, Drogeriemarkt Müller und Bäckerei) ist im 1. Obergeschoss verortet (vgl. Abbildung 2 auf Seite 15).

Foto 1: Parkplatz Am Zollstock / Bahnhofstraße

Foto 2: Textildiscounter kik mit Parkplatz und Ekomar-Markt



Fotos: GMA

<sup>17</sup> Im Mai 2022 wurde die Erweiterung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Attendorn vom Rat der Stadt Attendorn beschlossen. Das Plangrundstück liegt nun vollständig innerhalb der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereich.

Gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Attendorn handelt es sich bei dem Planstandort um eine Entwicklungsfläche für zukünftige Einzelhandelsansiedlungen. Demnach soll diese Fläche vor allem zur „Ergänzung von großflächigem zentren- und nahversorgungsrelevantem Einzelhandel“<sup>18</sup> dienen. Laut Einzelhandelskonzept soll dabei jedoch vor allem die Anbindung an den historischen Teil des Hauptzentrums fokussiert werden.

## 5. Standortbewertung

Die spezifischen Eigenschaften eines Standortes können in positive und negative Standortfaktoren gegliedert werden. Diese standortspezifischen Eigenschaften haben einen wesentlichen Einfluss auf die Ausstrahlung, die Marktdurchdringung und die damit korrespondierende künftige Umsatzerwartung eines Planobjektes.

### Positive Standortfaktoren:

- + Standort innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches von Attendorn
- + ÖPNV-Anbindung im direkten Umfeld
- + Lage an gut frequentierter Verkehrsachse / gute Verkehrsanbindung
- + städtebaulich integrierter Standort mit Wohngebietsanschluss

### Negative Standortfaktoren:

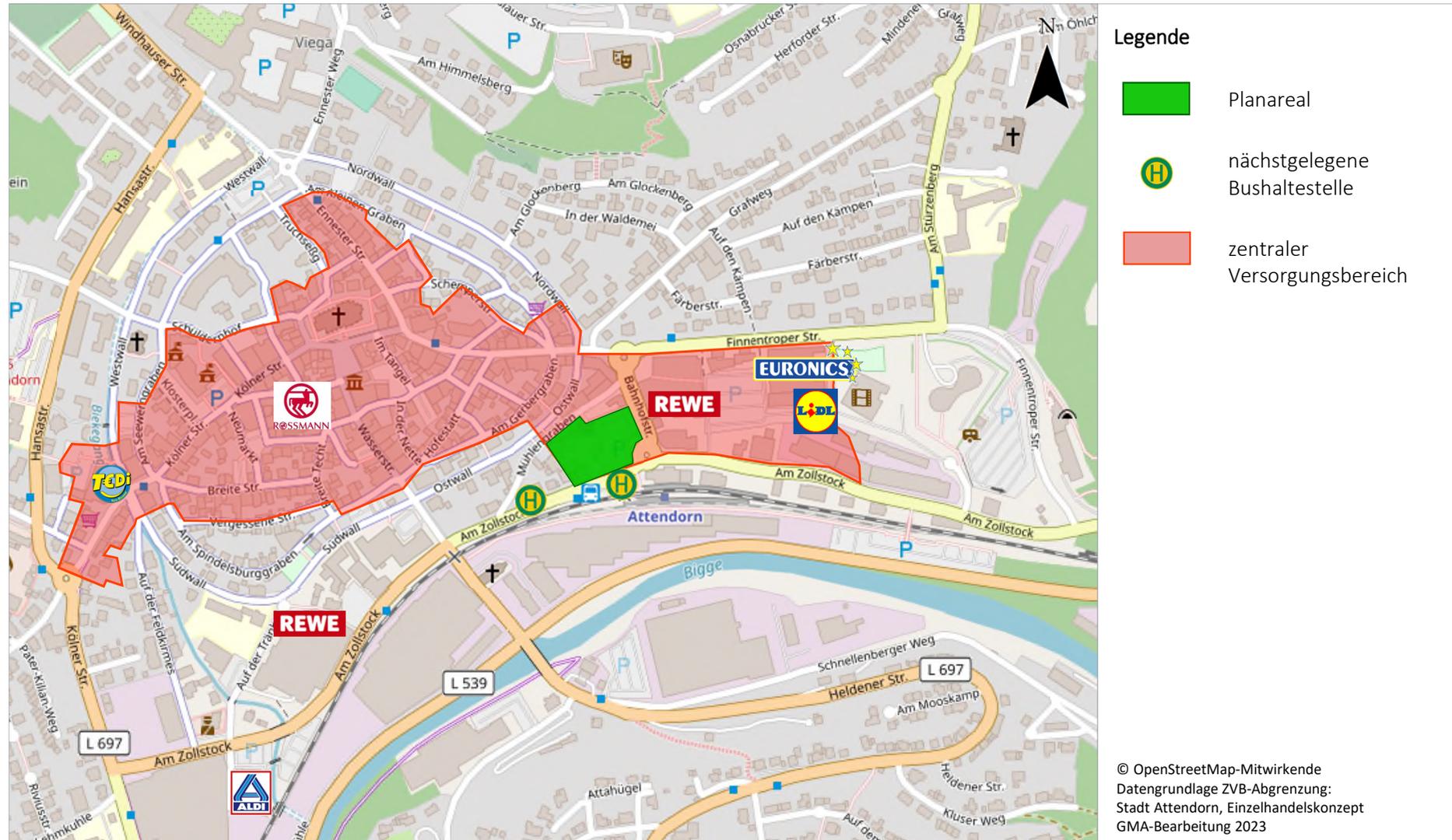
- fehlende Sichtbeziehungen zum Hauptgeschäftsbereich von Attendorn

Aus städtebaulicher Sicht ist festzuhalten, dass sich der projektierte Standort innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches der Stadt Attendorn befindet. Darüber hinaus handelt es sich um eine städtebaulich integrierte Lage, die fußläufig an Wohnbebauungen angebunden ist.

---

<sup>18</sup> vgl. Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen, Hansestadt Attendorn, Aktualisierung wesentlicher Bausteine des Einzelhandelskonzepts, März 2018, Seite 49.

Karte 2: Mikrostandort Bahnhofstraße / Mühlengraben und wesentliche projektrelevante Anbieter



### III. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

#### 1. Einzugsgebiet des Vorhabens und Bevölkerungspotenzial

Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für die geplanten Einzelhandelsnutzungen kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung der Bereich verstanden, innerhalb dessen mit regelmäßigen, dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen an den Planstandort gerechnet werden kann.

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

- /// Sortimentsstruktur und Dimensionierung des konkreten Planvorhabens
- /// Attraktivität der sonstigen Nutzungen am Standort
- /// Siedlungsstrukturen im Untersuchungsraum
- /// projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum, v. a. Supermärkte, Lebensmitteldiscounter sowie Gesundheits- / Körperpflege- (v. a. Drogeriemärkte, Apotheken)
- /// verkehrliche und topografische Gegebenheiten im Untersuchungsraum
- /// ausgewählte Zeit- und Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte).

Unter Berücksichtigung der angeführten Kriterien lässt sich für die geplanten Einzelhandelsnutzungen im Wallcenter ein Einzugsgebiet abgrenzen, das wie folgt zoniert werden kann (vgl. Karte 3):

<b>Zone I:</b>	Stadt Attendorn	ca. 24.760 Einwohner <sup>19</sup>
<b>Zone II:</b>	Gemeinde Finnentrop – südwestliche Ortsteile <sup>20</sup>	ca. 13.249 Einwohner <sup>21</sup>
<b>Einzugsgebiet gesamt</b>		<b>ca. 38.009 Einwohner</b>

Insgesamt leben im Einzugsgebiet gegenwärtig **ca. 38.009 Einwohner**, davon rd. 65 % in Zone I und 35 % in Zone II.

**Zone I** des Einzugsgebietes umfasst die gesamte Stadt Attendorn mit derzeit rd. 24.760 Einwohnern. Als **Zone II** sind die südwestlichen Bereiche der Gemeinde Finnentrop (v. a. Ortsteile Finnentrop, Bamenohl, Heggen, Lenhausen, Ostentrop, Schönholthausen, Weringhausen) ab-

<sup>19</sup> Quelle: Hansestadt Attendorn, Stand: 31.12.2022, nur Hauptwohnsitze.

<sup>20</sup> Ortsteile Finnentrop, Bamenohl, Heggen, Lenhausen, Ostentrop, Schönholthausen, Weringhausen, Deutmecke, Frettermühle, Hülschotten, Illeschlade, Müllen, Sange, Altfinnentrop, Frielentrop, Gierschlade und Hollenbock, Ahausen, Mißmecke und Tiefenau.

<sup>21</sup> Quelle: Gemeinde Finnentrop, Einwohnerstatistik auf Ortsteilebene, Stand: 31.12.2022, nur Hauptwohnsitze.

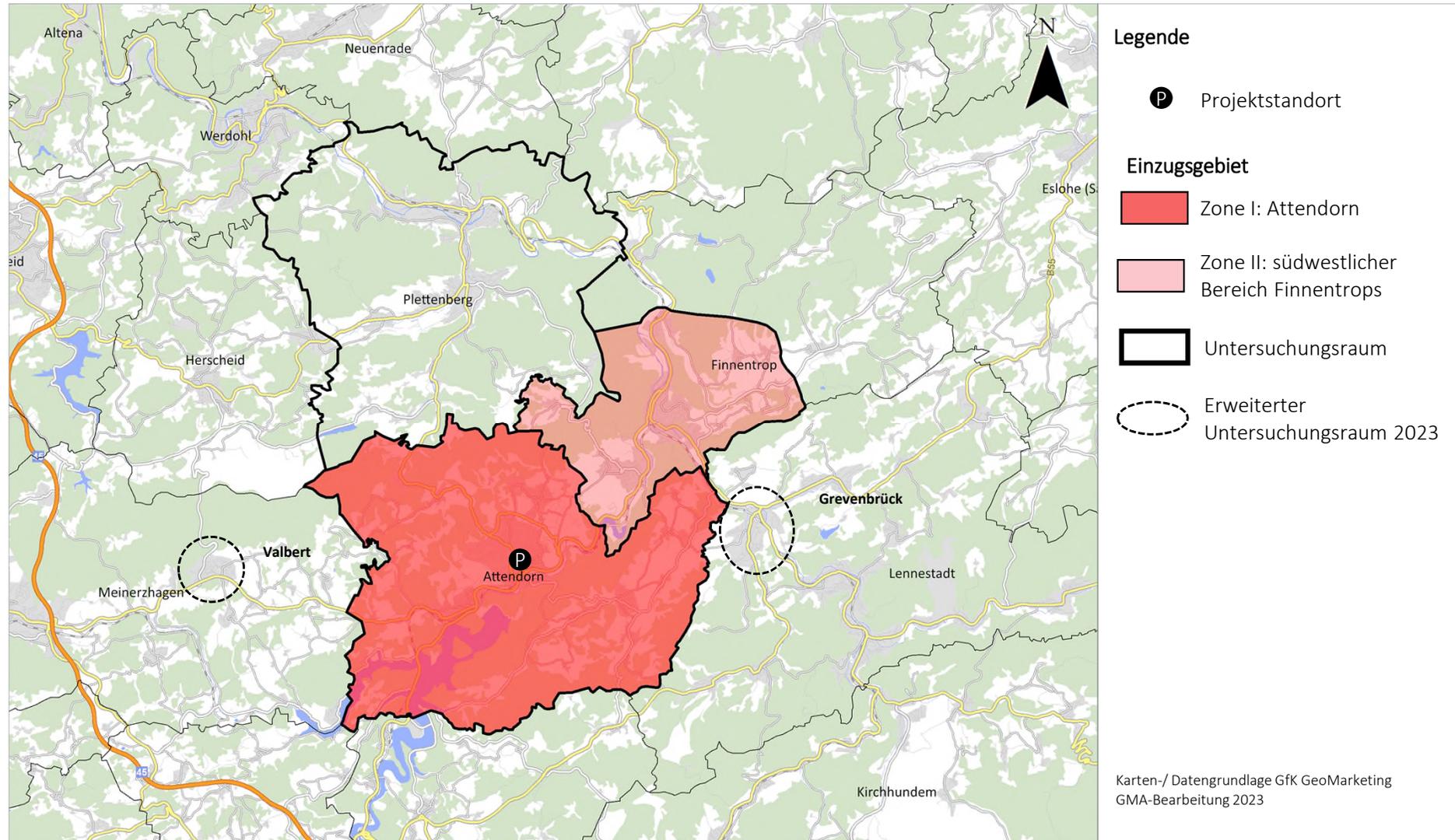
zugrenzen, deren Einwohner aufgrund der räumlichen Nähe, der guten verkehrlichen Anbindung und der Angebotssituation auf Attendorn orientiert sind. Das nordwestliche und nordöstliche Gemeindegebiet Finnentrops wird aufgrund der räumlichen Entfernung und der für diese Teilräume bereits vorliegenden Mehrfachorientierung in den untersuchten nahversorgungsrelevanten Sortimenten (z. B. auf Plettenberg, Eslohe) nicht mehr zum Einzugsgebiet des Vorhabens gezählt. In dem zum Einzugsgebiet zählenden Teilraum von Finnentrop leben rd. 13.249 Einwohner<sup>22</sup>.

