



Forschen. Beraten. Umsetzen.

GMA – Siegburger Straße 215 – 50679 Köln

ITG GmbH & Co. KG
Immermannstraße 12
40210 Düsseldorf

UNSER ZEICHEN DURCHWAHL
WA/BNP Tel (0) 221 – 989438- 00

E-MAIL
birgitt.wachs@gma.biz

Datum
06.10.2023

GMA-STELLUNGNAHME ZUR PLAUSIBILITÄTSPRÜFUNG DER GMA-AUSWIRKUNGS-ANALYSE VON STADT+HANDEL VON NOVEMBER 2022

Sehr geehrte Damen und Herren,

die ITG plant an einem innerstädtischen Standort in Attendorf die Ansiedlung von Einzelhandelsnutzungen im sog. Wallcenter. Im Rahmen der Offenlage des vorhabenbezogenen Bebauungsplan Nr. 37n „Wallcenter“ im Oktober und November 2022 sind diverse Stellungnahmen der Öffentlichkeit sowie der TÖBs eingegangen. Darüber hinaus liegt eine aktualisierte Plausibilitätsprüfung von Stadt+Handel der GMA-Auswirkungsanalyse zum oben genannten Vorhaben in Attendorf vor. Die Plausibilitätsprüfung vom November 2022 bezieht sich auf das Gutachten der GMA vom Oktober 2021. Da für das Planvorhaben eine erneute Offenlage vorgesehen ist, wurde das GMA-Gutachten Anfang August 2023 zwischenzeitlich aktualisiert. In der aktuellen Fassung des Gutachtens wurden Hinweise der eingegangenen Stellungnahmen und der Plausibilitätsprüfung von Stadt+Handel z.T. bereits berücksichtigt.

Zu den relevanten Einwendungen in der Plausibilitätsprüfung von Stadt+Handel in Bezug auf die GMA-Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung von Einzelhandel in Attendorf, Bahnhofstraße / Mühlengraben, vom 29.10.2021 nimmt die GMA nachfolgend Stellung.

Die Erwiderung der in der Plausibilitätsprüfung erfolgten Aspekte erfolgt in chronologischer Reihenfolge.

1. zum Kapitel 2.1 – Verkaufsfläche und Festsetzungen im Bebauungsplan Nr. 37N „Wallcenter“

Der Hinweis zur **fehlenden sortimentspezifischen Darstellung der geplanten Verkaufsflächen** wurde im aktualisierten GMA-Gutachten von 2023 berücksichtigt. Das Flächenprogramm des Vorhabens wird nun detailliert auf Seite 14 des Gutachtens (Tabelle 1) ergänzt. Nach Abzug der Verkaufsfläche des wegfallenden Gemüsehändlers, welcher auf einer Verkaufsfläche von ca. 100 m² ausschließlich das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel führt, sind in den einzelnen Sortimenten die folgenden Verkaufsflächenzuwächse zu verzeichnen¹:

- Nahrungs- und Genussmittel: 1.895 m² VK - 100 m² VK = + 1.795
- Gesundheit / Körperpflege: + 765 m² VK
- Schreib- und Spielwaren: +295 m² VK
- Ton- und Bildträger / Medien: +115 m² VK
- Haushaltswaren: +100 m² VK
- Sonstige nicht projektrelevante Randsortimente (u. a. Schnittblumen, Tiernahrung, Zeitschriften, Strümpfe): +85 m² VK

Somit werden auch die **Verkaufsflächen der Randsortimente** des Lebensmittelvollsortimenters und des Drogeriemarktes aufgeteilt (siehe Tabelle 1, Seite 14).

Die Sortimente und Verkaufsflächen werden im **Bebauungsplan** angepasst.

Die Aussage, dass im Segment Gesundheit / Körperpflege eine mit der im Hauptzentrum Attendorn angesiedelte Verkaufsfläche **vergleichbare Größenordnung** erreicht wird, ist nicht sachrichtig, da keinesfalls eine so große Verkaufsfläche im Bereich Gesundheit / Körperpflege erreicht wird. Für den Müller Drogeriemarkt ist mit einer maximalen Verkaufsfläche im Bereich Gesundheit / Körperpflege von ca. 540 m² auszugehen. Für den Vollsortimenter in der geplanten Größe von 1.985 m² Verkaufsfläche ist eine Verkaufsfläche bei Gesundheit / Körperpflege von ca. 130 m² anzusetzen. Zuzüglich der Verkaufsfläche der Apotheke von 95 m² ergibt sich eine Gesamtverkaufsfläche von 765 m². Gegenüber der von der GMA erhobenen Gesamtverkaufsfläche in der Innenstadt von Attendorn in Höhe von 1.150 m² (vgl. GMA-Auswirkungsanalyse 2023, Tabelle 3, Seite 27) ist somit eine deutlich geringere Verkaufsfläche (rd. 66 % der Verkaufsfläche in der Innenstadt) des Vorhabens im Vergleich zur Attendorner Innenstadt festzustellen. Die Realisierung des Planvorhabens führt daher auch nicht – wie von Stadt + Handel behauptet – zu einer Verdopplung der Verkaufsfläche bei Gesundheit / Körperpflege.

Der von Stadt + Handel ermittelte Verkaufsflächenzuwachs bei Nahrungs- und Genussmitteln um mehr als 50 % ist hingegen sachrichtig. Jedoch gehen hiermit keine städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Attendorn einher (siehe hierzu Kapitel V., 4 in der GMA-Auswirkungsanalyse von 2023).

¹ Im Übrigen ist außerdem zu berücksichtigen, dass auch der Bekleidungsdiscounter Kik im Zuge der Planung wegfällt.

Neben diesem Sachverhalt ist aus Sicht der GMA weniger der Verkaufsflächenbestand von Bedeutung als vielmehr die zu erwartende Umsatzleistung in diesem Bereich. Gemäß Marktanteilkonzept wird z. B. bei Gesundheit / Körperpflege ein Gesamtumsatz von ca. 4,2 Mio. € für das Vorhaben prognostiziert. Die in der Innenstadt von Attendorn ansässigen Anbieter generieren aktuell eine geschätzte Umsatzleistung von ca. 8,4 Mio. €. Bei Nahrungs- und Genussmitteln kann ein prognostizierter Gesamtumsatz des Vorhabens (ohne Bäckerei und abzüglich des Bestandsumsatzes des Gemüseanbieters) von ca. 9,3 – 9,4 Mio. € dem im zentralen Versorgungsbereich erwirtschafteten Umsatz von ca. 15,8 Mio. € (ebenfalls ohne Lebensmittelhandwerk und abzüglich des Bestandsumsatzes des Gemüseanbieters) gegenübergestellt werden. Daraus wird ersichtlich, dass das Vorhaben keinesfalls eine marktbeherrschende Stellung im Verhältnis zum Bestand einnimmt.

