

Auswirkungsanalyse

zur geplanten Neuaufstellung der Aldi-Filiale am Standort Bruayplatz in Fröndenberg/Ruhr

für die
ALDI Immobilienverwaltung GmbH & Co. KG
Runtestr. 11
59457 Werl

Ihre Ansprechpartner
Wirtschaftsgeogr. Claus Freuen, M.A.
(Senior Consultant)

Dipl.-Kfm. Jörg Lehnerdt
(Niederlassungsleitung)

BBE Handelsberatung GmbH
Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160
Fax +49 221 789 41 169
E-Mail freuen@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

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

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

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Berlin · Köln · Leipzig · Erfurt

Köln, im Juni 2023

Inhaltsverzeichnis

1	Aufgabenstellung und methodische Vorgehensweise	4
1.1	Ausgangssituation und Zielsetzung.....	4
1.2	Methodische Vorgehensweise.....	5
2	Einordnung des Aldi Nord-Planvorhabens in die Marktentwicklung des Lebensmitteleinzelhandels	7
3	Standortseitige Rahmenbedingungen	10
3.1	Makrostandort.....	10
3.2	Mikrostandort.....	14
4	Wettbewerbssituation	17
5	Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftvolumen	21
6	Auswirkungsanalyse.....	26
6.1	Umsatzleistung des Planvorhabens	26
6.2	Umsatzumverteilungseffekte	30
6.3	Einordnung des Aldi-Vorhabens in das kommunale Einzelhandelskonzept der Stadt Fröndenberg/Ruhr	34
6.4	Einordnung des Vorhabens in die Ziele des Landesentwicklungsplans	35
7	Städtebauliche Bewertung des Planvorhabens und Fazit der Analyse	37

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Projektskizze (Entwurf)	7
Abbildung 2: Zentralörtliche Gliederung von Fröndenberg/Ruhr	10
Abbildung 3: Standortkonzept der Stadt Fröndenberg/Ruhr.....	12
Abbildung 4: Mikrostandort.....	14
Abbildung 5: Mikrostandort und Standortumfeld (Fotos)	15
Abbildung 6: Relevante Angebots- und Wettbewerbssituation (Auswahl).....	18
Abbildung 7: Projektrelevante Angebotssituation nach Standortlagen	20
Abbildung 8: Einzugsgebiet.....	23
Abbildung 9: Projektrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet	25
Abbildung 10: Umsatzerwartung des Planvorhabens in Mio. € („Worst-Case“).....	28
Abbildung 11: Umsatzerwartung, Kundenstruktur und Kaufkraftbindung des Planvorhabens in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten (nach Erweiterung)	29
Abbildung 12: Umverteilungseffekte des Planvorhabens.....	32
Abbildung 13: Regionalplan-Teilabschnitt "Oberbereich Dortmund - Westlicher Teil".....	35

1 Aufgabenstellung und methodische Vorgehensweise

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Die Aldi Immobilienverwaltung GmbH & Co. KG (Herten) plant, den am Bruayplatz in Fröndenberg/Ruhr betriebenen Lebensmittelmarkt abzureißen und am selben Standort wieder neu zu errichten. Im Zuge der geplanten Modernisierung soll die Verkaufsfläche von derzeit rd. 1.085 m² auf rd. 1.290 m² aufgeweitet werden.

Der Planstandort befindet sich gemäß dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Fröndenberg (2009) im zentralen Versorgungsbereich „Hauptzentrum Fröndenberg“, das als einziger zentraler Versorgungsbereich im Stadtgebiet von hervorgehobener Versorgungsbedeutung für die lokale Bevölkerung ist.

Für das Areal soll ein „Sonstiges Sondergebiet - Großflächiger Einzelhandel - "Lebensmittelmarkt" festgesetzt werden, dazu ist auch der FNP im Parallelverfahren anzupassen. Wenngleich die konkrete Planung eine Verkaufsfläche von rd. 1.290 m² vorsieht, soll im derzeit in Aufstellung befindlichen Bebauungsplan Nr. 116 „Am Bruayplatz“ eine perspektivische Erweiterung auf maximal 1.400 m² ermöglicht werden.

Als Entscheidungsgrundlage für das weitere Verfahren wird nunmehr ein Gutachten erforderlich, das die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens auf die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung der Bevölkerung in Fröndenberg und in den Nachbarkommunen nach den Vorgaben von § 11 Abs. 3 BauNVO zu prüfen hat.

Mit diesem Gutachten ist auch darzulegen, dass das Vorhaben mit den Zielen der Landesplanung übereinstimmt. Sichergestellt ist dabei bereits, dass ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb an diesem Standort das siedlungsstrukturelle Integrationsgebot gemäß Ziel 6.5-1 Landesentwicklungsplan (LEP NRW) sowie das städtebauliche Integrationsgebot gemäß Ziel 6.5-2 LEP NRW wahrt. Denn gemäß Regionalplan für den Oberbereich Dortmund - Westlicher Teil ist das Plangebiet dem „Allgemeinen Siedlungsbereich – ASB“ und gemäß dem kommunalen Einzelhandelskonzept der Stadt Fröndenberg/Ruhr dem einzigen zentralen Versorgungsbereich im Stadtgebiet zugeordnet. Im Rahmen des Bauleitplanverfahrens ist allerdings noch der Nachweis zu erbringen, dass auch das mit Ziel 6.5-3 definierte landesplanerische Beeinträchtungsverbot gewahrt wird.

Die BBE Handelsberatung GmbH wurde mit der Erarbeitung eines entsprechenden Gutachtens beauftragt. Die Ergebnisse der Analyse werden im Folgenden dargelegt.

1.2 Methodische Vorgehensweise

Das vorliegende Gutachten basiert auf Vor-Ort-Recherchen im Untersuchungsgebiet, welches sich im Wesentlichen auf Fröndenberg sowie die relevanten Umlandkommunen bezieht. In Ergänzung erfolgte eine Aufbereitung von sekundärstatistischen Daten. Im Einzelnen wurden folgende Schritte durchgeführt:

- Durchführung von Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung des Projektstandortes,
- Erhebung der strukturprägenden Lebensmittelmärkte (v.a. SB-Warenhäuser, Supermärkte und Lebensmitteldiscounter) im Untersuchungsgebiet im Juni 2023,¹
- Umsatzschätzung für die erfassten Einzelhandelsbetriebe unter Berücksichtigung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern (u.a. EHI handelsdaten aktuell, Retail Real Estate Report Germany der Hahn-Gruppe),
- Aufbereitung relevanter sekundärstatistischer Daten und Informationsquellen (u.a. Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept der Stadt Fröndenberg/Ruhr (BBE 2009) ², soziodemografische Kennzahlen),
- Verwendung von aktuellen Datenmaterialien der BBE Marktforschung (z.B. gemeindebezogene Kaufkraftkennziffern und sortimentsspezifische Pro-Kopf-Ausgaben).