In der nachfolgenden Wettbewerbsbetrachtung, der Ermittlung der Kaufkraftabschöpfung sowie der Bewertung potenzieller Auswirkungen werden ferner das Mittelzentrum Plettenberg sowie Valbert (Meinerzhagen) und Grevenbrück (Lennestadt) als Wettbewerbsstandorte mitberücksichtigt. Dieser Teilraum, inklusive des Einzugsgebietes, wird im Folgenden als **„erweiterter Untersuchungsraum“** bezeichnet (vgl. Karte 3).

---

<sup>22</sup> Quelle: GfK GeoMarketing.

### Karte 3: Einzugsgebiet und Untersuchungsraum für das Planvorhaben in Attendorn



## 2. Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-Berechnungen beträgt die ladeinzelhandelsrelevante<sup>23</sup> Kaufkraft einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk pro Kopf der Wohnbevölkerung aktuell **ca. 6.760 €** pro Jahr. Davon entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel **ca. 2.826 €** und auf Nicht-Lebensmittel **ca. 3.934 €**. Für die untersuchungsrelevanten Sortimente wird eine jährliche Pro-Kopf-Ausgabe in Höhe von **ca. 3.629 €** angesetzt.<sup>24</sup>

Bei der Berechnung des Kaufkraftvolumens im Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau in Attendorn bei 119,9 und damit deutlich über dem Bundesdurchschnitt (Bundesdurchschnitt = 100,0).<sup>25</sup> Im überörtlichen Einzugsgebiet ist ein leicht unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau festzuhalten (Finnentrop: 98,6).

Unter Berücksichtigung der Kaufkraftkoeffizienten, der Einwohnerzahlen sowie GMA-interner Pro-Kopf-Kaufkraftwerte ist im Einzugsgebiet derzeit ein **projektrelevantes Kaufkraftvolumen von rd. 155,2 Mio. €** vorhanden (vgl. Tabelle 2), das sich wie folgt auf die einzelnen Sortimente und Zonen des Einzugsgebietes verteilt.

**Tabelle 2: Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet**

Sortiment	Kaufkraft in Mio. €		
	Attendorn (Zone I) ca. 24.760 EW	Finnentrop, südwestliche Ortsteile (Zone II) ca. 13.249 EW	Einzugsgebiet gesamt (Zone I +II) ca. 38.009 EW
Nahrungs- und Genussmittel	83,9	36,9	120,8
Gesundheit / Körperpflege	13,8	6,1	19,9
Schreib- und Spielwaren	4,2	1,8	6,0
Ton- und Bildträger / Medien	3,2	1,4	4,6
Haushaltswaren	2,7	1,2	3,9
<b>Gesamt</b>	<b>107,8</b>	<b>47,4</b>	<b>155,2</b>

GMA-Berechnungen 2023, Rundungsdifferenzen möglich.

Für das **Jahr 2025 ist für das Einzugsgebiet von einer leicht rückläufigen Einwohnerentwicklung auszugehen**. Ausgehend von dem Jahr 2021 wird in der aktuellen Bevölkerungsvorausberechnung von IT.NRW für Attendorn ein Bevölkerungsrückgang bis 2025 um ca. – 0,8 % prognostiziert. Für Finnentrop liegt der derzeit prognostizierte Bevölkerungsrückgang bis 2025 bei ca. – 2,1 %.<sup>26</sup> Unter Zugrundelegung der obenstehenden Einwohnerzahlen, ist bis 2025 mit einer

<sup>23</sup> Einzelhandel im engeren Sinne (ohne Brennstoffe, Kraftfahrzeuge etc.).

<sup>24</sup> Die durchschnittlichen Pro-Kopf-Kaufkraftwerte belaufen sich für Nahrungs- und Genussmittel auf ca. 2.826 € p.a., für die Warengruppe Gesundheit / Körperpflege auf ca. 466 € p.a., für Schreib- und Spielwaren auf ca. 140 € p.a., für Ton- und Bildträger / Medien auf ca. 107 € p.a. und für Haushaltswaren auf ca. 90 € p.a..

<sup>25</sup> Quelle: MB Research, 2022.

<sup>26</sup> Quelle: Berechnung auf Basis der Bevölkerungsvorausberechnung von IT.NRW 2023. Die dargestellte Einwohnerentwicklung bezieht sich auf den Vergleich der Zahlen der Bevölkerungsvorausberechnung von IT.NRW für den 01.01.2021 mit denen für den 01.01.2025.

Reduzierung des Einwohnerpotenzials in Zone I auf ca. 24.556 Einwohner und in Zone II auf ca. 12.971 Einwohner zu rechnen. Die Summe der Einwohnerzahl im gesamten Einzugsgebiet beträgt 2025 voraussichtlich 37.527 Einwohner und liegt somit etwa 1,3 % unter dem jetzigen Wert. Unter alleiniger Berücksichtigung der leicht rückläufigen Bevölkerungsentwicklung um ca. - 1,3 % beträgt die Summe des Kaufkraftvolumens der projektrelevanten Sortimente im Jahr 2025 **voraussichtlich rd. 153,2 Mio. €**. Da das prognostizierte Kaufkraftpotenzial nur marginal unterhalb des aktuellen Kaufkraftvolumens im Einzugsgebiet liegt und auch unter Berücksichtigung der nominalen Kaufkraftsteigerung von einer konstanten Kaufkraft im Einzugsgebiet auszugehen ist, wird im vorliegenden Gutachten **mit den aktuellen Kaufkraftwerten gerechnet** (vgl. Tabelle 2).

## IV. Wettbewerbssituation

Zur Bewertung der Wettbewerbssituation wurde von der GMA im Juli 2023 eine **Bestandserfassung des projektrelevanten Einzelhandels im Untersuchungsraum**<sup>27</sup> durchgeführt. Zur Bewertung der möglichen absatzwirtschaftlichen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen des Planvorhabens wurden die zu untersuchenden Sortimente in den einzelnen Teilräumen des Untersuchungsraums wie folgt erhoben:

/// **Stadt Attendorn:** Erhebung aller wesentlicher Wettbewerber in den untersuchungsrelevanten Sortimenten

- Nahrungs- und Genussmittel (wesentliche Lebensmittelmärkte<sup>28</sup>, Getränkemärkte),
- Gesundheit / Körperpflege (Drogerien / Parfümerien, Apotheken).

Die Randsortimente Schreib- und Spielwaren, Ton- und Bildträger / Medien sowie Haushaltswaren wurden nur im zentralen Versorgungsbereich erhoben, da hier aufgrund der geringen Verkaufsflächengrößen lediglich Wirkungen in der Attendorner Innenstadt zu erwarten sind.

/// **Im übrigen Untersuchungsraum:** Erhebung der zentralen Versorgungsbereiche und wesentlicher Standortlagen, wobei hier ausschließlich die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel und Gesundheit / Körperpflege berücksichtigt wurden.

### 1. Wettbewerbssituation in Attendorn

In Attendorn (Zone I des Einzugsgebietes) waren zum Zeitpunkt der Erhebung rd. 11.515 m<sup>2</sup> untersuchungsrelevante Verkaufsfläche mit einer Gesamtumsatzleistung von rd. 57,6 Mio. € vorhanden<sup>29</sup> (siehe Tabelle 3).

Bezüglich der einzelnen Standortlagen sind folgende Ergebnisse zusammenzufassen:

/// Im östlichen Teil **des zentralen Versorgungsbereiches von Attendorn** befindet sich das **Allee-Center**. Hier ist eine Einzelhandelsagglomeration vorhanden, die überwiegend großflächige Einzelhandelsbetriebe umfasst, die in direktem Wettbewerb zu dem Planvorhaben stehen. Dabei ist vor allem auf den Dornseifer's Rewe Vollsortimenter, den Lidl Lebensmitteldiscounter sowie den Euronics XXL Fachmarkt hinzuweisen. Die Betriebe sind allesamt zeitgemäß und leistungsfähig aufgestellt. Die Attraktivität des Standortes wird durch die unmittelbar vorgelagerten Parkplätze erhöht. Ferner ist auf einen kleinteiligen internationalen Supermarkt (Hanse Markt) gegenüber vom Bahnhof hinzuweisen. Im **Hauptgeschäftsbereich von Attendorn**, der v. a. auch den historischen Ortskern umfasst, sind überwiegend kleinteilige Einzelhandelsstrukturen vorhanden, wel-

<sup>27</sup> Neben dem Einzugsgebiet, bestehend aus der Stadt Attendorn und dem südwestlichen Bereich der Gemeinde Finnentrop, wird auch das Mittelzentrum Plettenberg sowie Valbert (Meinerzhagen) und Grevenbrück (Lennestadt) mit in die Untersuchung einbezogen, um mögliche Wechselwirkungen darstellen zu können. Bei Valbert und Grevenbrück handelt es sich um die nächstgelegenen Handelsstandorte in ca. 20 min. Fahrzeitdistanz; die Stadt Plettenberg hat sich im frühzeitigen Flächennutzungsplanänderungsverfahren kritisch geäußert, sodass hier eine separate Betrachtung für sinnvoll erachtet wurde.

<sup>28</sup> Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Attendorn wurden darüber hinaus auch kleinteilige Lebensmittelmärkte (z.B. internationale Lebensmittelmärkte, Spezialisten) berücksichtigt.

<sup>29</sup> Jeweils ohne den im Zuge der Projektrealisierung entfallenden Gemüseanbieter Ekomar am Planstandort.

che nur bedingt Überschneidungen mit den geplanten Einzelhandelsbetrieben aufweisen. Lediglich der Rossmann Drogeriemarkt in der Wasserstraße steht in direkter Konkurrenz zu dem geplanten Müller Drogeriemarkt.

**/** In den **sonstigen Lagen Attendorns** sind südlich des zentralen Versorgungsbereiches im Bereich Auf der Tränke / Am Zollstock ein Aldi Lebensmitteldiscounter sowie ein Rewe-Center mit einem separaten Getränkemarkt ansässig. Im sonstigen Stadtgebiet ist darüber hinaus auf zwei Netto-Filialen und einen Penny-Markt sowie weitere kleinteilige Lebensmittelanbieter hinzuweisen.