2. zum Kapitel 2.2 – Angebots- und Nachfrageanalyse

2.1 Anmerkungen zur Angebotsanalyse

- /// Stadt+Handel kritisiert die **Erfassungsmethodik bei Mehrbranchenbetrieben**, die aus ihrer Sicht zu Ungenauigkeiten hinsichtlich der sortimentsbezogenen Erhebungen führt. Dabei wird auf eine fehlende Begründung der Schwellenschwerte (800 m² Verkaufsfläche bei Mehrbranchenbetrieben und 2.500 m² Verkaufsfläche bei Lebensmittelmärkten) hingewiesen, ab welchen die Betriebe sortimentsgenau erfasst wurden. Dies führe zu Ungenauigkeiten bei der Bewertung der Verkaufsflächenausstattung. Der Schwellenwert von 800 m² Verkaufsfläche bei Mehrbranchenbetrieben leitet sich aus der Schwelle zur Großflächigkeit von Einzelhandelsbetrieben im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO ab. Eine Differenzierung in Food- und Nonfood-Flächen bei Lebensmittelmärkten findet erst ab einer Verkaufsfläche von 2.500 m² statt. Dies ist eine übliche gutachterliche Methodik, die auf der Unterscheidung von Supermärkten bis zu einer Größe von 2.500 m² Verkaufsfläche und großen Supermärkten ab 2.500 m² Verkaufsfläche beruht. Dies ist u. a. auf die Unterscheidung von Betriebstypen gemäß den Definitionen des EHI Retail Instituts zurückzuführen (siehe z. B. Handelsdaten aktuell 2022, Betriebstypen mit Schwerpunkt Food). Gleichwohl findet im Gutachten eine sortimentsgenaue umsatzseitige Aufteilung aller wesentlichen Lebensmittelbetriebe (ab 400 m² Verkaufsfläche) statt.
- /// Somit ist auch die nachfolgende Kritik in Bezug auf den **Verkaufsflächen-Ausstattungswert** zurückzuweisen. Auch hier wird bei einem Blick in die Fachliteratur (EHI Retail Institute, Handelsdaten aktuell 2022) ersichtlich, dass die deutschlandweiten Vergleichswerte keine Spezialgeschäfte und auch nicht den nicht organisierten Lebensmittelhandel umfassen; die Vergleichswerte des EHI beziehen sich auf Discounter, Supermärkte, große Supermärkte, SB-Warenhäuser und übrige Lebensmittelgeschäfte (ohne kleinteilige Läden). Somit wurden die gleichen Bezugsgrößen sowohl für Attendorn als auch für den deutschlandweiten Vergleichswert verwendet, sodass eine korrekte Ableitung besteht. Gemäß EHI Retail Institute, Handelsdaten aktuell 2022 (Seite 80) beläuft sich die Gesamtverkaufsfläche der Lebensmittelmärkte in Deutschland 2021 auf 36,3 Mio. m². Setzt man diese Zahl ins Verhältnis

zur Einwohnerzahl Deutschlands 2021 (rd. 83,2 Mio.), erhält man einen Durchschnittswert von rd. 436 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner. Dieser Wert wurde als Vergleichswert in der aktualisierten GMA-Auswirkungsanalyse benannt. Die Berechnung der Verkaufsflächenausstattung in Attendorn berücksichtigt ebenso nur die wesentlichen Lebensmittelbetriebe ab 400 m² Verkaufsfläche. Bei einer Gegenüberstellung der hier ermittelten Verkaufsfläche bei Nahrungs- und Genussmitteln in Höhe von 7.650 m² mit der aktuellen Einwohnerzahl Attendorns (24.760 Einwohner mit Hauptwohnsitz zum 31.12.2022) errechnet sich ein Ausstattungswert in Höhe von rd. 309 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner, welcher ebenfalls der aktuellen Auswirkungsanalyse zugrunde liegt. Unter Berücksichtigung der Gesamtverkaufsfläche des Planvorhabens in Höhe von rd. 1.985 m² Verkaufsfläche errechnet sich sodann ein Ausstattungswert in Höhe von rd. 389 m² Verkaufsfläche je. 1000 Einwohner. Auch dieser Wert liegt, selbst unter Berücksichtigung der marginal negativen Einwohnerprognose, noch deutlich unterhalb des Bundesdurchschnitts, womit der von Stadt+Handel attestierte „nennenswerte Wettbewerbsdruck“ im Segment Nahrungs- und Genussmittel in Attendorn zurückgewiesen werden kann.

2.2 Anmerkungen zur Nachfrageanalyse

- /// Der Hinweis zur **alleinigen Berücksichtigung der Einwohner mit Hauptwohnsitz** in Attendorn im Zuge der Nachfrageanalyse wurde in der aktualisierten Fassung des Gutachtens berücksichtigt. Nunmehr werden lediglich die Einwohner mit Hauptwohnsitz in Attendorn zum 31.12.2022 (24.760 Einwohner) bei der Berechnung des Kaufkraftpotenzials miteinbezogen.
- /// Die Kritik von Stadt+Handel, dass die GMA die **negative Einwohnerprognose** nicht in ihrer Auswirkungsanalyse berücksichtigt, ist zurückzuweisen. In der GMA-Auswirkungsanalyse aus dem Jahr 2021 und in der aktualisierten Fassung von August 2023 wird die rückläufige Einwohnerentwicklung für das Einzugsgebiet thematisiert und das Kaufkraftvolumen für die projektrelevanten Sortimente ausgewiesen. Da das prognostizierte Kaufkraftpotenzial bis 2025 jedoch nur marginal (rd. -1,3 %) unterhalb des aktuellen Kaufkraftvolumens im Einzugsgebiet liegt, wurde mit den aktuellen Zahlen weitergerechnet, da im Wesentlichen (auch unter Berücksichtigung der nominalen Kaufkraftsteigerung) von einer konstanten Kaufkraft auszugehen ist. Somit wurde von der GMA sowohl die Einwohner- als auch die Kaufkraftentwicklung im projektrelevanten Einzelhandel zum Zeitpunkt eines möglichen Markteintritts berücksichtigt.
- /// Die **Bestandsumsätze und der Vorhabenumsatzes** wurde im Zuge der Aktualisierung des Gutachtens im August 2023 wurden an die gestiegene Kaufkraft angepasst. Im Vergleich zum Gutachten von Oktober 2021 ist die Kaufkraft in den projektrelevanten Sortimenten um ca. 14,5 % gestiegen. Auch die ermittelten Bestandsumsätze der Wettbewerber wurden um ca. 7,5 % gegenüber 2021 angehoben. Gleichzeitig erfolgte eine Erhöhung des prognostizierten Vorhabenumsatzes um insgesamt ca. 16,2 % gegenüber 2021. Eine weitere Erhöhung des prognostizierten Vorhabenumsatzes entspricht keinem realitätsnahen Worst-Case mehr, da bei der Umsatzschätzung für das Vorhaben bereits jetzt deutlich überdurchschnittliche Flächenproduktivitäten zugrunde gelegt wurden (siehe hierzu auch Punkt I., 3). Die angesetzten Flächenproduktivitäten für den Bestand orientieren sich wiederum an