Die Ermittlung der derzeitigen und der durch das geplante Einzelhandelsvorhaben beeinflussten zukünftigen Kaufkraftbewegungen wird unter Zugrundelegung der folgenden Faktoren durchgeführt:

- Zeitdistanzen zwischen den Wohnstandorten im Einzugsbereich und den projektrelevanten Einzelhandelsstandorten,
- Einwohnerzahlen und einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Einzugsgebiet,
- Attraktivität der untersuchungsrelevanten Einkaufsziele im Untersuchungsgebiet ausgedrückt durch das Verkaufsflächenangebot, die Angebotsstruktur, den Marktauftritt und die Erreichbarkeit,

¹ In diesem Zusammenhang findet die aktuelle Rechtsprechung zur Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichtes (u.a. BVerwG 4 C 14.04 und BVerwG 4 C 1.16) vom November 2005 bzw. 2016 im Rahmen der Bestandsüberprüfung Anwendung.

² Dieses ist am 09.09.2009 vom Rat der Stadt Fröndenberg als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des §1 (6) Nr. 11 BauGB beschlossen worden.

- Bereitschaft der Konsumenten zur „Raumüberwindung“ beim Einkauf bestimmter Warengruppen.³

Darauf aufbauend erfolgt eine Bewertung des Vorhabens in Bezug auf die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen. Den Bezugsmaßstab dieser Prüfung stellt § 11 Abs. 3 BauNVO dar.

Im Hinblick auf die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen ist der zu erwartende Planumsatz als maßgebliche Bewertungsgröße heranzuziehen. Dieser kann zur Veränderung von Kaufkraftströmen und in deren Folge zu Auswirkungen auf bestehende Angebotsstrukturen führen.

Die Ermittlung der derzeitigen und der durch das Erweiterungsvorhaben beeinflussten zukünftigen Kaufkraftbewegungen und damit der von Einzelhandelsvorhaben ausgehenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen werden auf Basis dieser Annahmen und in Anlehnung an eine wissenschaftliche Arbeit von Huff ("Defining and Estimating a Trading Area"⁴) für die jeweiligen projektrelevanten Warengruppen bzw. Betriebstypen die maximalen Umsatzleistungen prognostiziert.

³ Während beispielsweise bei Artikeln des täglichen Bedarfes (v.a. Lebensmittel und Drogeriewaren) das Kriterium der räumlichen Nähe des Einkaufszieles gegenüber dem Kriterium der Attraktivität relativ wichtiger ist, dominiert bei Artikeln des mittel- und längerfristigen Bedarfes (u.a. Sportartikel oder Bekleidung/ Schuhe) das Kriterium der (vermuteten) Attraktivität.

⁴ In: Journal of Marketing, Vol. 28 (1964), No. 3, S. 34 - 38

2 Einordnung des Aldi Nord-Planvorhabens in die Marktentwicklung des Lebensmitteleinzelhandels

Wie vorab bereits dargelegt, soll der seit 2009 im vormaligen von Edeka belegten Ladenlokal am Bruayplatz ansässige Aldi-Markt, der heute über eine Verkaufsfläche von rd. 1.085 m² verfügt, abgerissen und mit rd. 1.290 m² neu errichtet werden. Um zukünftigen Marktentwicklungen vorzugreifen, soll der im Zuge dessen aufzustellende Bebauungsplan eine maximale Verkaufsfläche von 1.400 m² ermöglichen.

Abbildung 1: Projektskizze (Entwurf)



Quelle: Walenta GmbH, Arnsberg (Entwurf Stand 09.03.2023)

Dabei folgt die angestrebte Flächenentwicklung den Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel und speziell im Marktsegment der Lebensmitteldiscounter.

Um die notwendige Kompetenz hinsichtlich Sortiment und Service zu vermitteln, verfügen die Discounter der neuesten Generation regelmäßig über mindestens 1.200 – 1.400 m² Verkaufsfläche. Teilweise werden sogar Formate mit 1.500 m² VKF und mehr projektiert. Dabei realisieren die Lebensmitteldiscounter

einen einheitlichen Marktauftritt, sodass der Kunde in jedem Markt des jeweiligen Betreibers dasselbe Sortiment vorfindet. Gleichzeitig wachsen die Verkaufsflächen der Lebensmitteldiscounter seit Jahren kontinuierlich. Hierfür sind vor allem folgende Ursachen anzuführen:

- Die Angebotsdiversifizierung und ansprechende Präsentation insbesondere von frischen und tiefgekühlten Produkten (Obst & Gemüse, Molkereiprodukten, Backwaren, Fleisch, Fisch) und Bio-Lebensmitteln hat neben einer qualitativen Aufwertung des Marktauftritts regelmäßig auch einen höheren Flächenbedarf zur Folge. Dagegen ist kein steigender Flächenbedarf für die Nonfood-Aktionswaren zu verzeichnen.
- Großzügigere Verkehrsflächen tragen zur Vereinfachung von (logistischen) Betriebsabläufen bei, sodass die Kunden mehr Platz haben und gleichzeitig die Bestückung des Ladens effizienter erfolgen kann.
- Die Regalreihen werden gestreckt und insbesondere das Frischesortiment wird auf größeren Flächen präsentiert. Großzügigere Warenpräsentation und niedrigere Regalhöhen erleichtern auch Kunden mit eingeschränkter Mobilität den Wareneingang.

Betrachtet man das Aldi Nord-Sortimentskonzept genauer, so ist festzustellen, dass die Ausrichtung der im Aldi-Markt vorgehaltenen Waren auch nach der geplanten Erweiterung insbesondere bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren) liegen wird. So nehmen zwischenzeitlich die Frischeartikel (Obst und Gemüse, Backwaren und Fleisch- und Wurstwaren) im Sortimentsangebot des Discounters eine wesentlich größere Bedeutung ein als in früheren Filialkonzepten. Auch im Bereich der Tiefkühlartikel und im Drogeriewarenangebot werden Sortimentsabrundungen vorgenommen, die sich auf den Verkaufsflächenbedarf auswirken.

Damit übernimmt der Discountmarkt nicht mehr nur die „preisorientierte“ Versorgung im Trockensortiment, sondern deckt einen deutlich umfassenderen Teil der Nachfrage im Bereich der wohnungsnahen Grundversorgung ab – gleiches gilt allerdings auch für die mit Aldi Nord konkurrierenden Wettbewerber.

Flächenbezogene Ergänzungen des Sortiments außerhalb des nahversorgungsrelevanten Bereiches sind nicht vorgesehen. Zentrales Anliegen ist vielmehr, die Voraussetzungen für eine großzügigere Warenpräsentation, eine verbesserte Kundenführung und eine Optimierung der internen Logistikabläufe zu schaffen. Das Planvorhaben und die damit verbundene Optimierung des Marktauftrittes sind somit als Maßnahmen zur Weiterentwicklung des bestehenden Marktes zu bewerten, die der Stabilisierung und dem Ausbau der erreichten Marktposition dienen.

Der Verkaufsflächenzuwachs wird vom Betreiber demnach nicht zu einer Sortimentserweiterung genutzt, da das standardisierte Warenangebot von Aldi Nord - unabhängig von der Größe des Marktes - etwa

1.930 Artikel umfasst⁵. Neben einer weiteren Festigung der Marktposition ist auch die Steigerung der Rentabilität Grund für die projektierte Filialerweiterung. Denn die Filiale kann mit einer größeren Verkaufsfläche seltener beliefert und dadurch können Transportkosten eingespart werden. Darüber hinaus erlaubt der erweiterte Verkaufsraum eine effektivere Bestückung der Filiale.