Nach den Standortlagen sowie den projektrelevanten Sortimenten differenziert ergibt sich für Attendorn der in nachfolgender Tabelle dargestellte Einzelhandelsbestand:

**Tabelle 3: Projektrelevanter Einzelhandelsbestand in der Stadt Attendorn (Zone I)**

Lage	Nahrungs- und Genussmittel		Gesundheit / Körperpflege		Randsortimente*	
	VK in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €	VK in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €	VK in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €
Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt Attendorn	3.155**	15,8**	1.150	8,4	920	2,6
Sonstige Lagen	5.900	27,8	390	3,0	n.p.	n.p.
<b>Summe</b>	<b>9.055</b>	<b>43,6</b>	<b>1.540</b>	<b>11,4</b>	<b>920</b>	<b>2,6</b>

\* umfasst die Sortimente Schreib- und Spielwaren, Ton- und Bildträger / Medien und Haushaltswaren.

\*\* jeweils ohne den im Zuge der Projektrealisierung entfallenden Gemüseanbieter Ekomar am Planstandort.

Bei Mehrbranchenbetrieben wurde die Verkaufsfläche sortimentsgenau aufgeteilt (ab einer Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup>), bei Lebensmittelmärkten ab einer Verkaufsfläche von 2.500 m<sup>2</sup>. Die Umsätze werden sortimentsgenau aufgeteilt; GMA-Berechnungen 2023 (ca.-Werte, gerundet), n.p. = nicht projektrelevant.

Die Angebotssituation in der Stadt Attendorn im Segment Nahrungs- und Genussmittel ist als insgesamt ausbaufähig zu bewerten. Mit zwei Lebensmittelvollsortimentern und fünf Lebensmitteldiscountern liegt die Verkaufsflächenausstattung bei rd. 310 m<sup>2</sup> je 1.000 Einwohner<sup>30</sup>. Durchschnittlich entfallen in Deutschland rd. 436 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner auf das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel.<sup>31</sup> Auch die Betrachtung der Einzelhandelszentralität<sup>32</sup> zeigt, dass mit einem Wert von ca. 52 die Lebensmittelmärkte deutlich geringere Umsätze bei Nahrungs- und Genussmitteln im Vergleich zur örtlichen Kaufkraft erzielen.<sup>33</sup> Im Segment Gesundheit / Körperpflege ist derzeit lediglich ein Drogeriemarkt und eine Parfümerie in Attendorn vorhanden; das Angebot wird durch eine Vielzahl an Apotheken ergänzt. Drogeriewaren werden darüber hinaus auch als Randsortiment der Lebensmittelmärkte geführt. Die Zentralität liegt bei ca. 83, sodass auch hier Kaufkraftabflüsse bestehen. Die Ansiedlung eines weiteren Drogeriemarktes ist damit potenziell möglich.

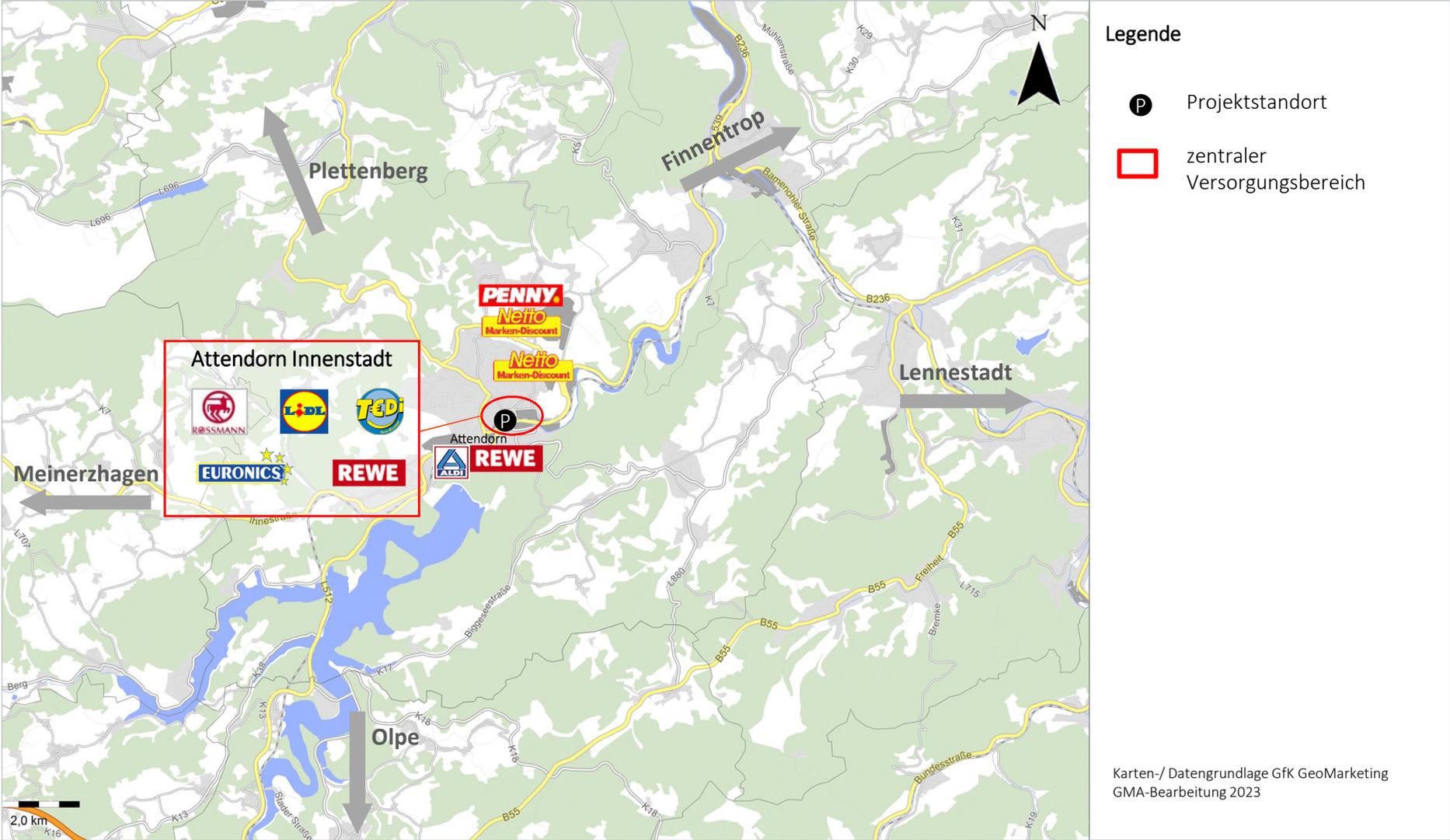
<sup>30</sup> Bezogen auf die Verkaufsfläche bei Nahrungs- und Genussmitteln der sieben wesentlichen Lebensmittelmärkte (ab einer Verkaufsfläche von 400 m<sup>2</sup>) in Attendorn (Rewe Center, Dornseifer's Rewe, Aldi, Lidl, Penny, 2 x Netto).

<sup>31</sup> Quelle: EHI handelsdaten 2022, bezogen auf Lebensmittelmärkte ab 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (Datenstand: 2021).

<sup>32</sup> Die Einzelhandelszentralität stellt den in Attendorn getätigten Einzelhandelsumsatz der in Attendorn vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber. Werte über 100 weisen dabei – per Saldo – auf einen Ausstrahlungsüberschuss hin, Werte unter 100 entsprechend auf einen Kaufkraftabfluss.

<sup>33</sup> Auch bei Berücksichtigung des sonstigen kleinteiligen Lebensmitteleinzelhandels (z.B. Lebensmittelhandwerk) liegt die Zentralität gemäß Einzelhandelskonzept Attendorn (Fortschreibung 2018) lediglich bei 92, sodass die bestehenden Kaufkraftabflüsse nicht durch Kaufkraftzuflüsse von außerhalb kompensiert werden.

**Karte 4: Hauptwettbewerber in Attendorn**



## 2. Wettbewerbssituation im weiteren Untersuchungsraum

Außerhalb von Attendorn wurden darüber hinaus die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel und Gesundheit / Körperpflege in den zentralen Versorgungsbereichen und wesentlichen Standortlagen der Städte Finnentrop (Zone II des Einzugsgebietes) und Plettenberg sowie in dem Meinerzhagener Nahversorgungszentrum Valbert und dem Lennestädter Nahversorgungszentrum Grevenbrück erfasst (vgl. Tabelle 7).

- In der Gemeinde **Finnentrop** wurden im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes drei zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen, die alle innerhalb der Zone II des Einzugsgebietes liegen. Dabei handelt es sich um die Zentrenbereiche Finnentrop Rathaus, Finnentrop Bahnhof und Bamenohl<sup>34</sup>. Als wesentlicher Wettbewerber gegenüber den geplanten Einzelhandelsbetrieben ist zunächst die in Bamenohl ansässige Rewe-Ihr Kaufpark Filiale zu nennen. Darüber hinaus sind im zentralen Versorgungsbereich Bamenohl ein Rossmann Drogeriemarkt sowie ein Lidl und Aldi Lebensmitteldiscounter ansässig. Die beiden anderen zentralen Versorgungsbereiche verfügen über jeweils einen wesentlichen Lebensmittelmarkt (Netto, Penny), welcher jedoch überwiegend der Nahversorgung der umliegenden Wohnquartiere dient. In Lagen außerhalb der Zentren ist im Wesentlichen auf einen kleineren Lebensmittelbetrieb im Ortsteil Heggen hinzuweisen.
- In der Stadt **Plettenberg**<sup>35</sup> wurden das Ortsteilzentrum Eiringhausen und der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt sowie die Sonderstandorte Breddestraße und Ziegelstraße / Grafweg untersucht. Aufgrund des geringen Besatzes des Ortsteilzentrums liegt der Fokus im Folgenden insbesondere auf dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt. Hier ist vor allem auf die Angebotsstrukturen auf dem Mylaeus-Areal (P-Center) hinzuweisen, welche sowohl einen Hit-Markt als auch den Drogerieanbieter dm umfassen. Die Märkte weisen jeweils moderne Marktauftritte auf, verfügen über ein ausreichendes Stellplatzangebot und profitieren von der Nähe zur restlichen Innenstadt. Darüber hinaus weist die Stadt Plettenberg die zwei Sonderstandorte Breddestraße und Ziegelstraße / Grafweg auf. Beide Sonderstandorte umfassen jeweils eine Rewe – Ihr Kaufpark-Filiale und je einen Lidl Lebensmitteldiscounter. Außerdem ist im weiteren Stadtgebiet Plettenbergs auf zwei Aldi-Filialen und einen Netto Lebensmitteldiscounter hinzuweisen.
- Im **Meinerzhagener Stadtteil Valbert** wurde das **Nahversorgungszentrum Valbert** untersucht. Dieses verfügt über einen Lidl-Lebensmitteldiscounter, welcher einen durchschnittlichen Marktauftritt aufweist und über ein ausreichendes Stellplatzangebot verfügt. Im restlichen Nahversorgungszentrum ist lediglich auf kleinteiligen Einzelhandelsbesatz hinzuweisen.
- In der Stadt **Lennestadt** wurde das **Nahversorgungszentrum Grevenbrück** untersucht, welches sich östlich von Attendorn befindet. Hier ist vor allem auf die Lebensmittelmärkte Aldi Nord und Rewe an der Kölner Straße hinzuweisen. Diese verfügen über einen modernen Marktauftritt und weisen ein ausreichendes Stellplatzangebot auf (geteilte Stellplatzanlage). Des Weiteren befindet sich im Nahversorgungszentrum ein Netto-Lebensmitteldiscounter in der Industriestraße, der einen durchschnittlichen Marktauftritt aufweist und über ausreichend Stellplätze verfügt. Im restlichen Nahversorgungszentrum ist auf weiteren kleinteiligen Einzelhandelsbesatz hinzuweisen.

<sup>34</sup> vgl. Stadt + Handel, Gemeinde Finnentrop, Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Finnentrop, 2012.

<sup>35</sup> vgl. GMA, Stadt Plettenberg, Gutachten zur Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Plettenberg, 2013.