Durchschnittswerten des aktuellen Hahn Retail Real Estate Reports Germany von 2022 / 2023, womit ebenfalls dem Worst-Case entsprochen wird.

- /// In Bezug auf die **Differenz zur Zentralität** der GMA-Auswirkungsanalyse und dem Einzelhandelskonzept Attendorn handelt es sich weder um eine unrealistische Annahme noch um einen Berechnungsfehler. Der Wert der GMA umfasst, analog zur Verkaufsflächenausstattung, nur die von der GMA erfassten Lebensmittel- und Getränkemarkte. Wie ausgeführt, werden die Umsätze sortimentsgenau aufgeteilt (vgl. GMA-Auswirkungsanalyse 2023, Tabellen 3 und 4, Seiten 27 und 30). Der ausgewiesene Umsatz in der Stadt Attendorn beläuft sich gemäß Tabelle 3 auf 43,6 Mio. €. Dies ins Verhältnis gesetzt zur vorhandenen Kaufkraft bei Nahrungs- und Genussmittel in Attendorn in Höhe von ca. 83,9 Mio. € ergibt eine Zentralität von 52. Bei Fußnote 32 auf Seite 27 handelt es sich lediglich um einen ergänzenden Verweis der GMA auf die im Einzelhandelskonzept Attendorn ausgewiesene Zentralität, die bei 92 liegt. Dieser Wert beinhaltet auch den kleinteiligen Lebensmitteleinzelhandel. Somit handelt es sich keinesfalls um einen Berechnungsfehler, sondern schlicht um eine andere Quellenangabe und andere Bezugsgrößen. Neben der Einbeziehung des kleinteiligen Lebensmitteleinzelhandels und des Lebensmittelhandwerks im Einzelhandelskonzept Attendorn wird insbesondere dort auch eine deutlich geringere durchschnittliche Pro-Kopf-Kaufkraft bei Nahrungs- und Genussmitteln angesetzt. Während diese bei der GMA aktuell bei 2.826 € im Bundesdurchschnitt liegt, weist Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen (Einzelhandelskonzept Attendorn 2018) hier lediglich eine Pro-Kopf-Kaufkraft von 2.090 € aus. Somit ergibt sich insgesamt auch ein deutlich geringeres Kaufkraftpotenzial, sodass alleine daraus zwangsläufig andere Zentralitäten resultieren.
- /// In Bezug auf die **deutlich geringere Pro-Kopf-Kaufkraft im Einzelhandelskonzept Attendorn** im Vergleich zu der GMA-Kaufkraft dürfte Stadt+Handel der Sachverhalt der häufig nicht vergleichbaren institutsbezogenen Kennziffern bekannt sein, zumal Stadt+Handel selbst höhere Kaufkraftkennziffern anwendet (siehe z. B. Einzelhandelskonzept für die Stadt Laupheim, 03/2021: durchschnittliche Pro-Kopf-Kaufkraftkennziffer Nahrungs- und Genussmittel bei rd. 2.440 €). Unabhängig davon handelt es sich bei der Fußnote 32 auf Seite 27 der aktualisierten GMA-Auswirkungsanalyse von 2023 lediglich um einen Hinweis auf die im Einzelhandelskonzept ausgewiesene Zentralität, da die GMA hier an einer offenen und transparenten Ausweisung interessiert ist.
- /// Die Kritik in Bezug auf die **Zusammenfassung der Segmente Körperpflege, Parfümerie / Kosmetik, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie pharmazeutische Artikel** wird zurückgewiesen. Diese Segmente werden zusammenfassend in der Sortimentsgruppe Gesundheit / Körperpflege ausgewiesen. Auch dies ist ein übliches Verfahren, siehe z. B. Stadt+Handel, Einzelhandelskonzept Laupheim, 03/2021) und wird auch bei Auswirkungsanalysen dann angewendet, wenn sowohl ein Drogeriemarkt als auch eine Apotheke im Planvorhaben geprüft werden.
- /// Die GMA hat in Bezug auf die **Zentralität im Bereich Gesundheit / Körperpflege** von 83 die Aussage getroffen, dass die Ansiedlung eines weiteren Drogeriemarktes potenziell möglich ist. Stadt+Handel stellt dar, dass bei einem nahversorgungsrelevanten Sortiment eine Zentralität von rd. 100 begründbar wäre. Dies vorangestellt

würde bedeuten, dass in Attendorn rd. 2,4 Mio. € „freie Kaufkraft“ vorhanden wären, um eine Zentralität von 100 zu erreichen. Somit ist die Aussage der GMA korrekt, da der Umsatz des Planvorhabens im Bereich Gesundheit / Körperpflege neben dem Drogeriewarenanteil bei Müller auch den Umsatz des Randsortiments im Vollsortimenter und den Umsatz der Apotheke beinhaltet. Der für den Drogeriemarkt prognostizierte Umsatz im Kernsortiment Gesundheit / Körperpflege in Höhe von 2,9 Mio. € liegt nur geringfügig über der oben ermittelten „freien Kaufkraft“ in diesem Sortiment. Darüber hinaus zeigt die Zentralität z. B. in Olpe, die gemäß GMA-Einzelhandelskonzept (2018) im Bereich Gesundheit / Körperpflege bei 132 liegt, dass auch bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten keine Grenze der Zentralität von 100 „eingezogen wird“, da auch hier Kaufkraftzuflüsse bei attraktiven Angeboten möglich sind. Gleiches gilt für die **zentrenrelevanten Randsortimente** des Vorhabens, welche überdies einen deutlich untergeordneten Verkaufsflächen- und Umsatzanteil des Planvorhabens ausmachen.