Als **Zwischenfazit** bleibt somit festzuhalten, dass in jeder Aldi Nord-Filiale – unabhängig von der Verkaufsfläche – das gleiche Sortiment angeboten wird. Darüber hinaus wird die Verkaufsfläche des in Fröndenberg am Bruayplatz ansässigen Filialstandorts mit rd. 1.290 m² bzw. maximal 1.400 m² nach der angestrebten Neuaufstellung im (oberen) Mittelfeld neu errichteter Lebensmitteldiscounter rangieren.

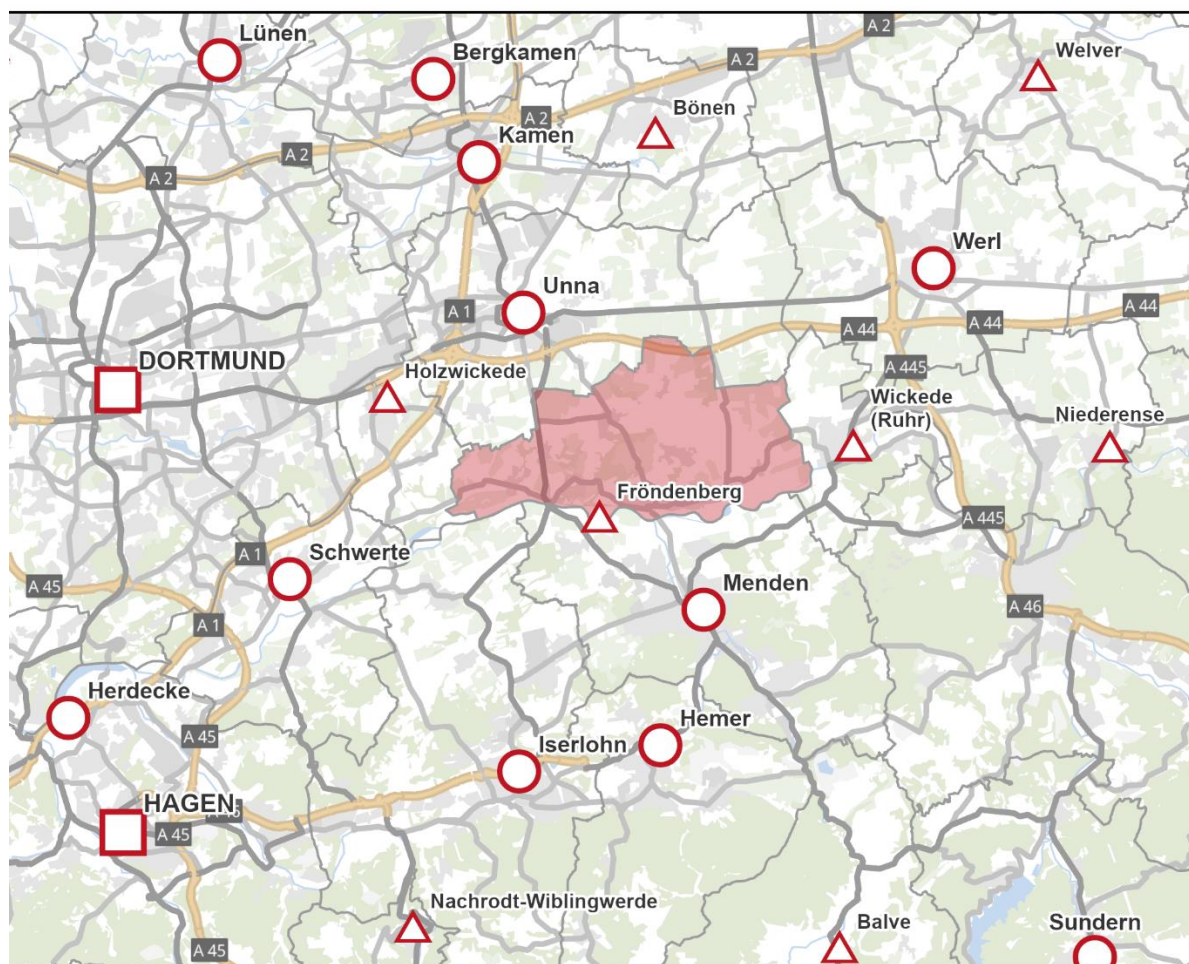
⁵ vgl. Anzahl der Einzelartikel in Lebensmittel-Discountern in Deutschland nach Unternehmen im Jahr 2019 (ohne Produktvarianten), Lebensmittel Zeitung, Ausgabe Nr. 29, 19.07.2019, Seite 6

3 Standortseitige Rahmenbedingungen

3.1 Makrostandort

Die Stadt Fröndenberg/Ruhr liegt im Südosten des Kreises Unna, im Übergangsbereich zwischen dem westlich gelegenen Ruhrgebiet und der Soester Börde im Osten. Umlandkommunen sind im Norden das Mittelzentrum Unna sowie die Städte Wickede (Ruhr) im Osten, Menden (Sauerland) im Süden sowie Holzwickede im Westen. Den südlichen Abschluss des Stadtgebietes von Fröndenberg bildet die Ruhr, welche gleichzeitig auch die Grenze zum Märkischen Kreis darstellt.

Abbildung 2: Zentralörtliche Gliederung von Fröndenberg/Ruhr



Zentralörtliche Gliederung

-  Grundzentrum
-  Mittelzentrum
-  Oberzentrum
-  Standortkommune

N
0 1 2 4 km
Quelle: © OpenStreetMap contributors,
Map layer by Esri, BBE Handelsberatung 2023

BBE

Quelle: BBE-Darstellung 2023

Gemäß Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) übernimmt die Stadt Fröndenberg/Ruhr die Funktion eines Grundzentrums. Somit kommt Fröndenberg/Ruhr in erster Linie die Aufgabe zu, die Grundversorgung der eigenen Bevölkerung zu gewährleisten. Durch das nahegelegene Oberzentrum Dortmund (rd. 30 km), wie auch die verkehrlich gut angebundenen Mittelzentren Unna und Menden (Sauerland), ist die Versorgung mit Gütern des gehobenen und des spezialisierten Bedarfs in räumlicher Nähe zur Gemeinde Fröndenberg sichergestellt.

In der Stadt Fröndenberg/Ruhr leben derzeit rd. 20.440⁶ Einwohner, die sich auf 14 Stadtteile (Fröndenberg/Ruhr, Ardey, Dellwig, Frömern, Langschede, Strickherdicke, Ostbüren, Warmen, Bausenhagen, Bentrop, Neimen, Frohnhausen, Altendorf, Stentrop) verteilen.

Erreichbarkeit und Verkehr

Über die im westlichen Stadtgebiet in Nord-Süd-Richtung verlaufende Bundesstraße B 233 besitzt Fröndenberg/Ruhr einen direkten Anschluss an die Bundesautobahnen A 44 und A1. Somit verfügt die Stadt über einen günstigen Zugang zum Fernstraßennetz. Die Anbindung an das regionale Straßennetz erfolgt durch die L 673, die nördlich der Ruhr in Ost-West-Richtung das gesamte Stadtgebiet durchquert und die L 679, welche die Stadt Fröndenberg/Ruhr im Norden mit der Stadt Unna, sowie im Süden mit der Stadt Menden verbindet.