Insgesamt waren im weiteren Untersuchungsraum außerhalb von Attendorn zum Zeitpunkt der Erhebung rd. 27.920 m<sup>2</sup> untersuchungsrelevante Verkaufsfläche in den Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel und Gesundheit / Körperpflege (davon ca. 8.170 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in Finnentrop bzw. Zone II des Einzugsgebietes) mit einer Gesamtumsatzleistung von rd. 139,4 Mio. € (davon ca. 42,5 Mio. € in Finnentrop bzw. Zone II des Einzugsgebietes) vorhanden (siehe Tabelle 4).

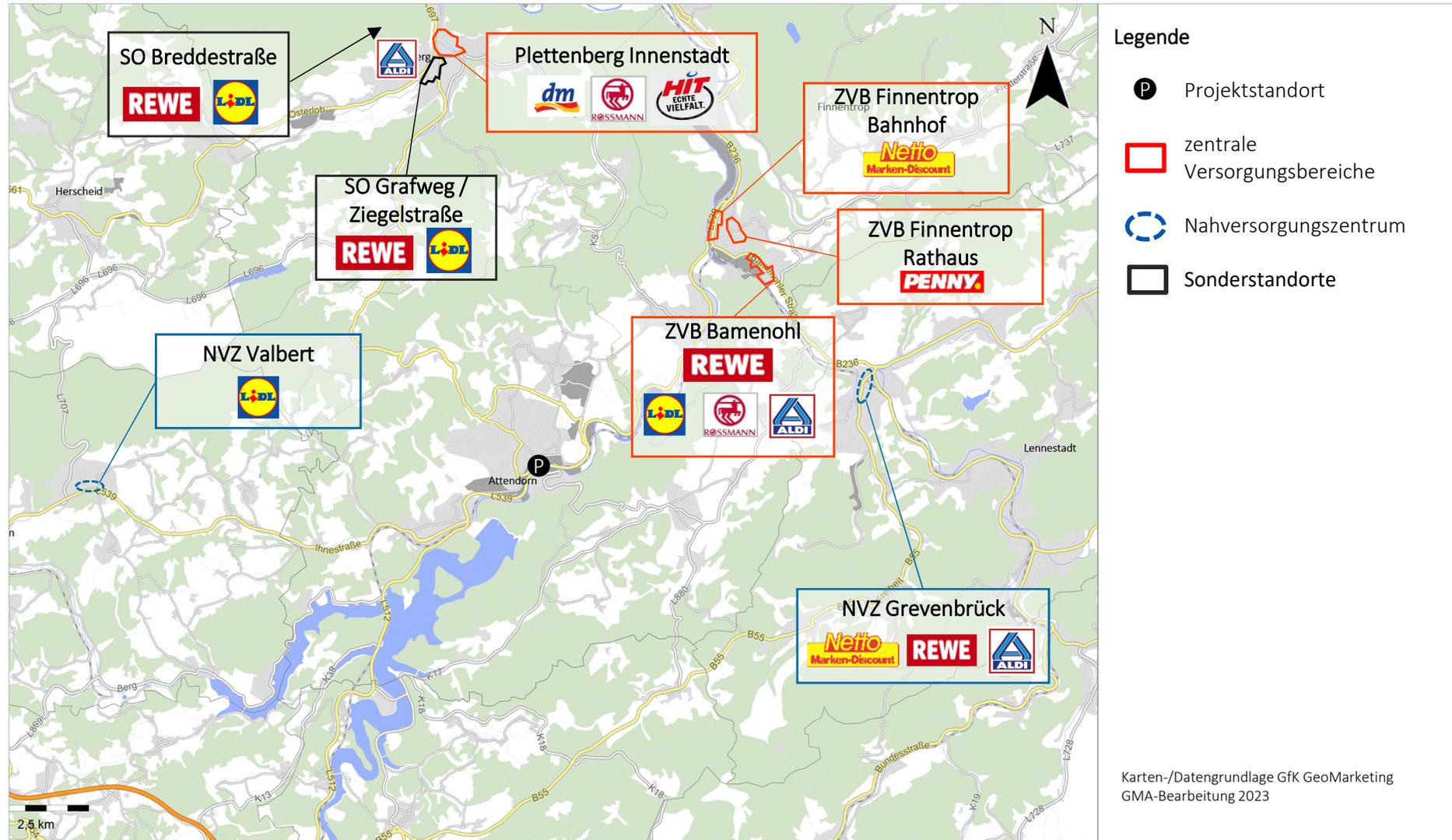
**Tabelle 4: Projektrelevanter Einzelhandelsbestand im weiteren Untersuchungsraum**

Lage	Nahrungs- und Genussmittel		Gesundheit / Körperpflege		gesamt	
	VK in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €	VK in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €	VK in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €
<b>Finnentrop (Zone II Einzugsgebiet)</b>						
Zentrale Versorgungsbereiche*	6.940	33,9	960	7,5	<b>7.900</b>	<b>41,4</b>
Sonstige Lagen	270	1,1	--	--	<b>270</b>	<b>1,1</b>
<b>Summe Finnentrop (Teilraum)</b>	<b>7.210</b>	<b>35,0</b>	<b>960</b>	<b>7,5</b>	<b>8.170</b>	<b>42,5</b>
<b>Plettenberg (Untersuchungsraum)</b>						
Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	2.445	12,4	1.590	8,0	<b>4.035</b>	<b>20,4</b>
Sonstige Lagen**	10.930	48,4	550	5,7	<b>11.480</b>	<b>54,1</b>
<b>Summe Plettenberg</b>	<b>13.375</b>	<b>60,8</b>	<b>2.140</b>	<b>13,7</b>	<b>15.515</b>	<b>74,5</b>
<b>Meinerzhagen-Valbert (Untersuchungsraum)</b>						
<b>Nahversorgungszentrum Valbert</b>	<b>850</b>	<b>5,6</b>	<b>30</b>	<b>1,2</b>	<b>880</b>	<b>6,7</b>
<b>Lennebstadt-Grevenbrück (Untersuchungsraum)</b>						
<b>Nahversorgungszentrum Grevenbrück</b>	<b>3.255</b>	<b>13,2</b>	<b>100</b>	<b>2,5</b>	<b>3.355</b>	<b>15,6</b>
<b>Summe</b>	<b>24.690</b>	<b>114,5</b>	<b>3.230</b>	<b>24,8</b>	<b>27.920</b>	<b>139,4</b>

\* beinhaltet den Zentrenbereich Finnentrop Rathaus, den Zentrenbereich Finnentrop Bahnhof und den Zentrenbereich Bamenohl; \*\* inkl. des Ortsteilzentrums Eiringhausen und der Sonderstandorte Breddestraße und Ziegelstraße / Grafweg

Bei Mehrbranchenbetrieben wurde die Verkaufsfläche sortimentsgenau aufgeteilt (ab einer Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup>), bei Lebensmittelmärkten ab einer Verkaufsfläche von 2.500 m<sup>2</sup>; Die Umsätze werden sortimentsgenau aufgeteilt; GMA-Berechnungen 2023 (ca.-Werte, gerundet)

Karte 5: Hauptwettbewerber im Umland von Attendorn



### 3. Zusammenfassende Betrachtung der Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum

Insgesamt sind im Untersuchungsraum derzeit rd. **38.515 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche** in den zwei Kernsortimenten des Vorhabens vorhanden (vgl. Tabelle 5). Davon entfallen rd. 10.595 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf die Stadt Attendorn, ca. 8.170 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf die Gemeinde Finnentrop, ca. 15.515 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf die Stadt Plettenberg, ca. 880 m<sup>2</sup> auf den Stadtteil Valbert (Meinerzhagen) sowie ca. 3.355 m<sup>2</sup> auf den Stadtteil Grevenbrück (Lennestadt). Differenziert nach Sortimenten wurden bei Nahrungs- und Genussmitteln insgesamt ca. 33.745 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, bei Gesundheit / Körperpflege ca. 4.770 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche erhoben. Dazu ist auf die untersuchungsrelevanten Randsortimente (Schreib- und Spielwaren, Ton- und Bildträger / Medien und Haushaltswaren) im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt Attendorn mit einem Umfang von ca. 920 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche hinzuweisen. Insgesamt umfasst der projektrelevante Einzelhandelsbestand im Untersuchungsraum damit ca. 39.435 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.

**Tabelle 5: Projektrelevanter Einzelhandelsbestand im Untersuchungsraum**

	Attendorn	Finnentrop (Teilraum)	Plettenberg	Valbert (Meinerzhagen)	Grevenbrück (Lennestadt)	gesamt
	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> *					
Nahrungs- und Genussmittel	9.055	7.210	13.375	850	3.255	<b>33.745</b>
Gesundheit, Körperpflege	1.540	960	2.140	30	100	<b>4.770</b>
Randsortimente**	920	n.p.	n.p.	n.p.	n.p.	<b>920</b>
<b>Summe</b>	<b>11.515</b>	<b>8.170</b>	<b>15.515</b>	<b>880</b>	<b>3.355</b>	<b>39.435</b>

\* Bei Mehrbranchenbetrieben wurde die Verkaufsfläche sortimentsgenau aufgeteilt (ab einer Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup>), bei Lebensmittelmärkten ab einer Verkaufsfläche von 2.500 m<sup>2</sup>

\*\* umfasst die Sortimente Schreib- und Spielwaren, Ton- und Bildträger / Medien und Haushaltswaren im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt Attendorn

GMA-Erhebungen und -Berechnungen 2023 (ca.-Werte, gerundet), n.p. = nicht projektrelevant.

Aus gutachterlicher Sicht werden die Wettbewerbsstandorte in den weiter vom Planstandort entfernt gelegenen Ortsteilen Finnentrops, Meinerzhagens oder Lennestadt sowie den weiteren Umlandgemeinden und Nachbarstädten (z. B. Olpe, Herscheid, Drolshagen) aufgrund der räumlichen Entfernung und eigenen dort vorhandenen Angebotsformen durch die Ansiedlung der geplanten Einzelhandelsnutzungen in Attendorn, Bahnhofstraße / Mühlengraben (Wallcenter, allenfalls marginal betroffen sein.

## V. Auswirkungsanalyse

### 1. Methodischer Ansatz

Die möglichen Wettbewerbswirkungen im Untersuchungsraum werden im Folgenden vor dem Hintergrund der zur Verfügung stehenden Kaufkraftvolumina und der dargelegten Angebotsstrukturen ermittelt. Daraus lassen sich anschließend die zu erwartenden städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen ableiten. Hierzu werden zwei Berechnungsschritte durchgeführt:<sup>36</sup>

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

### 2. Umsatzerwartung und Marktbedeutung des Vorhabens

Zur Beurteilung möglicher städtebaulicher und versorgungsstruktureller Auswirkungen ist zunächst die **zu erwartende Umsatzleistung** des Planvorhabens zu prognostizieren. Dafür wird das Marktanteilkonzept zugrunde gelegt, das von einer Gegenüberstellung des relevanten Angebotes des Untersuchungsobjektes mit dem für das Einzugsgebiet errechneten Nachfragevolumen ausgeht.

Insgesamt kann für die geplanten Einzelhandelsnutzungen in den **projektrelevanten Sortimenten** von einer Umsatzleistung in Höhe von insgesamt **ca. 16,0 – 16,1 Mio. €** ausgegangen werden. Ein Großteil (rd. 9,9 – 10,0 Mio. €) entfällt dabei auf das Nahrungs- und Genussmittelsegment. Rund 4,2 Mio. € sind der Warengruppe Gesundheit / Körperpflege zuzuordnen; die restlichen 1,9 Mio. € verteilen sich auf die sonstigen Sortimente.