3. zum Kapitel 2.3 – Umsatz/Flächenproduktivität des Planvorhabens

- Stadt+Handel bewertet die ermittelten **Marktanteile und Umsätze des Planvorhabens als zu niedrig**. Hier ist zunächst darauf hinzuweisen, dass infolge der nominalen Kaufkraftsteigerung auch die Umsätze für das Planvorhaben im aktualisierten Gutachten von 2023 um ca.16,4 % gegenüber 2021 gestiegen sind (siehe Kapitel 2.2, dritter Spiegelstrich). Die Marktanteile der Kernsortimente des Planvorhabens sind hingegen in etwa auf dem gleichen Niveau wie 2021 einzustufen – die deutliche Umsatzsteigerung ergibt sich aus dem gleichzeitigen Anstieg der Kaufkraft in den projektrelevanten Sortimenten um summiert ca. 14,5 %. Gleichwohl würde eine weitere Erhöhung der Marktanteile und damit auch des prognostizierten Vorhabenumsatzes kein realitätsnahes Worst-Case-Szenario mehr widerspiegeln. Bei der Umsatzschätzung für das Vorhaben wurden deutlich überdurchschnittliche Flächenproduktivitäten zugrunde gelegt (siehe nachfolgende Tabelle 1). Für den geplanten Lebensmittelvollsortimenter wurde eine Flächenproduktivität von ca. 5.000 € / m² Verkaufsfläche angesetzt, 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 m² Verkaufsfläche auch deutlich größer ist als ein durchschnittlicher Rewe- oder Edeka-Supermarkt. Der Gesamtumsatz des Planvorhabens in Höhe von rd. 9,9 – 10,0 Mio. € liegt damit 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. €).² Die ermittelte Flächenproduktivität des geplanten Müller Drogeriemarktes beträgt rd. 4.700 € / m² und liegt ebenfalls deutlich über der durchschnittlichen Flächenproduktivität des Drogeriemarktes Müller (rd. 3.888 € / m²). Selbst unter Berücksichtigung der im Vergleich zum Durchschnitt etwas kleineren Verkaufsfläche des Planvorhabens, liegt die ermittelte Umsatzleistung in Höhe von rd.

² Laut Hahn Retail Real Estate Report Germany 2022 / 2023 liegt die durchschnittliche Flächenleistung von Edeka aktuell bei ca. 5.130 € je m² bei einer durchschnittlichen Verkaufsflächengröße von ca. 1.293 m². Dies entspricht einem durchschnittlichen Filialumsatz von rd. 6,6 – 6,7 Mio. €. Bei einer durchschnittlichen Rewe-Filiale beträgt die Verkaufsflächen-größe 1.533 m², die Flächenleistung ca. 4.390 € je m² und der Filialumsatz rd. 6,7 – 6,8 Mio. €.

5,2 – 5,3 Mio. € noch über dem durchschnittlichen Umsatz einer Müller-Filiale (rd. 5,1 Mio. €) und bildet somit ebenfalls einen Worst-Case-Ansatz ab.³ Auch die Flächenleistungen der geplanten Bäckerei und Apotheke entsprechen handelsüblichen maximalen Werten.⁴ Demgegenüber wurden die Umsätze der Wettbewerber im Vergleich zum Gutachten von 2021 um lediglich etwa 7,9 % angehoben. Die für die Umsatzschätzung der Wettbewerber herangezogenen Flächenproduktivitäten orientieren sich an bundesweiten Durchschnittswerten (u. a. aus dem Hahn Retail Real Estate Report Germany 2022 / 2023). Somit werden hinsichtlich der Umsatzschätzung im aktualisierten GMA-Gutachten die Anforderungen an einen Worst-Case-Ansatz eingehalten. Die Kritik von Stadt+Handel ist zurückzuweisen.

Tabelle 1: Umsatzerwartungen und Flächenproduktivitäten der Planvorhaben

| Geplanter Betrieb | Verkaufsfläche in m ² | Umsatz gemäß Marktanteilkonzept in Mio. € | abgeleitete Flächenproduktivität in € / m ² Verkaufsfläche |
|-----------------------------|----------------------------------|---|---|
| Lebensmittelvollsortimenter | 1.985 | 9,9 – 10,0 | 5.000 |
| Drogeriemarkt Müller | 1.120 | 5,2 – 5,3 | 4.700 |
| Bäckerei | 55 | 0,3 – 0,4 | 6.400 |
| Apotheke | 95 | 0,7 | 7.400 |
| gesamt | 3.255 | 16,2 – 16,3 | 4.990 |

Quelle: gekürzte Darstellung, angelehnt an Tabelle 7 aus der GMA-Auswirkungsanalyse 2023, Seite 36; GMA-Berechnungen 2023 (ca.-Werte, gerundet)

/// Stadt+Handel vermittelt das Bild, dass der Umsatz des Planvorhabens (Wallcenter) **abhängig ist von der „hohen Lagegunst des Allee-Centers“**. Diese Ableitung entbehrt aus GMA-Sicht jeder fachlichen Grundlage. Das Allee-Center befindet sich zwar ebenfalls in der östlichen Innenstadt von Attendorn, bildet jedoch infolge der Ausrichtung und der Lage der Parkplätze einen eigenen Einkaufsstandort, der sich zudem durch die Gebäude entlang der Bahnhofstraße von dem Planstandort abgrenzt. Inwieweit das Planvorhaben von dessen Lagegunst, die zudem auch einen wesentlichen Hauptwettbewerber im Lebensmittelvollsortiment umfasst, profitieren könne, ist daher mehr als fraglich.

³ Laut Hahn Retail Real Estate Report Germany 2022 / 2023 liegt die durchschnittliche Flächenleistung von Müller aktuell bei ca. 3.888 € je m², bei einer durchschnittlichen Verkaufsflächengröße von ca. 1.318 m² und einem durchschnittlichen Filialumsatz von rd. 5,1 Mio. €.

⁴ Gemäß Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2020 weisen Bäckereien Flächenleistungen in Höhe von 4.500 € / m² – max. 5.500 € / m² VK auf. Laut Apothekenwirtschaftsbericht 2023 liegt der durchschnittliche Umsatz einer Apotheke bei rd. 0,7 Mio. € p. a. für rezeptfreie Arzneimittel und apothekenübliche Randsortimente.