Daneben ist Fröndenberg auch in das landesweite Radwegenetz angebunden. Diesbezüglich besonders hervorzuheben ist der rd. 240 km entlang der Ruhr verlaufende RuhrtalRadweg, der von Winterberg bis zur Mündung bei Duisburg-Ruhrort führt.

Über den Bahnhof Fröndenberg bestehen zudem Anschlüsse an den „Dortmund-Sauerland-Express“ (Dortmund – Bestwig bzw. – Winterberg), den „Sauerland-Express“ (Hagen – Warburg) sowie an die „Hönnetal-Bahn“ (Unna – Neuenrade).

Zahlreiche Buslinien⁷ garantieren sowohl eine Anbindung der Ortsteile an die Kernstadt als auch an umliegende Kommunen.

Kaufkraftniveau

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer stellt das Verhältnis von verfügbaren Nettoeinkommen für Einzelhandelsausgaben in Fröndenberg/Ruhr zu den entsprechenden Gesamtausgaben in Deutschland

⁶ Quelle: IT NRW, Stand 31.12.2021; nur Hauptwohnsitze

⁷ B1, B2, B3, B4, C 71/ C 72/ C 73/ C 74 sowie 23, 132 und R 70

dar. Für die Stadt Fröndenberg/Ruhr liegt das einzelhandelsbezogene Kaufkraftniveau bei 104,3 und damit über dem Bundesdurchschnitt (100,0).

Einzelhandelsstrukturen

Der vorhandene Einzelhandelsbesatz konzentriert sich - wie die vorhandene Bevölkerung - in hohem Maße auf den Stadtteil Fröndenberg/Ruhr.

Abbildung 3: Standortkonzept der Stadt Fröndenberg/Ruhr



Quelle: BBE-Darstellung 2023

Wesentlicher Angebotsstandort innerhalb des Grundzentrums Fröndenberg ist das in der Fortschreibung des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzepts für die Stadt Fröndenberg/ Ruhr⁸ als zentraler Versorgungsbereich qualifizierte Hauptzentrum der Stadt.

Dieses umfasst die Besatzstrukturen entlang der Union-/Alleestraße im Norden und schließt die zentral gelegene Fläche des Parkplatzes an der Karl-Wildschütz-Straße mit ein. Im Süden wird der zentrale Versorgungsbereich von der Bahntrasse begrenzt. Im Westen wird die Abgrenzung von der „Von-Tirpitz-Straße“ bestimmt. Prägende Anbieter sind Aldi (Vorhabenstandort) und Rossmann sowie Kik und Ernsting's Family, wobei die Einzelhandelsstruktur grundsätzlich von eher kleinteiligen Betriebseinheiten geprägt ist.

Ergänzt wird das lokale Versorgungsnetz von drei „Grundversorgungsstandorten“ (GVS), die der wohnortnahen Versorgung dienen. Hierbei handelt es sich um den zentral innerhalb des Hauptortes gelegenen Standortbereich des Edeka-Supermarktes an der Alleestraße, den Standortverbund der beiden Lebensmitteldiscounter Netto und Penny an der Annette-von-Droste-Hülshoff-Straße im östlichen Teilbereich des Hauptsiedlungskörpers sowie um den Standortbereich des Rewe-Marktes im Ortsteil Dellwig.

Die bestehende Einzelhandelsstruktur wird durch den Standortverbund eines Lidl-Discounters und eines Trinkgut Getränkemarktes an der Wilhelm-Feuerhake-Straße komplettiert. Aufgrund der fast ausschließlichen Ansprache von autoorientierten Kunden, wird diesem Standort im Einzelhandelskonzept keine Nahversorgungsfunktion zugewiesen (= Ergänzungsstandort).

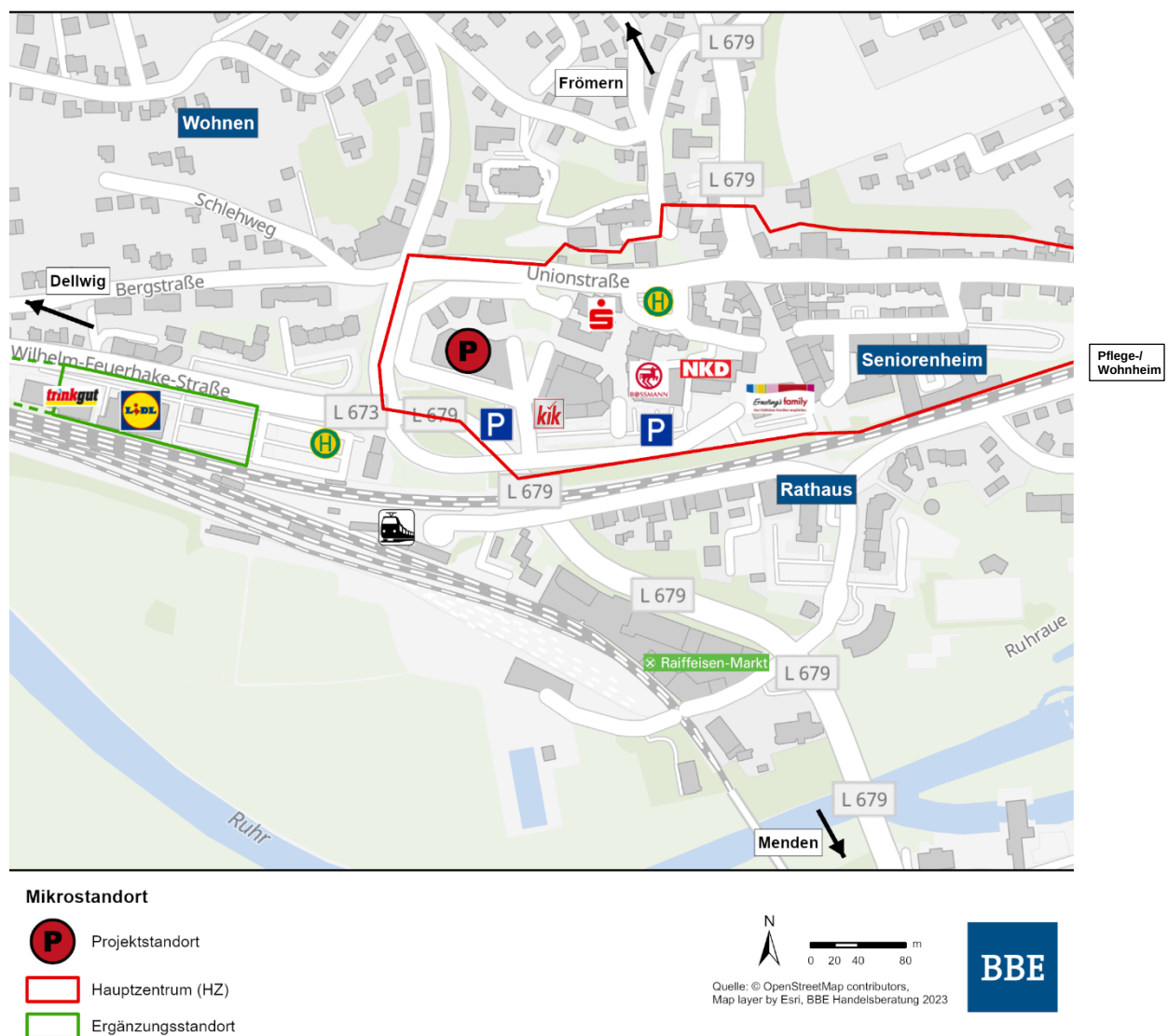
⁸ BBE 2009

3.2 Mikrostandort

Innerhalb von Fröndenberg/Ruhr bildet der am Bruayplatz gelegene Aldi-Markt den westlichen Randbereich des Stadtzentrums, das im Norden von der Unionstraße, im Westen von der Von-Tirpitz-Straße und im Süden von der aufgeständerten Mendener Straße (L 679) bzw. dem Verlauf der Harthaer Straße begrenzt wird.