<sup>36</sup> Zur Einschätzung der durch die Ansiedlung des Planvorhabens ausgelösten Wirkungen wird gutachterlicherseits eine realitätsnahe worst-case-Betrachtung durchgeführt, d.h. dass bei allen Berechnungsschritten (u.a. Marktanteile, Umsatzleistungen, Umsatzumverteilungen ggü. zentralen Versorgungsbereichen) grundsätzlich der worst-case unter den gegebenen standort-, markt- und wettbewerbsseitigen Gegebenheiten angesetzt wird. Damit kann aufgezeigt werden, welche Wirkungen im „schlimmsten Fall“ eintreten können. Positive Effekte des Planvorhabens wie z.B. zu erwartende Attraktivitäts- und Frequenzsteigerungen in der Attendorner Innenstadt werden dabei im Sinne des worst-case-Ansatzes rechnerisch nicht berücksichtigt.

**Tabelle 6: Marktanteile und Umsätze des Planvorhabens in den projektrelevanten Sortimenten**

	Zone I (Attendorn)			Zone II (Finnentrop, Teilraum)			Streuumsatz in Mio. €	Gesamtumsatz in Mio. €
	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €		
Nahrungs- und Genussmittel	83,9	9 – 10	8,0	36,9	2 – 3	0,9 – 1,0	1,0	<b>9,9 – 10,0</b>
Gesundheit / Körperpflege	13,8	19 – 20	2,7 – 2,8	6,1	14 – 15	0,9	0,5 – 0,6	<b>4,2</b>
Schreib- und Spielwaren	4,2	15 – 16	0,6 – 0,7	1,8	3 – 4	< 0,1	< 0,1	<b>0,8</b>
Ton- und Bildträger / Medien	3,2	20 – 21	0,6 – 0,7	1,4	2 – 3	< 0,1	< 0,1	<b>0,7 – 0,8</b>
Haushaltswaren	2,7	11	0,3	1,2	2	< 0,1	< 0,1	<b>0,3 – 0,4</b>
<b>Gesamt</b>	<b>107,8</b>	<b>11 – 12</b>	<b>12,3 – 12,4</b>	<b>47,4</b>	<b>4</b>	<b>1,9 – 2,0</b>	<b>1,7</b>	<b>16,0 – 16,1</b>

GMA-Berechnungen 2023 (ca.-Werte, gerundet)

Unter Berücksichtigung der Art und Dimensionierung des Planvorhabens sowie der festgestellten Angebots- und Nachfragesituation in Attendorn und im sonstigen Untersuchungsraum wird das Vorhaben die höchsten Marktanteile in Attendorn selbst erzielen. Mehr als drei Viertel des Vorhabenumsatzes stammen aus der Standortkommune. Die zur Verfügung stehende Kaufkraft wird absolut betrachtet insbesondere in den Segmenten Nahrungs- und Genussmittel und Gesundheit / Körperpflege gebunden. Aber auch die Randsortimente des Müller-Marktes werden höhere Marktanteile in Attendorn erzielen. Aus der Zone II (Teilraum Finnentrop) stammen rd. 12 % des Vorhabenumsatzes. Die Marktbedeutung der Planung ist deutlich untergeordnet, sodass lediglich der Anbieter Müller in seinem Kernsortiment Gesundheit / Körperpflege hier eine größere Marktbedeutung entfalten kann. Dies hängt insbesondere damit zusammen, dass Müller in der Region nicht vorhanden ist und daher eine größere räumliche Ausstrahlung zu erwarten ist. Dies zeigt sich auch bei den höheren Anteilen an Streuumsätzen, die von außerhalb des Einzugsgebietes stammen.

Hinsichtlich der einzelnen, geplanten Betriebe sind die folgenden Umsatzleistungen zu erwarten:

**Tabelle 7: Umsatzerwartungen der Planvorhaben**

Geplanter Betrieb	voraussichtliche Umsatzleistung in Mio. € p.a.				Gesamtumsatzleistung in Mio. € p.a.	Gesamtverkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Flächenproduktivität in € / m <sup>2</sup>
	Nahrungs- und Genussmittel	Gesundheit / Körperpflege	Projektrelevante Randsortimente*	Sonstige, nicht projektrelevante Randsortimente**			
Lebensmittelvollsortimenter NN	8,9 – 9,0	0,6	0,1 – 0,2	0,2	9,9 – 10,0	1.985	5.000
Drogeriemarkt Müller	0,6 – 0,7	2,9	1,7 – 1,8	-	5,2 – 5,3	1.120	4.700
Bäckerei	0,3 – 0,4	-	-	-	0,3 – 0,4	55	6.400
Apotheke	-	0,7	-	-	0,7***	95	-
<b>Gesamt</b>	<b>9,9 -10,0</b>	<b>4,2</b>	<b>1,9</b>	<b>0,2</b>	<b>16,2 – 16,3</b>	<b>3.255</b>	<b>4.990</b>

\* Schreib- und Spielwaren, Ton- und Bildträger / Medien, Haushaltswaren.

\*\* z. B. Schnittblumen, Tiernahrung, Zeitschriften, Strümpfe.

\*\*\* ohne verschreibungspflichtige Sortimente

GMA-Berechnungen 2023 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Der **geplante Lebensmittelvollsortimenter** wird auf einer Verkaufsfläche von ca. 1.985 m<sup>2</sup> einen Umsatz von rd. 9,9 – 10,0 Mio. € (davon ca. 8,9 – 9,0 Mio. € im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel) erwirtschaften. Somit errechnet sich eine Flächenproduktivität von ca. 5.000 € / m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, welche deutlich über der durchschnittlichen Flächenproduktivität von Rewe und leicht unterhalb der von Edeka liegt. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass das Planvorhaben mit rd. 1.985 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auch deutlich größer ist als ein durchschnittlicher Rewe- oder Edeka-Supermarkt. Demnach liegt der Gesamtumsatz des Planvorhabens in Höhe von rd. 9,9 – 10,0 Mio. € rd. 50 % über dem durchschnittlichen Umsatz einer Edeka-Filiale (rd. 6,6 – 6,7 Mio. €) bzw. rd. 47 % über dem durchschnittlichen Umsatz einer Rewe-Filiale (rd. 6,7 – 6,8 Mio. €).<sup>37</sup> In der Handelswissenschaft ist zudem unbestritten, dass mit einer zunehmenden Flächenausweitung nicht eine ebenso starke Ausweitung des Umsatzes einhergeht. Vielmehr sinkt die Flächenleistung pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche i. d. R. bei größerer Verkaufsfläche, sodass der ermittelte Umsatz einen absoluten worst-case-Ansatz abbildet. Der Umsatz des geplanten **Müller Drogeriemarktes** beläuft sich mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.120 m<sup>2</sup> auf rd. 5,2 – 5,3 Mio. €. Die Flächenproduktivität beträgt demnach rd. 4.700 € / m<sup>2</sup> und liegt somit deutlich über der durchschnittlichen Flächenproduktivität des Drogeriemarktes Müller (rd. 3.888 € / m<sup>2</sup>). Selbst unter Berücksichtigung der im Vergleich zum Durchschnitt etwas kleineren Verkaufsfläche des Planvorhabens, liegt die ermittelte Umsatzleistung in Höhe von rd. 5,2 – 5,3 Mio. € noch über dem durchschnittlichen Umsatz einer Müller-Filiale (rd. 5,1 Mio. € bei durchschnittlich 1.318 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und bildet somit ebenfalls einen worst-case Ansatz ab.<sup>38</sup> Auch die Flächenleistungen der **geplanten Bäckerei und Apotheke** entsprechen handelsüblichen maximalen Werten.<sup>39</sup>

Die ermittelten Umsatzerwartungen und Flächenleistungen entsprechen somit einem **realistischen worst-case-Ansatz**, auch unter Berücksichtigung von Agglomerationseffekten zwischen den Nutzungen.

Bei der nachfolgenden Ermittlung der Umsatzumverteilungen ist **der am Standort vorhandene kleinteilige Gemüseanbieter zu berücksichtigen**. Dessen Umsatz bei Nahrungs- und Genussmitteln wird im Planvorhaben aufgehen. Dem prognostizierten Gesamtumsatz bei Nahrungs- und Genussmitteln wird demnach der Bestandumsatz des Gemüseanbieters in Höhe von ca. 0,2 – 0,3 Mio. € abgezogen. Dieses Vorgehen ist allgemein üblich, da die Wettbewerbswirkungen der Bestandsflächen bereits eingetreten sind. Das Bundesverwaltungsgericht hat dazu u. a. in einem Urteil vom 12.02.2009 ausgeführt, dass *„von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen [ist]. Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben,*

<sup>37</sup> Laut Hahn Retail Real Estate Report Germany 2022 / 2023 liegt die durchschnittliche Flächenleistung von Edeka aktuell bei ca. 5.130 € je m<sup>2</sup> bei einer durchschnittlichen Verkaufsflächengröße von ca. 1.293 m<sup>2</sup>. Dies entspricht einem durchschnittlichen Filialumsatz von rd. 6,6 – 6,7 Mio. €. Bei einer durchschnittlichen Rewe-Filiale beträgt die Verkaufsflächengröße 1.533 m<sup>2</sup>, die Flächenleistung ca. 4.390 € je m<sup>2</sup> und der Filialumsatz rd. 6,7 – 6,8 Mio. €.

<sup>38</sup> Laut Hahn Retail Real Estate Report Germany 2022 / 2023 liegt die durchschnittliche Flächenleistung von Müller aktuell bei ca. 3.888 € je m<sup>2</sup>, bei einer durchschnittlichen Verkaufsflächengröße von ca. 1.318 m<sup>2</sup> und einem durchschnittlichen Filialumsatz von rd. 5,1 Mio. €.

<sup>39</sup> Gemäß Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2020 weisen Bäckereien Flächenleistungen in Höhe von 4.500 € / m<sup>2</sup> – max. 5.500 € / m<sup>2</sup> VK auf. Laut Apothekenwirtschaftsbericht 2023 liegt der durchschnittliche Umsatz einer Apotheke bei rd. 0,7 Mio. € p. a. für rezeptfreie Arzneimittel und apothekenübliche Randsortimente.

sondern auch durch den Betrieb dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt.“<sup>40</sup>

Darüber hinaus ist für einen modernen Vollsortimenter die Integration einer **Bäckerei im Vorkassenbereich** – wie auch für dieses Vorhaben geplant – üblich. So verfügen u. a. die beiden nächstgelegenen Vollsortimenter in Attendorn, Dornseifer’s Rewe (Bahnhofstraße / ZVB Innenstadt Attendorn) und Rewe-Center (Auf der Tränke / sonstige Lage Attendorn), ebenfalls jeweils über eine Bäckerei in der Vorkassenzone. Dementsprechend ist keine grundsätzliche Attraktivitätssteigerung für das Vorhaben zu erwarten, welche auf die geplante Bäckerei im Vorkassenbereich des Vollsortimenters zurückzuführen ist. Für die nachfolgende Ermittlung der Umsatzumverteilungen und die Bewertung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen (vgl. Kapitel V., 3 und 4) wird der Umsatz der Bäckerei daher **separat** betrachtet. **Für diese ist ein Umsatz von rd. 0,3 – 0,4 Mio. € (vgl. Tabelle 7) zu erwarten.**

Somit ergibt sich ein zu berücksichtigender **modellhafter Umsatzzuwachs** in den projektrelevanten Sortimenten von rd. 15,4 – 15,5 Mio. €:

**Tabelle 8: Ermittlung der umverteilungsrelevanten Umsätze in den projektrelevanten Sortimenten**

	gesamt		umverteilungsrelevanter Umsatz in Mio. €
	Planung in Mio. €	Bestand in Mio. €	
Nahrungs- und Genussmittel (ohne Bäckerei)*	9,6	0,2 – 0,3	9,3 – 9,4
Gesundheit / Körperpflege	4,2		4,2
Schreib- und Spielwaren	0,8		0,8
Ton- und Bildträger / Medien	0,7 – 0,8		0,7 – 0,8
Haushaltswaren	0,3 – 0,4		0,3 – 0,4
<b>Summe</b>	<b>15,7</b>	<b>0,2 – 0,3</b>	<b>15,4– 15,5</b>

\* Die Bäckerei wird separat betrachtet

GMA-Berechnungen 2023 (ca.-Werte, ggf. gerundet)

### 3. Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen

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

<sup>40</sup> vgl. Bundesverwaltungsgericht 4 B 3.09 vom 12.02.2009, RN 6.