- /// Der Hinweis zum Ausweis der **betrieblichen Flächenproduktivitäten** wurde im aktualisierten Gutachten von 2023 ergänzend dargestellt (siehe auch o.s. Tabelle 1 in dieser Stellungnahme).
- /// Laut Stadt+Handel müsste sich der **Anstieg des Kaufkraftpotenzials im Einzugsgebiet mindestens in gleicher Höhe auf den Umsatz der Planvorhaben** auswirken. Hinsichtlich dieser Aussage ist auf die Entgegnungen zu Beginn dieses Kapitels (Kapitel 3, erster Spiegelstrich) zu verweisen.
- /// Die Kritik bezüglich der **fehlenden Umsatzermittlung für die sonstigen nicht projekt-relevanten Randsortimente** über das Marktanteilkonzept wird zurückgewiesen. Stadt + Handel beziffert den Umfang der nicht berücksichtigten Sortimente auf ca. 477 m² Verkaufsfläche und ermittelt hierfür eine Umsatzleistung in Höhe von über 1,5 Mio. €. Diese Berechnung ist nicht nachvollziehbar. Wie im Flächenprogramm in Tabelle 1 dargestellt, beträgt die Verkaufsfläche der sonstigen nicht projektrelevanten Randsortimente (z.B. Schnittblumen, Tiernahrung, Zeitschriften, Strümpfe) max. 85 m². Aufgrund der Kleinteiligkeit dieser Sortimente ist eine Umsatzermittlung über das Marktanteilkonzept nicht seriös darstellbar. Die Umsatzleistung in diesen Sortimenten wurde aus Erfahrungswerten abgeleitet und beläuft sich, wie im aktualisierten Gutachten von 2023 in Tabelle 7 auf Seite 36 dargestellt, insgesamt auf ca. 0,2 Mio. €. Die als marginal einzustufenden Umsatzumverteilungen verteilen sich überdies auf mehrere Sortimente (u. a. Schnittblumen, Tiernahrung, Zeitschriften, Bücher, Bekleidung) und damit auf eine Vielzahl von Anbietern, womit eine Detailbetrachtung der Umsatzumverteilungen in den einzelnen Sortimenten hinfällig wird.

4. zum Kapitel 2.4 – Einzugsgebiet und Untersuchungsraum

- /// Stadt+Handel hält die **Abgrenzung des Einzugsgebietes** für grundsätzlich nicht unplausibel, gleiches gilt für den **gewählten Untersuchungsraum**.
- /// Die Kritik hinsichtlich der **nicht aktualisierten Einwohnerwerte für Finnentrop** wurde berücksichtigt. Im aktualisierten Gutachten von 2023 wurde bei der Herleitung der Einwohner im Einzugsgebiet auf aktuelle Einwohnerdaten der Stadt Attendorn und der Gemeinde Finnentrop zurückgegriffen. Dabei wurde auf eine Vergleichbarkeit der Daten (jeweils Stichtag: 31.12.2022, nur Hauptwohnsitze) geachtet.
- /// Die Kritik bezüglich der **zu hohen Streukundenanteile** wird zurückgewiesen. Der Streuumsatzanteil in den einzelnen Sortimentsbereichen liegt mit Ausnahme von Gesundheit / Körperpflege bei ca. 10 %, bei Gesundheit / Körperpflege wird ein Streuumsatzanteil von 12 – 13 % zugrunde gelegt. Da es sich nicht um einen Solitärstandort handelt und sich das Wallcenter in die bestehende Attendorner Innenstadt einfügen wird, die zudem mit allen Verkehrsträgern gut erreichbar ist, ist dieser Streuumsatzanteil für Vorhaben großflächiger Art als plausibel anzusehen. Wesentliche Marktbedeutung wird das Vorhaben wie dargestellt in der Stadt Attendorn selbst haben, während aus der Zone II (südwestlicher Teilraum Finnentrop) lediglich 12 – 13 % des Vorhabenumsatzes stammen. Gleichwohl sind auch über das

Einzugsgebiet hinaus Wechselbeziehungen, alleine aufgrund von Pendlerverflechtungen⁵, anzunehmen, die in den o. g. Streuumsatzanteilen mit abgebildet werden.

- Die Schlussfolgerungen von Stadt+Handel, dass „**bei einem niedrigen Streuumsatz den Betrieben im Einzugsgebiet deutlich mehr Marktanteile verloren gehen**“ müssten, ist ebenfalls fachlich falsch. Die Marktanteile stellen die Kaufkraftabschöpfung dar, während in einem zweiten Schritt die Umsatzumverteilung erst den möglichen Umsatzrückgang des Planvorhabens bei den Bestandsbetrieben prognostiziert.

5. zum Kapitel 2.5 – Ökonomische und städtebauliche Auswirkungsanalyse

- Vorab ist nochmals darauf hinzuweisen, dass sich die nachfolgenden Einwände von Stadt + Handel auf die ökonomische und städtebauliche Auswirkungsanalyse von 2021 beziehen, welche im August 2023 erneut angepasst wurde.
- In Bezug auf die Kritik, dass in **Finnentrop die zentralen Versorgungsbereiche aggregiert dargestellt** werden, wodurch in Bezug auf die Umsatzumverteilungseffekte ein zu geringer Detailgrad abgebildet wird, ist zu erwidern, dass es in Finnentrop insgesamt drei zentrale Versorgungsbereiche gemäß Einzelhandelskonzept gibt. Dabei werden im Rahmen der Beschreibung der Angebotsituation die zentralen Versorgungsbereiche einzeln hinsichtlich ihrer Ausstattung und ihres Besatzes beschrieben (vgl. GMA-Auswirkungsanalyse 2023, Kapitel IV., 2). In Bezug auf die weitere Darstellung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ist auf die geringen Umsatzumverteilungseffekte, insbesondere im Segment Nahrungs- und Genussmittel, hinzuweisen, die für alle zentralen Versorgungsbereiche in Finnentrop bei 2 – 3 % liegen. Bei einer Umverteilung in derart unkritischer Höhe ergibt sich aus fachlicher Sicht keine Notwendigkeit, eine detailliertere, quantitative Ausdifferenzierung vorzunehmen. In Bezug auf die Umverteilungsquote im Segment Gesundheit / Körperpflege, welche bei ca. 6 – 7 % liegt, wird die Umverteilung insbesondere zu Lasten des Rossmann Drogeriemarktes im zentralen Versorgungsbereich Bamenohl gehen. Dies wird, analog zu den textlichen Bewertungen im Segment Nahrungs- und Genussmittel, auch für Gesundheit / Körperpflege auf Seite 43 in der GMA-Auswirkungsanalyse detailliert ausgewertet. Damit werden die Umsatzumverteilungen und die daraus zu erwartenden städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen für jeden zentralen Versorgungsbereich eingeordnet.
- Die Ausführungen in Bezug auf die **DSSW-Studie** „Langzeitwirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe“, welche die GMA selbst erstellt hat, sind nicht vollständig widergegeben. Konkret wird in Bezug auf den sog. **10 %-Schwellenwert** ausgeführt, dass insbesondere für den Lebensmitteleinzelhandel eine pauschale Anwendung des 10 %-Schwellenwertes selten den tatsächlichen Verhältnissen gerecht wird, weshalb auf die jeweiligen Gegebenheiten des Einzelfalls abzustellen ist und auch die „Vorschädigung“ der Standortlage zu berücksichtigen ist (DSSW-Studie „Langzeitwirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe“, DV / GMA, Kurzfassung, Seiten 6 und 12).