Unmittelbar östlich der neu aufzustellenden Aldi-Filiale befindet sich **im näheren Standortumfeld** mit dem Bruayplatz die größte Grün- und Freifläche der Innenstadt, die aufgrund der in den vergangenen Jahren stattgefundenen städtebaulichen Aufwertung, umfangreicher Sitzgelegenheiten, mehreren Spielgeräten sowie einem Wasserspiel/Brunnen (inzwischen) über eine hohe Aufenthaltsqualität verfügt.

Abbildung 4: Mikrostandort



Quelle: BBE-Darstellung 2023

Gemeinsam mit einer lediglich rd. 130 Meter östlich gelegenen Rossmann-Filiale stellt die neu aufzustellende Aldi-Filiale dabei den mit Abstand bedeutendsten Nahversorgungsbetrieb der Innenstadt dar. Auch hinsichtlich der Kundenfrequenz ist der Aldi-Lebensmittelmarkt als wichtiger Magnetbetrieb zu bewerten. Denn neben den kleinflächigen Filialen von Kik, NKD und Ernsting's Family wird das Hauptzentrum darüber hinaus durchgängig von kleinteiligen, zumeist inhabergeführten Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen geprägt. Daneben sind in der Innenstadt von Fröndenberg auch hohe Wohnanteile vorhanden, die sich vor allem in den Obergeschossen bzw. den Randbereichen des Stadtzentrums befinden.

Abbildung 5: Mikrostandort und Standortumfeld (Fotos)



Quelle: eigene Fotos

Verkehrlich erschlossen wird das Planareal vor allem über den südlichen Zufahrtsbereich der Harthaer Straße, über die auch die östlich gelegenen Stellplätze im Bereich der Winschotener Straße erschlossen werden. Über die Harthaer Straße wird zugleich der nur rd. 120 Meter westlich entfernt gelegene Kreuzungsbereich mit der Mendener Straße (L 679), Wilhelm-Feuerhake-Straße (L 673) und Von-Tirpitz-Straße/ Unionsstraße (L 673) angebunden, der als zentraler Verkehrsknotenpunkt von Fröndenberg von übergeordneter Bedeutung für die verkehrliche Erschließung des Grundzentrums ist.

Daneben besteht von der nördlich verlaufenden Unionsstraße ein zweiter Zu-/Abfahrtsbereich zum Bruayplatz.

Trotz seiner unmittelbaren Lage an einer gut ausgebauten, örtlich bedeutsamen Verkehrsachse ist die verkehrliche Erreichbarkeit des Marktes – vor allem für Ortsunkundige – aber nicht optimal und wenig intuitiv. Angesichts des durchgehenden Baumbestandes entlang der umgebenden Straßenzüge wird der Markt auch keine weiträumige Werbesichtanbindung aufbauen können.

An den ÖPNV ist das Areal vor allem durch die lediglich rd. 150 Meter fußläufig entfernt gelegene zentrale Bushaltestelle „Bahnhof/P+R“ angebunden, die von nahezu allen im Stadtgebiet verkehrenden Buslinien angefahren wird. Mit der rd. 170 Meter nordöstlich gelegenen Bushaltestelle „Fröndenberg-Mitte“ befindet sich eine weitere ÖPNV-Anbindung in fußläufiger Entfernung zum Vorhabenstandort.

Innerhalb der Innenstadt von Fröndenberg/Ruhr ist die Aldi-Filiale über die zumeist als Fußgängerzone ausgewiesenen Straßenzüge auch für nicht-motorisierte Kunden grundsätzlich sehr gut zu erreichen. Auch an die umliegenden Wohnbereiche der Kernstadt ist der Aldi-Markt über Fußwege angebunden. Hierbei bestehen sowohl im unmittelbar vorgelagerten als auch im nördlich gelegenen Kreuzungsbereich mit der Bergstraße durchgängig beampelte Querungshilfen.

4 Wettbewerbssituation

Um Aussagen über die wettbewerblichen Rahmenbedingungen sowie mögliche durch die geplante Neuaufstellung des Aldi-Marktes hervorgerufene städtebauliche Auswirkungen treffen zu können, ist eine Betrachtung der Angebotsstrukturen im Wettbewerbsumfeld des Planstandortes notwendig.

Die **relevante Wettbewerbssituation** des neu aufzustellenden **Aldi-Marktes** wird wesentlich durch die vorhandenen Lebensmittelmärkte geprägt, während der kleinteilige Einzelhandel (Ladenhandwerksbetriebe, Lebensmittelfachgeschäfte) nur in begrenztem Maße von der geplanten Aldi-Erweiterung betroffen sein wird. Dies resultiert daraus, dass Systemwettbewerber (= Super-/ Discountmärkte, Verbrauchermärkte/ SB-Warenhäuser) die größte Sortimentsüberschneidung mit dem Vorhaben aufweisen.

Da es sich bei dem Planvorhaben um die Modernisierung eines seit vielen Jahren bestehenden Lebensmitteldiscounters handelt, und der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand für den (regelmäßigen) Einkauf nahversorgungsrelevanter Sortimente stark begrenzt ist, konzentrieren sich die Wettbewerbsbetrachtungen zunächst auf die relevanten Angebotsstrukturen innerhalb der Stadt Fröndenberg/Ruhr. Darüber hinaus werden auch die relevanten Wettbewerbsstrukturen in Unna, Wickede (Ruhr) sowie Menden (Sauerland) als rahmengebende Faktoren in der Untersuchung berücksichtigt.

Den dabei erfolgten Umsatzschätzungen der BBE Handelsberatung GmbH liegen detaillierte Vor-Ort-Recherchen zu Grunde, die – ausgehend von betriebsformen- bzw. betreiberspezifischen Durchschnittswerten – weitere relevante Einflussfaktoren berücksichtigen (u.a. das ansprechbare Kaufkraftvolumen, die Wettbewerbssituation, die Attraktivität der Anbieter, die Verkaufsflächendimensionierung, die Stellplatzsituation etc.) und in die jeweiligen Umsatzprognosen einbezogen werden.

Die empirischen Erhebungen erbrachten folgende Ergebnisse:

Das nahversorgungsrelevante Angebot innerhalb des **Hauptzentrums** der **Stadt Fröndenberg/Ruhr** wird wesentlich von dem 2009 innerhalb des Stadtzentrums verlagerten und nunmehr neu aufzustellenden Aldi-Markt am Bruayplatz geprägt. Die zuletzt im Frühsommer 2019 modernisierte Filiale verfügt aktuell über eine Verkaufsfläche von rd. 1.085 m² und stellt einen wesentlichen Magnetbetrieb innerhalb der Stadtmitte dar.