Zur Ermittlung der Umsatzumverteilungen werden die aus dem Marktanteilkonzept berechneten Umsätze gewichtet. In der Modellrechnung wurden **folgende Kriterien** berücksichtigt:

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

In die Berechnung fließen damit die derzeitigen **Einzelhandelsausstattungen konkurrierender Einzelhandelsstandorte** als Attraktivitätsfaktor und die **Distanz zum Planstandort** als Widerstandsfaktor ein. Eine weitere Grundannahme der nachfolgenden Berechnungen ist, dass die Einkaufslagen, welche die größten Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben aufweisen, quantitativ am stärksten von Umsatzumverteilungen betroffen sein werden. Dabei werden **positive Effekte der Planung**, wie z.B. ein zu erwartender Anstieg der Kundenfrequenz des Vorhabens, von dem auch der bestehende Innenstadt Einzelhandel Attendorns profitieren kann, im Rahmen des angesetzten realitätsnahen worst-case-Ansatzes rechnerisch **nicht berücksichtigt**.

Insgesamt resultieren aus dem Planvorhaben **folgende Umsatzumverteilungen** (vgl. Tabelle 9):

**Tabelle 9: Prognose der Umsatzumverteilungen**

Lage	Nahrungs- und Genussmittel		Gesundheit / Körperpflege		projektrelevante Randsortimente*	
	Umsatzumverteilung in Mio. €	Umverteilungsquote in %	Umsatzumverteilung in Mio. €	Umverteilungsquote in %	Umsatzumverteilung in Mio. €	Umverteilungsquote in %
Zentraler Versorgungsbe- reich Innenstadt	3,3 – 3,4	21 – 22	2,5	29 – 30	0,4	15 – 16
Sonstige Lagen	3,8 – 3,9	14	0,1 – 0,2	4 – 5	n.p.	n.p.
<b>Summe Attendorn (Zone I)</b>	<b>7,2</b>	<b>16 – 17</b>	<b>2,6 - 2,7</b>	<b>23</b>	<b>0,4</b>	<b>15 – 16</b>
Zentrale Versorgungsbe- reiche**	0,9 – 1,0	2 – 3	0,5	6 – 7	n.p.	n.p.
Sonstige Lagen	n. n.	n. n.	n. n.	n. n.	n.p.	n.p.
<b>Summe Finnentrop (Zone II, Teilraum)</b>	<b>0,9 – 1,0</b>	<b>2 – 3</b>	<b>0,5</b>	<b>6 – 7</b>	<b>n.p.</b>	<b>n.p.</b>
Zentraler Versorgungsbe- reich Innenstadt	0,2 – 0,3	2	0,3 – 0,4	4	n.p.	n.p.
Sonstige Lagen***	0,5 – 0,6	1	0,3 – 0,4	5 – 6	n.p.	n.p.
<b>Summe Plettenberg (Untersuchungsraum)</b>	<b>0,7 – 0,8</b>	<b>1 – 2</b>	<b>0,7</b>	<b>5</b>	<b>n.p.</b>	<b>n.p.</b>
Meinerzhagen Nahversor- gungszentrum Valbert (Untersuchungsraum)	0,2	3 – 4	< 0,1	6	n.p.	n.p.
Lennestadt Nahversor- gungszentrum Greven- brück (Untersuchungs- raum)	0,2 – 0,3	2	0,1 – 0,2	5 – 6	n.p.	n.p.
<b>Standorte außerhalb des Untersuchungsraumes</b>	<b>&lt; 0,1</b>	<b>-</b>	<b>0,1 – 0,2</b>	<b>-</b>	<b>n.p.</b>	<b>n.p.</b>
<b>Summe</b>	<b>9,3 – 9,4</b>	<b>-</b>	<b>4,2</b>	<b>-</b>	<b>1,9</b>	

\* umfasst Schreib- und Spielwaren, Ton- und Bildträger / Medien und Haushaltswaren; Umsatzumverteilung nur für Attendorn ermittelt.\*\* beinhaltet die Zentrenbereiche Finnentrop Rathaus, Finnentrop Bahnhof und Finnentrop Bamenohl; \*\*\* inkl. des Ortsteilzentrums Eiringhausen und der Sonderstandorte Breddestraße und Ziegelstraße / Grafweg; n. n. = nicht nachweisbar; n.p. = nicht projektrelevant -- = kein Bestand bzw. keine Umverteilungswirkungen; GMA-Berechnungen 2023 (ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundungen möglich).

Mit rund 66 – 67 % (= ca. 10,2 – 10,3 Mio. €) wird der größte Teil des umverteilungsrelevanten Umsatzes (rd. 15,4 – 15,5 Mio. €) innerhalb der Stadt Attendorn umverteilt. Das Vorhaben wird sich vor dem Hintergrund der Größe und der Angebotsstrukturen damit im Schwerpunkt mit dem bestehenden Wettbewerb in Attendorn auseinandersetzen. Der Umsatz bei Nahrungs- und Genussmitteln wird sogar zu rd. 77 % innerhalb von Attendorn umverteilt, was insbesondere auf das Vorhandensein von zwei vergleichbaren Betriebstypen zurückzuführen ist. Der Drogeriemarkt Müller wird zu einer leicht höheren Streuung der Umverteilung im Einzugsgebiet und darüber hinaus führen, da hier kein betriebsgleicher Anbieter existiert.

Im Detail sind folgende Umsatzumverteilungen zu erwarten:

- /// Innerhalb der Stadt **Attendorf** werden bei Nahrungs- und Genussmitteln insgesamt ca. 7,2 Mio. € und bei Gesundheit / Körperpflege ca. 2,6 – 2,7 Mio. € umverteilt. Die Umsatzumverteilung bei den Randsortimenten beläuft sich auf ca. 0,4 Mio. € bzw. 15 – 16 %. Die höchsten Umverteilungsquoten werden mit ca. 21 – 22 % bei Nahrungs- und Genussmitteln (ca. 3,3 – 3,4 Mio. €) und ca. 29 – 30 % bei Gesundheit / Körperpflege (ca. 2,4 – 2,5 Mio. €) gegenüber dem Innenstadtzentrum Attendorf ausgelöst.
- /// Die Gemeinde **Finnentrop** wird mit Umverteilungsquoten von max. 2 – 3 % bei Nahrungs- und Genussmitteln (0,9 – 1,0 Mio. €) sowie rd. 6 – 7 % bei Gesundheit / Körperpflege (0,5 Mio. €) tangiert.
- /// Auf die Standorte in **Plettenberg** entfallen bei Nahrungs- und Genussmitteln ca. 0,7 – 0,8 Mio. € und ca. 0,7 Mio. € bei Gesundheit / Körperpflege.
- /// Ebenso entfallen auf den Stadtteil **Valbert** in Meinerzhagen bei Nahrungs- und Genussmitteln ca. 0,2 Mio. € und ca. < 0,1 Mio. € bei Gesundheit / Körperpflege.
- /// Auf den Stadtteil **Grevenbrück** in Lennestadt entfallen bei Nahrungs- und Genussmitteln ca. 0,2 – 0,3 Mio. € und ca. 0,1 – 0,2 Mio. € bei Gesundheit / Körperpflege.
- /// Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage des Vorhabenstandortes dürfte ein Teil des Umsatzes auch bei Wettbewerbern **außerhalb des Untersuchungsraumes** umverteilt werden. Einem „worst-case“-Ansatz entsprechend ist dieser Umsatz mit weniger als 0,1 Mio. € bei Nahrungs- und Genussmitteln bzw. 0,1 – 0,2 Mio. € bei Gesundheit / Körperpflege als marginal anzunehmen.

#### 4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen

Die durch die geplanten Einzelhandelsnutzungen zu erwartenden Umsatzumverteilungswirkungen sind hinsichtlich ihrer möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen wie folgt zu bewerten:

##### Attendorf (Zone I)

- /// Im zentralen Versorgungsbereich von Attendorf (**Zone I**) ist durch die Ansiedlung der projektierten Märkte eine Umsatzumverteilung im **Lebensmittelsegment** von ca. 3,3 – 3,4 Mio. € zu ermitteln, was bezogen auf die Umsatzleistung der bestehenden Betriebe einer Umverteilungsquote von rd. 21 – 22 % entspricht. Am stärksten ist hiervon der Dornseifer's Rewe-Markt und z. T. auch der Lidl Lebensmitteldiscounter in unmittelbarer Nachbarschaft zum Planstandort betroffen. Eine deutliche Verschärfung der Wettbewerbssituation ist unter Berücksichtigung der Höhe der Umverteilungen zu erwarten. Die genannten Lebensmittelmärkte in der Innenstadt profitieren jedoch von Synergieeffekten aufgrund des Standortverbundes und sind als leistungsfähig einzustufen. Die Ansiedlung eines neuen Betreibers im Lebensmittelvollsortiment, der bislang nicht in Attendorf vertreten ist, wird daher zu Wettbewerbseffekten führen, die aktuell aufgrund der Dominanz des Betreibers Rewe im Vollsortiment (Rewe in der Innenstadt und Rewe-Center „Auf der Tränke“) nicht bestehen. Zudem wird im Zuge der Projektrealisierung ein gleichwertiger Lebensmittelmarkt am Planstandort angesiedelt, sodass selbst bei einer Schließung keine versorgungsstrukturellen Auswirkungen erwachsen würden.  
Ebenfalls hohe Umsatzumverteilungen (ca. 2,5 Mio. €, rd. 29 – 30 %) im Innenstadtzentrum von Attendorf sind bei **Gesundheit / Körperpflege** festzustellen. Den Hauptwettbewerber zum Planvorhaben stellt hier der Rossmann Drogeriemarkt in der Wasserstraße

dar. Dieser Anbieter ist als leistungsfähig einzustufen, er stellt zudem den einzigen Drogeriemarkt in der Stadt Attendorn dar. GMA geht daher, selbst bei einer Umverteilung in dieser Höhe, nicht von einer Betriebsaufgabe des Betreibers Rossmann aus. Dennoch würde ein Marktaustritt keine versorgungsstrukturellen Effekte nach sich ziehen, da auch das Planvorhaben dem zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen ist und demnach ggf. auftretende Versorgungslücken schließen kann. Unter städtebaulichen Aspekten ist darauf hinzuweisen, dass die Wasserstraße derzeit saniert wird und eine neue größere Ladeneinheit direkt gegenüber von Rossmann entsteht. Demnach wird selbst bei einem Marktaustritt auch eine Nachbelegung der Ladeneinheit als realistisch angesehen, zumal Ladenlokale in dieser Größe derzeit in der Attendorner Innenstadt nicht vorhanden sind. Daneben ist mit dem Wegfall einer **Apotheke** in der Innenstadt zu rechnen, da davon auszugehen ist, dass einer der lokalen Betreiber den Standort im Wallcenter übernehmen wird. Somit können zwar städtebauliche Effekte in Teillagen der Innenstadt möglich sein. Jedoch ist davon auszugehen, dass ein gegebenenfalls entstehender kleinflächiger Leerstand in der Attendorner Altstadt schnell nachbelegt werden kann. Da der Planstandort zudem ebenfalls im zentralen Versorgungsbereich, also in der Attendorner Innenstadt, liegt, sind diese gegebenenfalls eintretenden Auswirkungen städtebaulich abzuwägen. Sodann wären weiterhin fünf Apotheken (vier Apotheken in der Altstadt und eine Apotheke im Wallcenter) im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Attendorn vertreten. Die Funktionsfähigkeit und Versorgungsstruktur in der Innenstadt bliebe somit insgesamt erhalten. In diesem Zusammenhang ist erneut darauf hinzuweisen, dass für den Planstandort ein städtebauliches ‚Bekenntnis‘ im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes und des erfolgten politischen Beschlusses vorliegt. Ähnlich verhält es sich bei den **Randsortimenten** (Schreib- und Spielwaren, Haushaltswaren, Ton- und Bildträger / Medien): Hier werden kleinflächige Anbieter (z. B. Gerbe Kunterbunt Spielwaren, Papierhaus Frey, Hintermeier Schreibwaren) sowie der Euro-nics XXL beeinträchtigt. Die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches wird dadurch zwar nicht gestört, allerdings sollten ggf. auftretende städtebauliche Effekte in Teillagen kompensiert werden.