⁵ Attendorf weist einen hohen Einpendlerüberschuss auf, es pendeln fast doppelt so viele Beschäftigte nach Attendorf ein als aus (vgl. GMA-Auswirkungsanalyse 2023, S. 15)

- /// In Bezug auf die **ermittelten Umsatzumverteilungsquoten** in den Segmenten **Nahrungs- und Genussmittel** sowie **Gesundheit / Körperpflege** ist somit der Verweis auf den doppelten bzw. dreifachen Wert der üblichen Größenordnung (rd. 10 %) fachlich falsch und ggf. bewusst irreführend. Eine Umverteilungsquote für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt im Segment Nahrungs- und Genussmittel von 21 – 22 % (GMA-Auswirkungsanalyse 2023) wird aus Sicht der GMA nicht zwangsläufig zu einer Schließung des Rewe-Marktes führen. Bei dem **Rewe Dornseifers-Markt** handelt es sich zusammen mit dem Rewe-Center am Standort Auf der Tränke um die einzigen beiden Lebensmittelvollsortimenter in der Stadt Attendorn. Zudem befindet sich der Dornseifers-Markt innerhalb des Allee-Centers an einem Agglomerationsstandort und in einem starken Standortverbund mit anderen frequenzerzeugenden Nutzungen (Lebensmitteldiscounter, Unterhaltungselektronikfachmarkt, Schuhfachmarkt, Bekleidungsanbieter). Somit ist selbst bei der genannten Umverteilungsquote nicht davon auszugehen, dass eine Betriebsschließung des Dornseifers-Marktes erfolgen wird. Jedoch würde dies, selbst bei einer nicht zu erwartenden Betriebsaufgabe, nicht zu städtebaulichen Auswirkungen führen. Zumal zu erwarten ist, dass die Fläche des Lebensmittelvollsortimenters aufgrund der sehr guten Standortrahmenbedingungen (v.a. gute verkehrliche Erreichbarkeit, Agglomerationsvorteile) zeitnah durch eine Handelsnutzung nachbelegt werden könnte. Somit kann die Stadt Attendorn mit der kommunalen Planungshoheit eine städtebauliche Abwägung durchführen. Ein Konkurrenzschutz durch Bauleitplanung ist im Rahmen unserer marktwirtschaftlichen Grundordnung nicht möglich.
- /// Stadt+Handel kommt insgesamt zu einer Empfehlung der **Reduzierung der Verkaufsfläche für den Lebensmittelvollsortimenter**. Die Gesamtfläche sollte rd. 1.300 – 1.400 m² nicht übersteigen. Dann würden die Umsatzumverteilungen bei unter 15 % liegen. Aus GMA-Sicht würde eine Reduzierung der Verkaufsfläche von knapp unter 2.000 m² auf dann 1.300 – 1.400 m² auch eine Veränderung der Marktbedeutung eines Lebensmittelvollsortimenters zur Folge haben. Das Einzugsgebiet wäre somit aus GMA-Sicht stärker auf Attendorn selbst zu beziehen, da ein Lebensmittelsupermarkt mit dieser Größenordnung ein deutlich geringeres Sortimentsangebot und auch eine deutlich geringere Sortimentsbreite und -tiefe umfassen würde. Zumal ist ein Angebot in dieser Form mit dem Rewe Dornseifers-Markt (welcher knapp mehr als die von Stadt+Handel für das Planvorhaben empfohlene Verkaufsfläche umfasst), bereits vis-a-vis des Planstandortes vorhanden. Somit würde sich die Umsatzumverteilung für die Attendorner Innenstadt nicht analog zur Verkaufsfläche reduzieren. Ein Markt in der von Stadt+Handel empfohlenen Größenordnung würde vielmehr noch stärker in den direkten Wettbewerb mit dem Rewe Dornseifers-Markt treten und zu weniger Umverteilungen auch gegenüber anderen Standorten in Attendorn sowie gegenüber den im Einzugsgebiet (südlicher Teilraum Finnentrop) ansässigen Lebensmittelmärkten führen. Daher könnte sich die Umverteilungsquote allenfalls um 4 – 5 % reduzieren und nicht, wie von Stadt+Handel prognostiziert, um 7 – 8 %. An dieser Stelle ist erneut darauf hinzuweisen, dass Bauleitplanung nicht dem Konkurrenzschutz dient, sodass insbesondere bei einem innerstädtischen Standort in einem zentralen Versorgungsbereich durchaus Wechselwirkungen und Wettbewerb zwischen den Standorten erlaubt und sinnvoll sind.