Daneben ist eine knapp 700 m² große, attraktive Rossmann-Filiale in dem ehemals von Woolworth genutzten Ladenlokal an der Winschotener Straße ansässig. Ergänzt wird das nahversorgungsrelevante Angebot im Stadtzentrum nur von wenigen kleinteiligen Anbietern (u.a. Unverpackt-Laden, Kiosk, Feinkost).

Insgesamt beläuft sich das Verkaufsflächenangebot der projektrelevanten Anbieter im Hauptzentrum von Fröndenberg auf rd. 2.000 m², auf dem nach eigener Prognose eine Umsatzleistung von rd. 13 - 14 Mio. € erwirtschaftet wird.

Abbildung 6: Relevante Angebots- und Wettbewerbssituation (Auswahl)



Quelle: BBE-Darstellung 2023

Lediglich rund 300 Meter westlich befindet sich der im kommunalen Einzelhandelskonzept als **Ergänzungsstandort Wilhelm-Feuerhake-Straße** festgelegte Standortverbund eines rd. 950 m² großen Lidl-Discounters und eines Trinkgut Getränkemarktes mit rd. 800 m². Zudem befindet sich eine Filiale der Bäckerei Niehaves an diesem in unmittelbarer Nähe des P+R-Parkplatzes am Bahnhof gelegenen Angebotsstandort.

Am rd. 1 Kilometer östlich vom Projektstandort entfernt gelegenen **Grundversorgungsstandort Allee-sstraße** ist ein erst im Frühjahr 2021 umfangreich modernisierter und umgebauter, nun etwa rd. 1.750 m² großer Edeka-Supermarkt ansässig, der im Vorkassenbereich mit einer Bäckerei zzgl. Cafébereich und einem Kiosk über weitere nahversorgungsbezogene Angebote verfügt. Als einziger Vollsortimenter in der Kernstadt wird dieser attraktive Lebensmittelmarkt eine hohe Versorgungsbedeutung für die lokale Bevölkerung übernehmen, die mit der zwischenzeitlich erfolgten Modernisierung nachhaltig gefestigt worden ist.

Im östlichen Teil des Hauptsiedlungskörpers ist am **Grundversorgungsstandort Annette-Von-Droste-Hülshoff-Straße** zudem ein Standortverbund von zwei kleinflächigen Lebensmittel-Discountern (Netto, Penny) vorzufinden, dessen Verkaufsflächenangebot sich auf rd. 1.600 m² summiert.

Außerhalb des Hauptsiedlungskörpers entfällt das relevante Lebensmittelangebot in der Stadt Fröndenberg/Ruhr im Wesentlichen auf einen rd. 1.150 m² großen Rewe-Supermarkt⁹ am **Grundversorgungsstandort Dellwig** im gleichnamigen Stadtteil. Aufgrund der siedlungsstrukturellen Gegebenheiten stellt dieser den wesentlichen Träger der wohnortnahen Versorgung im westlichen Stadtgebiet dar.

Damit beläuft sich der Gesamtverkaufsflächenbestand der projektrelevanten Wettbewerber innerhalb der Stadt Fröndenberg/Ruhr - inklusive des neu aufzustellenden Aldi-Marktes - auf insgesamt rd. 8.800 m², auf dem eine Umsatzleistung von rd. 50 Mio. € erwirtschaftet wird.

In den **umliegenden Nachbarkommunen Unna** (rd. 10 km Entfernung), **Wickede/Ruhr** (rd. 9 km Entfernung) sowie **Menden/Sauerland** (rd. 5 km Entfernung) sind jeweils umfangreiche Einkaufsmöglichkeiten vorzufinden. Kaufkraftzuflüsse von außerhalb sind vor diesem Hintergrund nicht anzunehmen. Vielmehr dürften die nahegelegenen Einkaufsalternativen in Menden (v.a. Aldi, Edeka, dm/ Untere Promenade, Lidl, Netto/ Fröndenberger Straße bzw. Standortbereich Kaufland/Aldi/Lidl/ Holzener Straße) bis nach Fröndenberg ausstrahlen und entsprechend Kaufkraft aus dem Kernort binden.

Für die im westlichen (Ardey, Dellwig, Langschede), östlichen (Warmen, Bentrop) bzw. nördlichen (Frömmern, Ostbüren) Stadtgebiet von Fröndenberg/Ruhr lebende Bevölkerung stellen zudem die in Unna, Wi-

⁹ zzgl. eines rd. 400 m² großen, rückwärtig gelegenen Rewe-Getränkemarktes

ckede (Ruhr) bzw. Menden vorhandenen Lebensmittelmärkte alternativ zu erreichende Versorgungsmöglichkeiten dar – dort ist Aldi Nord auch jeweils mit eigenen Filialen vertreten. Dabei können die in den Umlandkommunen gelegenen Bestandsmärkte in vergleichbaren Fahrzeiten, in Teilen sogar auf kürzerem Weg erreicht werden.

Als **Zwischenfazit** ist damit festzuhalten, dass sich das relevante Wettbewerbsumfeld, in dem die neu aufzustellende Aldi-Filiale agiert, im Wesentlichen auf die Stadt Fröndenberg/Ruhr selbst und hier vor allem auf die größeren Lebensmittelmärkte (Lidl, Netto, Penny, Edeka, Rewe) bezieht. Dabei stellen die beiden im Hauptsiedlungskörper gelegenen Filialen von Aldi und Lidl bereits heute die größten und attraktivsten Discountmärkte dar, wobei Aldi mit rd. 1.085 m² nochmal gut 140 m² größer ist, als der schräg gegenüber am Ergänzungsstandort „Wilhelm-Feuerhake-Straße“ gelegene Lidl-Markt.

Aufgrund der siedlungsstrukturellen Gegebenheiten sowie der räumlichen Entfernungen ist hingegen nur von eingeschränkten Wettbewerbsbeziehungen zu den in den Umlandgemeinden vorhandenen Angebotsstrukturen auszugehen, die allenfalls von der in den Randbereichen Fröndenbergs lebenden Bevölkerung aufgesucht werden.

Nach Wettbewerbslagen differenziert, stellt sich die relevante Angebotsstruktur in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Nahrungs- und Genussmittel/Drogeriewaren) somit wie folgt dar:

Abbildung 7: Projektrelevante Angebotssituation nach Standortlagen

Standort	Verkaufsfläche ¹⁾	Prognoseumsatz ¹⁾
	in m ²	in Mio. €
Stadt Fröndenberg/Ruhr insg., davon	8.790	49,6
Hauptzentrum Fröndenberg ²⁾	1.990	13,5
Grundversorgungsstandorte, davon	5.020	25,4
<i>Grundversorgungsstandort Alleestraße</i>	1.830	10,2
<i>Grundversorgungsstandort Annette-von-Droste-Hülshoff-Str.</i>	1.600	8,8
<i>Grundversorgungsstandort Dellwig</i>	1.590	6,5
Ergänzungsstandort Wilhelm-Feuerhake-Straße	1.780	10,7

¹⁾ Lebensmittel-/Drogeriemärkte inkl. Nonfood-Sortimente

²⁾ inkl. neu aufzustellenden Aldi-Markt

Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; Rundungsdifferenzen möglich

5 Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftvolumen

Das Einzugsgebiet umfasst den Siedlungsbereich, in dem die Verbraucher überwiegend bzw. zu großen Teilen den neu aufgestellten Markt aufsuchen werden. Es stellt damit das Gebiet dar, in dem der neu aufgestellte Lebensmittelmarkt eine hohe Versorgungsbedeutung übernehmen wird.