- Auf **sonstige Lagen** von Attendorn entfällt bei Nahrungs- und Genussmitteln eine Umverteilungsquote von rd. 14 % (ca. 3,8 – 3,9 Mio. €), damit wird – absolut gesehen – die wesentliche Umsatzumverteilung außerhalb der Innenstadt erfolgen. Die Auswirkungen beziehen sich insbesondere auf das Rewe-Center an der Straße „Auf der Tränke“. Aufgrund der eigenen Leistungsfähigkeit des Anbieters und der anstehenden Modernisierung<sup>41</sup> und der Nähe zum Aldi-Markt mit den dadurch bedingten Kopplungseinkäufen ist eine nachhaltige Schwächung dieses Wettbewerbers nicht zu erwarten.

### **Finnentrop-Teilraum (Zone II)**

- In den **zentralen Versorgungsbereichen der Gemeinde Finnentrop** wird es zu Umverteilungseffekten in Höhe von ca. 2 – 3 % bei **Nahrungs- und Genussmitteln** (rd. 0,9 – 1,0 Mio. €) kommen. Hiervon wird v. a. der Hauptwettbewerber Rewe – Ihr Kaufpark im zentralen Versorgungsbereich von Bamenohl tangiert. Da dieser Anbieter einen sehr zeitgemäßen, modernen Marktauftritt aufweist und einen Standortverbund mit einem Aldi Lebensmitteldiscounter darstellt sind infolge der Umsatzumverteilungswirkungen keine negativen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen durch das Planvorhaben zu ermitteln. Der Lebensmittelanbieter kann die Umsatzverluste

<sup>41</sup> Laut Aussagen der Stadt Attendorn plant das Unternehmen Dornseifer im Frühjahr 2024 eine umfassende Modernisierung und Neupositionierung des Marktes, sodass davon ausgegangen werden kann, dass der Anbieter alsbald modern und leistungsfähig aufgestellt ist.

demnach kompensieren. Im Sortiment **Gesundheit / Körperpflege** liegen die Umverteilungswirkungen bei ca. 0,5 Mio. € bzw. ca. 6 – 7 % und gehen insbesondere zu Lasten des Rossmann Drogeriemarktes im zentralen Versorgungsbereich Bamenohl. Unter Berücksichtigung der verkehrsgünstigen Lage des Anbieters in unmittelbarer Nähe zu einem Lidl Lebensmitteldiscounter und der damit verbundenen Leistungsfähigkeit ist nicht von einer Schließung des Drogeriemarktes auszugehen. Darüber hinaus handelt es sich bei der Rossmann-Filiale um den einzigen Drogeriemarkt in Finnentrop.

- Die Umsatzumverteilungen in den **sonstigen Lagen** von **Finnentrop** liegen in einer nicht nachweisbaren Größenordnung.

### Plettenberg

- In der **Innenstadt** von **Plettenberg** liegen die ermittelten Umverteilungswirkungen im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** bei ca. 0,2 – 0,3 Mio. € (rd. 2 %) und bei **Gesundheit / Körperpflege** bei ca. 0,3 – 0,4 Mio. € (rd. 4 %). Die Innenstadt von Plettenberg weist eine Reihe moderner, großflächiger Anbieter auf; nicht zuletzt ist dabei auf die Einzelhandelsagglomeration am Mylaeus-Areal hinzuweisen. Diese umfasst u. a. einen Hit und einen dm-Markt. Aufgrund der vergleichsweise geringen Höhe der Umsatzumverteilungen und der Leistungsfähigkeit der betroffenen Märkte sind in der Plettenberger Innenstadt keine betrieblichen und in der Folge auch weder städtebauliche noch versorgungsstrukturelle Auswirkungen zu erwarten.

- In den **sonstigen Lagen** in **Plettenberg** werden im Nahrungs- und Genussmittelsegment rd. 0,5 – 0,6 Mio. (rd. 1 %) umverteilt. Diese verteilen sich auf mehrere Lebensmittelmärkte; demnach können Betriebsschließungen ausgeschlossen werden. Ähnlich verhält es sich im Segment Gesundheit / Körperpflege: hier können Umsatzumverteilungen in Höhe von rd. 0,3 – 0,4 Mio. € (ca. 5 – 6 %) prognostiziert werden. Diese tangieren v. a. die Randsortimente mehrerer Lebensmittelmärkte, die diese jedoch aufgrund ihrer Versorgungsfunktion und ihrer Leistungsfähigkeit kompensieren können. Demnach sind keine versorgungsstrukturellen Auswirkungen infolge der geplanten Ansiedlung der Einzelhandelsnutzungen in Attendorn zu erwarten.

### Valbert

- Im Nahversorgungszentrum **Valbert** in **Meinerzhagen** liegen die ermittelten Umverteilungswirkungen im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** bei ca. 0,2 Mio. € (ca. 3 – 4 %) und bei **Gesundheit / Körperpflege** bei ca. < 0,1 Mio. € (ca. 6 %). Aufgrund der geringen Höhe der Umsatzumverteilungen und der Leistungsfähigkeit der betroffenen Anbieter sind im Nahversorgungszentrum Valbert keine betrieblichen und in der Folge auch weder städtebauliche noch versorgungsstrukturelle Auswirkungen zu erwarten.

### Grevenbrück

- Im Nahversorgungszentrum **Grevenbrück** in **Lennestadt** werden im Nahrungs- und Genussmittelsegment rd. 0,2 – 0,3 Mio. (ca. 2 %) umverteilt. Diese verteilen sich auf mehrere Lebensmittelmärkte; demnach können Betriebsschließungen ausgeschlossen werden. Ähnlich verhält es sich im Segment Gesundheit / Körperpflege: hier können Umsatzumverteilungen in Höhe von rd. 0,1 – 0,2 Mio. € (ca. 5 – 6 %) prognostiziert werden. Aufgrund der geringen Höhe der Umsatzumverteilungen und der Leistungsfähigkeit der betroffenen Märkte sind im Nahversorgungszentrum Grevenbrück keine betrieblichen und in der Folge auch weder städtebauliche noch versorgungsstrukturelle Auswirkungen zu erwarten.

**Außerhalb des Untersuchungsraumes** verteilen sich die Umsatzumverteilungen auf eine Vielzahl von Standortlagen und Betrieben (z.B. Olpe, Herscheid), sodass städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen auszuschließen sind.

Die Umsatzumverteilungen bei den **untersuchungsrelevanten Randsortimenten** wurden lediglich für die Attendorner Innenstadt ermittelt. Die Umverteilung außerhalb verteilt sich auf mehrere Sortimente (Schreib- und Spielwaren, Haushaltswaren, Ton- und Bildträger / Medien) und mehrere Kommunen und Standortlagen, sodass ebenfalls städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen auszuschließen sind.

In den **sonstigen nicht untersuchungsrelevanten Randsortimenten** werden rd. 0,2 Mio. € umsatzumverteilungswirksam, die sich auf mehrere Sortimente (u. a. Schnittblumen, Tiernahrung, Zeitschriften, Strümpfe) und damit auf eine Vielzahl von Anbietern verteilen, welche diese Sortimente sowohl als Hauptsortimente (u. a. Blumengeschäfte, Kioske, Tierfutterfachmärkte u.v.m.) als auch als Randsortimente (u. a. Lebensmittelmärkte, Drogeriemärkte u.v.m.) führen. Diese Anbieter verteilen sich zudem auf mehrere Standortlagen, sodass für einzelne Anbieter und Lagen städtebauliche Auswirkungen auszuschließen sind.

Die durch die **geplante Realisierung einer Bäckerei** ausgelösten Umverteilungseffekte belaufen sich voraussichtlich auf zusätzlich rd. 0,3 – 0,4 Mio. € bei Nahrungs- und Genussmitteln und beziehen sich auf eine Vielzahl von Bäckereien in Attendorn, sodass hier keine Betriebsgefährdungen einzelner Anbieter prognostiziert werden können.

### **Fazit**

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass angesichts der aktuellen Standortstrukturen in den projektrelevanten Sortimenten im Untersuchungsraum keine nachhaltig negativen Auswirkungen im Sinne städtebaulicher oder versorgungsstruktureller Beeinträchtigungen zu erwarten sind. Die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche sowie die Versorgungsstruktur im Untersuchungsraum werden durch das Planvorhaben insgesamt nicht nachhaltig geschwächt.

Die in der Innenstadt von Attendorn möglicherweise eintretenden Betriebsschwächungen können kompensiert werden. Attraktivitätssteigerung und Frequenzerhöhungen durch das Planvorhaben wurden im Rahmen der vorliegenden realitätsnahen worst-case-Betrachtung rechnerisch nicht berücksichtigt. Allerdings ist darauf hinzuweisen, dass infolge der Ansiedlung neuer Märkte am Standort Bahnhofstraße / Mühlengraben eine Schwerpunktverschiebung der Passantenfrequenzen in den östlichen Teil des Innenstadtzentrums nicht ausgeschlossen werden kann. Die durch das Planvorhaben bewirkte Stärkung dieses Bereiches wird voraussichtlich zu Lasten anderer Teile der Innenstadt gehen. Dies ist städtebaulich abzuwägen; der Standort ist jedoch bereits im Einzelhandelskonzept als Entwicklungsfläche ausgewiesen, sodass ein städtebauliches ‚Bekenntnis‘ für den Standort vorliegt. Die Funktionsfähigkeit und Versorgungsstruktur in der Innenstadt bleiben insgesamt erhalten.

## **5. Vereinbarkeit mit den Vorgaben der Landesplanung**

Wie bereits in Kapitel I, 2.2 dargestellt, ist bei der geplanten Ansiedlung von Einzelhandelsnutzungen in Attendorn auch die Vereinbarkeit mit dem Landesentwicklungsplan Nordrhein-

Westfalen zu bewerten. Infolgedessen sind die im LEP NRW genannten Ziele der Raumordnung als rechtsverbindliche Zielfestsetzungen zu beachten bzw. als Grundsätze zu berücksichtigen:

- /// Das Vorhaben steht mit **Ziel 6.5-1** in Einklang, da das Vorhaben in einem regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereich liegt.
- /// Das Vorhaben entspricht **Ziel 6.5-2**, da sich der Planstandort vollständig innerhalb eines bestehenden zentralen Versorgungsbereiches befindet.
- /// Im Hinblick auf **Ziel 6.5-3** ist festzuhalten, dass infolge der geplanten Neuansiedlungen am Standort Bahnhofstraße / Mühlengraben keine Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche oder der Versorgung der Bevölkerung im Untersuchungsraum zu erwarten sind.
- /// Die Prüfung der **Grundsätze 6.5-4 und 6.5-6** sowie des **Ziels 6.5-5** entfällt, da es sich bei den projektierten Märkten um Betriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten handelt.
- /// Der **Grundsatz 6.5-9** sowie das **Ziel 6.5-7** sind nicht relevant; die Prüfung kann daher entfallen.
- /// Hinsichtlich des **Ziels 6.5-8** ist festzustellen, dass das Planvorhaben eine Einzelhandelsagglomeration von Märkten mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten darstellt. Der projektierte Standort befindet sich innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches, daher erfüllt das Vorhaben Ziel 6.5-8.
- /// Zur Frage, ob **Ziel 6.5-10** eingehalten wird, ist auf die vorangegangenen Ziele und Grundsätze zu verweisen.