- /// Auch die Aussagen in Bezug auf den **Wettbewerbsdruck auf das Rewe-Center** am Standort Auf der Tränke können fachlich nicht nachvollzogen werden, da das Rewe-Center Auf der Tränke nahezu doppelt so groß wie das Planvorhaben des Lebensmittelvollsortimenters ist. Ein Standort in dieser Größenordnung weist eine eigene Attraktivität und Ausstrahlung auf. Ferner wird sich der Anbieter nach erfolgtem Umbau im Frühjahr 2024 selbst modern und leistungsfähig aufstellen, womit dieser etwaige Umsatzeinbußen kompensieren kann. Zudem wurde der Standort durch den Eigentümer des Dornseifers-Marktes erworben, sodass der Verweis auf den Wettbewerbsdruck durch den im Allee-Center ansässigen eigenen Dornseifers-Markt haltlos ist.
- /// In Bezug auf den Sachverhalt, dass „die **Umsatzumverteilung in Finnentrop verschleiert** werden“, sei nochmals auf die o.g. Ausführungen verwiesen. Sowohl quantitativ als auch qualitativ werden die Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in Finnentrop detailliert bewertet. Auch die Tatsache, dass sich die Stadt Finnentrop im Rahmen der frühzeitigen Beteiligung und Offenlage nicht geäußert hat, zeigt, dass hier keine Konkurrenzsituation oder sogar eine Bedrohungslage gesehen wird. Die Ausführungen von Stadt+Handel zu der möglichen Schließung des Netto-Marktes im zentralen Versorgungsbereich Finnentrop-Bahnhof entbehren jeder Grundlage. In Finnentrop sind in den zentralen Versorgungsbereichen Bahnhof und Rathaus mit einem Netto-Markt und einem Penny-Markt jeweils ein Lebensmitteldiscounter je Standortbereich ansässig. Diese Märkte sichern die Nahversorgung im Kernort der Gemeinde. Trotz der Lage des Netto-Marktes an der Bundesstraße dürfte dieser dennoch kein wesentliches, darüber hinausgehendes Einzugsgebiet entfalten können, da die Verkaufsfläche unter 800 m² umfasst. Nicht nachvollzogen werden kann die Behauptung von Stadt+Handel, dass dieser Markt eine Umverteilung von „knapp über 10 %“ zu erwarten hat. Auch wenn dieser Standort 1 – 2 Minuten näher an dem Planvorhaben in Attendorn liegt als der zentrale Versorgungsbereich Bamenohl, so ist doch festzustellen, dass hier eine wesentlich ausgeprägtere Wettbewerbssituation und eine deutliche Sortiments- bzw. Betriebstypenüberschneidung vorliegt. In Bamenohl sind ein Rewe – Ihr Kaufpark Lebensmittelsupermarkt, zwei Lebensmitteldiscounter (Aldi und Lidl) und ein Rossmann Drogeriemarkt ansässig. Damit handelt es sich hierbei um den stärksten Handelsstandort in Finnentrop. Dieser Standort dürfte auch innerhalb Finnentrops über erhebliche Kaufkraftzuflüsse aus der Gesamtgemeinde verfügen, sodass die wesentliche Wettbewerbsauseinandersetzung des Planvorhabens in Attendorn alleine aufgrund der Attraktivität des Standortes v.a. mit Bamenohl erfolgen dürfte. Dies wird auch in der GMA-Auswirkungsanalyse 2023 auf Seite 41 ausgeführt.
- /// Die für den **Rossmann Drogeriemarkt in der Attendorner Innenstadt** ermittelten Umsatzumverteilungswirkungen können zwar zu absatzwirtschaftlichen Effekten führen, jedoch ist nicht, wie in der Plausibilitätsprüfung von Stadt + Handel dargestellt, von einer Betriebsaufgabe des Rossmann Drogeriefachmarktes auszugehen. Aus Sicht der GMA ist es vor dem Hintergrund des angesetzten realitätsnahen Worst-Case-Ansatzes zu erwarten, dass der Rossmann-Markt, der aktuell den einzigen Drogeriefachmarkt in der Stadt Attendorn darstellt, als Magnetbetrieb im historischen Stadtkern von Attendorn bestehen bleibt. Sowohl in der Stadt Plettenberg als

auch in der Kreisstadt Olpe existieren in den jeweiligen Innenstädten mehrere Drogeriemärkte, die bei einer vergleichbaren Einwohnerzahl wie Attendorn nebeneinander existieren. Auch aus Gründen der Wettbewerbsvielfalt ist dies ein durchaus sinnvoller Ansatz.

- /// Ein **hypothetischer Marktaustritt von Rossmann** in der Attendorner Innenstadt würde allerdings 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. Die Kritik von Stadt + Handel bezüglich kaum mehr gegebener Entwicklungsmöglichkeiten für die Altstadt in Attendorn bei einer möglichen Betriebsaufgabe von Rossmann ist haltlos.
- /// In Bezug auf die **Randsortimente** ist zu unterscheiden zwischen den Randsortimenten Schreib- und Spielwaren Ton- und Bildträger / Medien und Haushaltswaren, die in der GMA-Analyse sowohl angebotsseitig (vgl. Tabelle 3) als auch hinsichtlich der Umsatzumverteilungen (vgl. Tabelle 9) für die Attendorner Innenstadt untersucht werden. Eine Aufteilung der Randsortimente im Gutachten wird zwar nicht dargelegt, jedoch hat die GMA dies im Rahmen ihrer Bewertung berücksichtigt. Die ausgewiesene Umsatzumverteilungsquote von 15 – 16 % im Gutachten stellt dabei die maximale Umsatzumverteilungsquote je Sortimentsbereich dar. So ergeben sich für Schreib- und Spielwaren ca. 16 % Umsatzumverteilung, für Unterhaltungselektronik 15 – 16 % und für Haushaltswaren 14 - 15 %. Aufgrund der absolut gesehen geringen Höhe der Umverteilung (bei Unterhaltungselektronik und Haushaltswaren werden je knapp 0,1 Mio. € umverteilt, bei Schreib- und Spielwaren rd. 0,2 Mio. €) sind mit der Ausweisung einzelner Umverteilungsquoten gewisse Unsicherheiten behaftet. Daher hält es die GMA aus fachlicher Sicht für korrekt, die Umsatzumverteilung in den Randsortimenten tabellarisch kumuliert darzustellen, jedoch gleichzeitig eine textliche Ausführung in Bezug auf die zu erwartenden Auswirkungen auf die Betriebe in der Attendorner Innenstadt vorzunehmen. Da alle Sortimentsbereiche in Bezug auf die Umverteilungsquote etwa gleich stark betroffen sein werden, ergibt sich eine ähnliche Einschätzung und Bewertung für die Innenstadtbetriebe. Mögliche Effekte und Beeinträchtigungen auf die vorwiegend kleinflächigen Anbieter werden zwar nicht die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches stören, jedoch sollten ggf. auftretende städtebauliche Effekte in Teillagen kompensiert werden (siehe GMA-Auswirkungsanalyse, Seite 41 oben).
- /// Stadt + Handel setzt das **Randsortiment des Drogeriemarktes Müller** mit dem Angebot von Fachgeschäften (Schreibwarengeschäfte, Buchhandlungen) gleich und sieht in der geplanten Ansiedlung von Müller einen Widerspruch zu dem Ziel aus dem Einzelhandelskonzept, welches die Vermeidung kleinteiliger Ladeneinheiten auf der ausgewiesenen Entwicklungsfläche vorsieht. Diese Kritik kann zurückgewiesen werden, da es sich lediglich um ein Randsortiment von Müller handelt. Der Sor-

timentsschwerpunkt des Drogeriemarktes liegt hingegen auf der Warengruppe Gesundheit / Körperpflege. Zudem handelt es sich um einen großflächigen Fachmarkt mit einem überwiegend discountorientierten Angebot, sodass ein Vergleich mit kleinteiligen inhabergeführten Ladeneinheiten nicht standhält.