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

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung in den geplanten Sortimentsbereichen,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,¹⁰
- die projektrelevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Anbieter im Standortumfeld,
- die Attraktivität des Projektvorhabens, die u. a. durch die Dimensionierung, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Betreibers bestimmt wird,
- die Qualität des Projektstandortes, die u. a. aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten sowie aus vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen ausgehend von z. B. topographischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten,
- traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung,
- die zentralörtliche Funktion der Stadt bzw. des Stadtteils.

Dazu ist anzumerken, dass ein Einzugsgebiet grundsätzlich nicht als statisches Gebilde anzusehen ist, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil eines Betriebes/ Standortverbundes stammt.

Für den im Stadtzentrum von Fröndenberg/Ruhr gelegenen Lebensmittelmarkt nehmen vor allem folgende Faktoren Einfluss auf die räumliche Ausdehnung des Kundenherkunftsbereiches:

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

- Aufgrund des nahversorgungsbezogenen Angebotsschwerpunktes (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) des Aldi-Marktes stellt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand für die Ausdehnung des Einzugsgebietes grundsätzlich einen begrenzenden Faktor dar.
- Das Marktgebiet des Aldi-Marktes wird maßgeblich durch die Versorgungsreichweite des Lebensmitteleinzelhandels in Fröndenberg insgesamt bestimmt.
- Dieses wird neben den siedlungsstrukturellen Gegebenheiten (u.a. Ruhr im Süden, Autobahntrasse der BAB 44 im Norden, landwirtschaftlich genutzte Freiflächen in Richtung der Umlandkommunen) insbesondere von den umliegenden Angebotsstrukturen beeinflusst.
- Da in den Umlandkommunen z.T. recht umfangreiche Versorgungsstrukturen vorzufinden sind und sich die dort lebende Bevölkerung demnach wohnortnah versorgen kann, ist keine wesentliche Orientierung auf die in Fröndenberg vorgehaltenen Angebote anzunehmen.
Dies gilt für die zu erweiternde Aldi-Filiale umso mehr, als in den Nachbarstädten Menden, Unna und Wickede (Ruhr) die Firma Aldi mit jeweils eigenen Märkten vertreten ist (Eigenkonkurrenz).
- Das Marktgebiet des Fröndenberger Lebensmitteleinzelhandels wird sich somit vor allem auf die Stadt Fröndenberg/Ruhr selbst beschränken.
- Daneben sind im Hauptzentrum von Fröndenberg/Ruhr auch keine weit ausstrahlenden Einzelhandelsnutzungen (z.B. Möbelhaus, SB-Warenhaus etc.) vorhanden von denen der Lebensmittelmarkt profitieren könnte. Vor diesem Hintergrund ist für die Aldi-Filiale nur in begrenztem Umfang von diffusen Streuumsätzen auszugehen.

Unter Berücksichtigung der o. g. Aspekte lässt sich aus Gutachtersicht somit ein **Einzugsgebiet** abgrenzen, das sich im Wesentlichen auf die **Stadt Fröndenberg/Ruhr selbst** beschränkt.

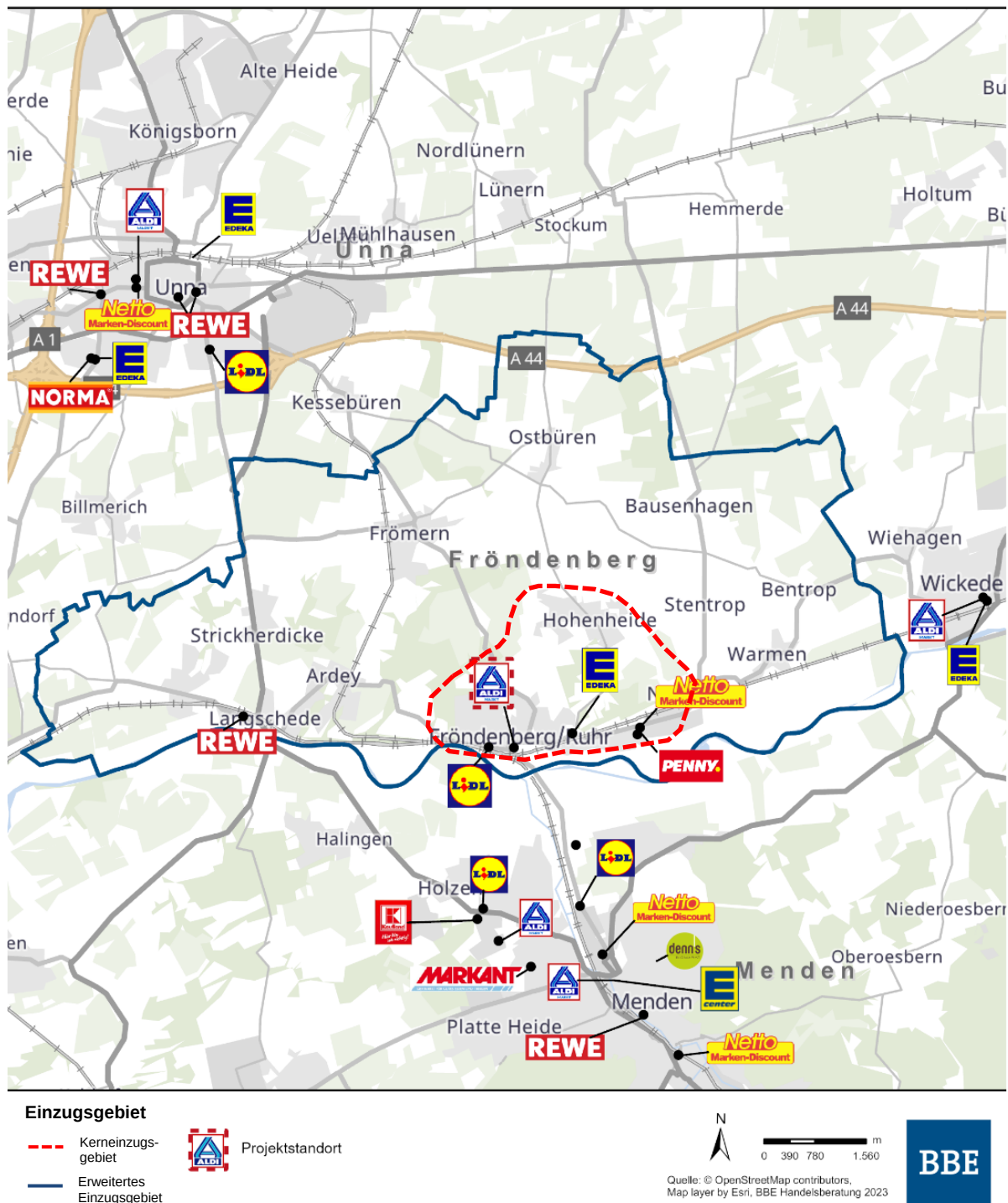
Denn für die hier lebende Bevölkerung stellt die neu aufzustellende Aldi-Filiale einen verkehrlich gut zu erreichenden, attraktiven (Nah-) Versorgungsstandort in zentraler Lage von Fröndenberg/Ruhr dar.