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

## **6. Vereinbarkeit mit den Aussagen und Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Attendorn**

Der Planstandort ist gemäß Einzelhandelskonzept für die Stadt Attendorn vollständig dem zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen. Es handelt sich um eine explizit benannte Entwicklungsfläche, welche insbesondere der Ergänzung von großflächigem zentren- oder nahversorgungsrelevantem Einzelhandel dienen sollte. Demnach entspricht das Vorhaben den Aussagen und Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes.

Im Zuge dessen wurde besonders auf die Anbindung des Standortes an den historischen Teil des Hauptzentrums verwiesen. Durch die Ausrichtung der geplanten Gebäude in nördliche Richtung wird diesem Aspekt Rechnung getragen, allerdings fehlt eine direkte Sichtbeziehung zum Hauptgeschäftsbereich.

**Das Vorhaben steht somit im Einklang mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Attendorn.**

## VI. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens	
Grundlagen	
Planvorhaben / Planstandort	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Neuansiedlung von Einzelhandelsnutzungen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches der Stadt Attendorn</li> <li>▪ Der Standort befindet sich im Bereich Bahnhofstraße / Mühlengraben</li> <li>▪ Die folgenden Einzelhandelsbetriebe sind geplant: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lebensmittelvollsortimenter N.N. (ca. 1.985 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zzgl. ca. 55 m<sup>2</sup> Bäckerei)</li> <li>▪ Drogeriemarkt Müller (ca. 1.120 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)</li> <li>▪ Apotheke (ca. 95 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)</li> </ul> </li> <li>▪ Eine Cafébar ist als gastronomische Einheit im Eingangsbereich (Erdgeschoss) vorgesehen. Der Textildiscounter Kik ist kein Teil der aktuellen Planung. Neben dem Kik-Markt ist derzeit noch ein kleinteiliger Gemüseanbieter am Standort ansässig, welcher wie der Textildiscounter Kik im Zuge der Projektrealisierung entfallen soll.</li> </ul>
Rechtsrahmen und Untersuchung	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Auswirkungsanalyse</b> nach § 11 Abs. 3 BauNVO</li> </ul>
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Das <b>Einzugsgebiet</b> umfasst die Stadt Attendorn (Zone I) sowie den südwestlichen Teilraum der Gemeinde Finnentrop (Zone II); die Stadt Plettenberg wird hinsichtlich möglicher negativer Auswirkungen ebenfalls betrachtet wie die angrenzenden Stadtteile Valbert in Meinerzhagen und Grevenbrück in Lennestadt (Untersuchungsraum).</li> <li>▪ <b>Einwohnerpotenzial</b> im Einzugsgebiet insgesamt: rd. 38.009 Personen</li> <li>▪ <b>Kaufkraftpotenzial</b> im Einzugsgebiet: 155,2 Mio. € <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nahrungs- und Genussmittel: 120,8 Mio. €</li> <li>▪ Gesundheit / Körperpflege: 19,9 Mio. €</li> <li>▪ Schreib- und Spielwaren: 6,0 Mio. €</li> <li>▪ Ton- und Bildträger / Medien: 4,6 Mio. €</li> <li>▪ Haushaltswaren: 3,9 Mio. €</li> </ul> </li> </ul>
Umsatzerwartung	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Umsatzleistung</b> in den projektrelevanten Sortimenten: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nahrungs- und Genussmittel: 9,9 – 10,0 Mio. € (davon umverteilungsrelevant: 9,3 – 9,4 Mio. € zzgl. 0,3 – 0,4 Mio. € Umsatz Bäckerei)</li> <li>▪ Gesundheit / Körperpflege: 4,2 Mio. €</li> <li>▪ Schreib- und Spielwaren: 0,8 Mio. €</li> <li>▪ Ton- und Bildträger / Medien: 0,7 – 0,8 Mio. €</li> <li>▪ Haushaltswaren: 0,3 – 0,4 Mio. €</li> </ul> </li> </ul>

## Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen

<p><b>Attendorn (Zone I)</b></p>	<p>Im <b>zentralen Versorgungsbereich</b> von <b>Attendorn</b> ist durch die Ansiedlung der projektierten Märkte eine Umsatzumverteilung im Lebensmittelsegment von ca. 3,3 – 3,4 Mio. € zu erwarten. Am stärksten ist hiervon der Dornseifer's Rewe-Markt und z. T. auch der Lidl Lebensmitteldiscounter in unmittelbarer Nachbarschaft zum Planstandort betroffen. Eine deutliche Verschärfung der Wettbewerbssituation ist unter Berücksichtigung der Höhe der Umverteilungen zu erwarten. Die genannten Lebensmittelmärkte in der Innenstadt profitieren jedoch von Synergieeffekten aufgrund des Standortverbundes und sind als leistungsfähig einzustufen. Die Ansiedlung eines neuen Betreibers im Lebensmittelvollsortiment, der bislang nicht in Attendorn vertreten ist, wird daher zu Wettbewerbseffekten führen, die aktuell aufgrund der Dominanz des Betreibers Rewe im Vollsortiment (Rewe in der Innenstadt und Rewe-Center „Auf der Tränke“) nicht bestehen. Zudem wird im Zuge der Projektrealisierung ein gleichwertiger Lebensmittelmarkt am Planstandort angesiedelt, sodass selbst bei einer Schließung keine versorgungsstrukturellen Auswirkungen erwachsen würden. Ähnlich verhält es sich auch im Segment Gesundheit / Körperpflege.</p> <p>Die in der Innenstadt von Attendorn möglicherweise eintretenden Betriebschwächungen können kompensiert werden. Allerdings ist darauf hinzuweisen, dass infolge der Ansiedlung neuer Märkte am Standort Bahnhofstraße / Mühlengraben eine Schwerpunktverschiebung der Passantenfrequenzen in den östlichen Teil des Innenstadtzentrums nicht ausgeschlossen werden kann. Die durch das Planvorhaben bewirkte Stärkung dieses Bereiches wird voraussichtlich zu Lasten anderer Teile der Innenstadt gehen. Dies ist städtebaulich abzuwägen; der Standort ist jedoch bereits im Einzelhandelskonzept als Entwicklungsfläche ausgewiesen, sodass ein städtebauliches ‚Bekanntnis‘ für den Standort vorliegt. Die Funktionsfähigkeit und Versorgungsstruktur in der Innenstadt bleiben insgesamt erhalten.</p> <p>Auch in den <b>sonstigen Lagen</b> von <b>Attendorn</b> können weder städtebauliche noch versorgungsstrukturelle Folgewirkungen ermittelt werden.</p>
<p><b>Finnentrop (Zone II, Teilraum)</b></p>	<p>In den <b>zentralen Versorgungsbereichen</b> der <b>Gemeinde Finnentrop</b> wird es zu Umverteilungseffekten in Höhe von ca. 2 – 3 % bei Nahrungs- und Genussmitteln kommen. Hiervon wird v. a. der Hauptwettbewerber Rewe -Ihr Kaufpark im zentralen Versorgungsbereich von Bamenohl betroffen sein. Im Sortiment Gesundheit / Körperpflege liegen die Umverteilungswirkungen bei ca. 0,5 Mio. € bzw. ca. 6 – 7 % und gehen insbesondere zu Lasten des Rossmann Drogeriemarktes im zentralen Versorgungsbereich Bamenohl. Insgesamt sind in den zentralen Versorgungsbereichen der Gemeinde Finnentrop jedoch keine städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu prognostizieren, da sich die betroffenen Anbieter verkehrsgünstig im südöstlichen Teil des zentralen Versorgungsbereiches Bamenohl gruppieren und insgesamt als sehr leistungsfähig zu bewerten sind.</p>

Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen	
	Die Umsatzumverteilungen in den <b>sonstigen Lagen</b> von <b>Finnentrop</b> sind rechnerisch nicht nachweisbar.
<b>Sonstiger Untersuchungsraum</b>	<p>In der <b>Innenstadt</b> von <b>Plettenberg</b> liegen die ermittelten Umverteilungswirkungen bei Nahrungs- und Genussmitteln bei ca. 0,2 – 0,3 Mio. und bei Gesundheit und Körperpflege bei ca. 0,3 – 0,4 Mio. €. Aufgrund der vergleichsweise geringen Höhe der Umsatzumverteilungen und der Leistungsfähigkeit der betroffenen Märkte sind in der Plettenberger Innenstadt betriebliche und in der Folge städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen nicht zu erwarten. Die Umsatzumverteilungen in den <b>sonstigen Lagen</b> in <b>Plettenberg</b> liegen bei Nahrungs- und Genussmitteln bei ca. 0,5 – 0,6 Mio. € und bei Gesundheit / Körperpflege bei ca. 0,3 – 0,4 Mio. € und werden nicht zu versorgungsstrukturellen Auswirkungen führen.</p> <p>In <b>Valbert</b> (Meinerzhagen) liegen die ermittelten Umverteilungswirkungen bei Nahrungs- und Genussmitteln bei ca. 0,2 Mio. €. Im Sortiment Gesundheit / Körperpflege liegen die Umverteilungswirkungen bei ca. &lt; 0,1 Mio. €.</p> <p>In <b>Grevenbrück</b> liegen die ermittelten Umverteilungswirkungen bei Nahrungs- und Genussmitteln bei ca. 0,2 – 0,3 Mio. €. Im Sortiment Gesundheit / Körperpflege liegen die Umverteilungswirkungen bei ca. 0,1 – 0,2 Mio. €. Aufgrund der vergleichsweise geringen Höhe der Umsatzumverteilungen sind in den beiden Nahversorgungszentren betriebliche und in der Folge städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen nicht zu erwarten.</p>
<b>Landesplanung / Einzelhandelskonzept für die Stadt Attendorn</b>	<p>Die Anforderungen des <b>Landesentwicklungsplans NRW (LEP NRW)</b> werden in Gänze erfüllt.</p> <p>Darüber hinaus entspricht das Vorhaben auch den Aussagen und Zielsetzungen des <b>Einzelhandelskonzeptes</b>. Bei dem Planstandort handelt es sich demnach um eine Entwicklungsfläche innerhalb des zentralen Versorgungsgebietes.</p> <p>Im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes wurde v. a. eine Anbindung des Standortes an den historischen Teil des Hauptzentrums gefordert. Durch die Ausrichtung der geplanten Gebäude in nördliche Richtung wird diesem Aspekt Rechnung getragen.</p>

GMA-Zusammenstellung 2023

## Verzeichnisse

Seite

### Fotoverzeichnis

Foto 1:	Parkplatz Am Zollstock / Bahnhofstraße	18
Foto 2:	Textildiscounter kik mit Parkplatz und Ekomar-Markt	18

### Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage von Attendorn und zentralörtliche Struktur in der Region	17
Karte 2:	Mikrostandort Bahnhofstraße / Mühlengraben und wesentliche projektrelevante Anbieter	20
Karte 3:	Einzugsgebiet und Untersuchungsraum für das Planvorhaben in Attendorn	23
Karte 4:	Hauptwettbewerber in Attendorn	28
Karte 5:	Hauptwettbewerber im Umland von Attendorn	31

### Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Geplante Betriebstypen, Sortimente und Verkaufsflächen im Wallcenter	14
Tabelle 2:	Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet	24
Tabelle 3:	Projektrelevanter Einzelhandelsbestand in der Stadt Attendorn (Zone I)	27
Tabelle 4:	Projektrelevanter Einzelhandelsbestand im weiteren Untersuchungsraum	30
Tabelle 5:	Projektrelevanter Einzelhandelsbestand im Untersuchungsraum	32
Tabelle 6:	Marktanteile und Umsätze des Planvorhabens in den projektrelevanten Sortimenten	34
Tabelle 7:	Umsatzerwartungen der Planvorhaben	35
Tabelle 8:	Ermittlung der umverteilungsrelevanten Umsätze in den projektrelevanten Sortimenten	37
Tabelle 9:	Prognose der Umsatzumverteilungen	39