6. zum Kapitel 2.6 – Stadtentwicklungsplanerische und normative Bewertung des Planvorhabens

- /// Der Standort des Wallcenters wird im benannten Einzelhandelskonzept der Hansestadt Attendorn⁶ eindeutig als **Entwicklungsfläche innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt** festgelegt. Auf Seite 49 wird ausgeführt, dass sich das Areal als Ergänzung von großflächigem zentren- oder nahversorgungsrelevantem Einzelhandel eignet. Des Weiteren wird darauf hingewiesen, dass auf kleinteilige Ladeneinheiten verzichtet werden sollte, um den Wettbewerbsdruck auf den gewachsenen Stadtkern nicht unnötig zu erhöhen. Da das Einzelhandelskonzept vom Stadtrat der Hansestadt Attendorn am 02.05.2018 als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 6 BauGB beschlossen wurde, ist es bei allen Bauleitplanverfahren zu berücksichtigen. Der vorhabenbezogene Bebauungsplan Nr. 37 n „Wallcenter“ entspricht demnach grundsätzlich den Zielen des Einzelhandelskonzeptes Attendorn, da dieser großflächigen Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten zulässt.
- /// Die Schlussfolgerung von Stadt+Handel, dass den Zielen des Einzelhandelskonzeptes Attendorn nicht entsprochen wird, ist nicht korrekt. Eine Aussage zu einem **„Übergewicht“ im östlichen und fachmarktorientierten Angebotsbereich** des zentralen Versorgungsbereiches ist nicht im EHK Attendorn enthalten. Es handelt sich hierbei also nicht um ein Ziel des Einzelhandelskonzeptes.
- /// Die weitere Schlussfolgerungen von Stadt+Handel, dass „durch dieses Angebotsübergewicht [...] eine **Schließung des Rossmann-Marktes** im historischen Hauptzentrum anzunehmen und somit infolge mit **nennenswerten Frequenzverlusten** zu rechnen [ist]“⁷, ist ebenfalls nicht korrekt. Die Ansiedlung eines Müller Drogeriemarktes kann zu absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf den Rossmann-Markt führen, dies ist jedoch unabhängig von dem konkreten Planstandort. Das EHK Attendorn hat den Standort ausdrücklich als Entwicklungsfläche für großflächigen zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel ausgewiesen, sodass eine Übereinstimmung mit den Zielen des Einzelhandelskonzeptes vorliegt.
- /// Hinsichtlich der dargestellten möglichen **Frequenzverschiebung zu Ungunsten der Attendorner Innenstadt** infolge der geplanten Ansiedlung des Wallcenters ist zunächst darauf hinzuweisen, dass diese Betrachtung nicht berücksichtigt, welche Zusatzumsätze (und damit zusätzliche Besucherfrequenzen) für die Innenstadt infolge der Ansiedlung des Planvorhabens eintreten werden. Ein Supermarkt hat täglich 2.000 – 3.000 Kunden, ein Drogeriemarkt in der Größe von Müller ebenfalls eine

⁶ Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen, Hansestadt Attendorn, Aktualisierung wesentlicher Bausteine des Einzelhandelskonzeptes, März 2018, im Folgenden: EHK Attendorn.

⁷ vgl. Plausibilitätsprüfung Stadt+Handel 11/2022, Seite 25.

Kundenanzahl von bis zu 1.500 Kunden. Demzufolge werden auch neue Besucherfrequenzen durch das Planvorhaben in der Innenstadt generiert. Gleichwohl kann, wie auch in der Wirkungsanalyse der GMA beschrieben, eine Schwerpunktverschiebung der Passantenfrequenzen in den östlichen Teil des Innenstadtzentrums nicht ganz ausgeschlossen werden, was städtebaulich abzuwägen ist. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass der Standort bereits im Einzelhandelskonzept als Entwicklungsfläche ausgewiesen ist, sodass ein städtebauliches ‚Bekanntnis‘ für den Standort vorliegt. Unter Berücksichtigung der zusätzlich durch das Wallcenter generierten Besucherfrequenzen führt die mögliche Frequenzverschiebung insgesamt nicht zu einer Schwächung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Attendorn. Die Funktionsfähigkeit und Versorgungsstruktur in der Innenstadt bleiben aus gutachterlicher Sicht erhalten.

- /// Die Ausführungen von Stadt+Handel in Bezug auf die im EHK Attendorn formulierte **problematische räumliche Ausdehnung des Geschäftsbesatzes** im Verhältnis zur Ortsgröße (vgl. EHK Attendorn, Seite 43) ist grundsätzlich korrekt, jedoch hat das Einzelhandelskonzept gleichzeitig formuliert, dass von dem Allee-Center eine intensive Magnetwirkung für den zentralen Versorgungsbereich ausgeht (ebd.). Des Weiteren sei darauf hinzuweisen, dass bereits das Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2013 den Planstandort als Teil des zentralen Versorgungsbereichs der Attendorner Innenstadt umfasste. Demzufolge ist der Standort bereits seit mittlerweile 10 Jahren als Entwicklungsstandort innerhalb der Attendorner Innenstadt ausgewiesen und politisch im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes beschlossen.
- /// Die Ausführungen von Stadt+Handel in Bezug auf eine „**zu weiträumige Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches**“ sind nicht Gegenstand des hier zu behandelnden vorhabenbezogenen Bebauungsplans Nr. 37 n. Dies trifft auch auf die Kritik von Stadt+Handel zu, dass der Standortbereich aus fachgutachterlicher Sicht als Ergänzungsbereich aufzufassen wäre.
- /// In Bezug auf die Übereinstimmung des Vorhabens mit dem LEP NRW ist aus GMA-Sicht eine **Vereinbarkeit mit dem Ziel 6.5-3** gegeben. Die Beeinträchtigungen im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Attendorn können, wie bereits ausgeführt, städtebaulich abgewogen werden. Über Attendorn hinaus sind weder städtebauliche noch versorgungsstrukturelle Beeinträchtigungen zu erwarten, sodass auch hier das Beeinträchtungsverbot erfüllt ist.

Sehr geehrte Damen und Herren, soweit unsere Ausführungen zur Plausibilitätsprüfung von Stadt + Handel.

Mit freundlichen Grüßen
GMA Gesellschaft für
Markt- und Absatzforschung mbH



Birgitt Wachs
Geschäftsführerin



Patrick Bergmann
Projektleiter