Hierbei wird der Aldi-Markt in der Kernstadt bzw. den zentral gelegenen Stadtteilen¹¹ seine höchste Marktdurchdringung erreichen, sodass dieser Teilraum als **Kerneinzugsgebiet** abzugrenzen ist. Hier leben aktuell rd. 10.120 Einwohner.¹²

¹¹ Kernstadt/Westick, Hohenheide, Neimen, Frohnhausen, Hohenheide

¹² IT-NRW.de, Stand 31.12.2021; nur Hauptwohnsitze; Einwohner nach Straßenabschnitten, GfK 2022

Abbildung 8: Einzugsgebiet



Quelle: BBE-Darstellung 2023

Darüber hinaus wird das Planvorhaben auch die in den weiter entfernt gelegenen Ortslagen¹³ lebende Bevölkerung ansprechen können, in denen in der Summe noch einmal rd. 10.310 Einwohner leben. Allerdings sind hier aufgrund der alternativ zu erreichenden Einkaufsmöglichkeiten – vor allem innerhalb des eigenen Filialnetzes - bereits geringere Marktanteile zu unterstellen, sodass diese dem **erweiterten Einzugsgebiet** des Vorhabens zuzuordnen sind.

Insgesamt umfasst das Einzugsgebiet des Planvorhabens damit ein Bevölkerungspotenzial von rd. **20.440 Einwohnern**.

Aufgrund der stark ausgeprägten Zäsuren sowie der umfassenden Angebote im weiteren Untersuchungsraum sind darüberhinausgehende Wohnorte nicht mehr dem Einzugsbereich der neu aufzustellenden Aldi-Filiale zuzurechnen.

Über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinaus sind auch nur in untergeordnetem Maße zusätzlich Kunden von außerhalb zu erwarten. Diese werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als sog. „**diffuse Umsatzzuflüsse**“ berücksichtigt.

Vor dem Hintergrund des lokalen Versorgungsbezugs der neu aufzustellenden Aldi-Filiale in Kombination mit den umfassenden Versorgungsstrukturen in den Umlandkommunen ist nicht davon auszugehen, dass die geplante Neuauftellung eine spürbare räumliche Ausdehnung des Marktgebietes auslösen wird. Hierfür spricht auch,

- dass die Neuauftellung zu keiner Veränderung der standortseitigen Rahmenbedingungen führen wird, da wesentliche Einflussfaktoren wie z. B. die verkehrliche Erreichbarkeit und Umfeldnutzungen unverändert bleiben und
- dass die im Zuge der Neuauftellung geplante Vergrößerung der Verkaufsfläche nicht der Aufnahme neuer Sortimente, sondern primär einer verbesserten Warenpräsentation und der Vereinfachung der logistischen Abläufe dienen wird. Neue Warengruppen, die unter Umständen einen Einfluss auf das Einzugsgebiet ausüben könnten, werden nicht in das Angebot aufgenommen.

Vielmehr wird der einzige Lebensmittelmarkt im Hauptzentrum Fröndenberg im Zuge der geplanten Neuauftellung seine derzeitige Marktposition festigen und somit auch zukünftig wichtige Versorgungs- wie auch Magnetfunktion für das gesamte Innenstadtzentrum übernehmen können.

¹³ Altendorf, Ardey, Bausenhagen, Bentrop, Dellwig, Frömern, Langschede, Ostbüren, Stentrop, Strickherdicke und Warmen

Das **vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen** errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag von aktuell ca. 3.105 € für nahversorgungsrelevante Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren), gewichtet mit den örtlichen Kaufkraftkennziffern.

Letztere werden durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer gibt unabhängig von der Größe eines Raumes das verfügbare Netto-Einkommen pro Einwohner im Verhältnis zum Gesamt-Einkommen der Bundesrepublik an, welches für die Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht. Das sortimentsspezifische Kaufkraftniveau für nahversorgungsrelevante Sortimente im Einzugsgebiet liegt bei rd. 103,1 und liegt somit leicht oberhalb des Bundesdurchschnitts (= 100,0).

Unter Berücksichtigung der erläuterten Parameter steht im Einzugsgebiet ein **Kaufkraftvolumen** in Höhe von ca. **65 Mio. €** im Jahr für die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren zur Verfügung, die sich etwa hälftig auf die beiden Teilbereiche des Einzugsgebiets verteilen.

Abbildung 9: Projektrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet

	Einwohner ¹⁾	Pro-Kopf-Kaufkraft ²⁾	Kaufkraft
	abs.	in €	in Mio. €
Kerneinzugsgebiet (= Kernstadt/Wickede, Frohnhausen, Hohenheide, Neimen)	10.124	3.202	32,4
Erweitertes Einzugsgebiet (= Sonstige Stadtteile)	10.312	3.202	33,0
Einzugsgebiet insgesamt (= Stadt Fröndenberg/Ruhr)	20.436	3.202	65,4

¹⁾ Landesbetrieb Information und Technik Nordrhein-Westfalen, Stand 31.12.2021; Einwohner nach Straßenabschnitten, GfK 2022
²⁾ BBE/IFH-Verbrauchsausgaben 2022
BBE-Berechnungen 2023; Rundungsdifferenzen möglich

6 Auswirkungsanalyse

6.1 Umsatzleistung des Planvorhabens

Unter Berücksichtigung der vorhandenen Wettbewerbsstrukturen, der Attraktivität des Planvorhabens sowie des ansprechbaren Kaufkraftvolumens im Einzugsgebiet werden die durch die geplante Erweiterung zu erwartenden Umsätze prognostiziert. Dabei bildet die Einschätzung der durch das Planvorhaben zu erwartenden (Mehr-)Umsätze die Voraussetzung für die Prognose ausgelöster Umsatzumlenkungen und der hierdurch möglicherweise hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen.

Für das Planvorhaben sind diesbezüglich folgende Faktoren zu berücksichtigen:

- Laut aktueller Veröffentlichung der auf Einzelhandelsimmobilien spezialisierten Hahn Gruppe – in Kooperation mit dem EHI Retail Institute sowie den beiden Immobiliendienstleistern CBRE und bulwien- gesa – beträgt der durchschnittliche Filialumsatz eines Aldi Nord-Discounters bei einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von rd. 930 m² etwa 6,0 Mio. € (Brutto), die durchschnittliche Flächenproduktivität liegt bei rd. 6.450 € je m².¹⁴
- Bezogen auf die durchschnittliche Verkaufsfläche innerhalb des Aldi-Filialnetzes (Ø 930 m²; s.o.), ist die aktuelle Größendimensionierung (rd. 1.090 m²) demnach bereits heute als überdurchschnittlich anzusehen.
- In der Kernstadt von Fröndenberg/Ruhr sind mit den Filialen von Lidl, Netto und Penny drei weitere Lebensmitteldiscounter ansässig, sodass dort eine hohe Wettbewerbsintensität herrscht. Dabei stellt die neu aufzustellende Aldi-Filiale allerdings bereits heute den größten Lebensmitteldiscounter im Stadtgebiet dar, dessen Attraktivität im Zuge der geplanten Neuaufstellung noch einmal gesteigert werden kann.
- Aldi ist in den umliegenden Kommunen mit weiteren Filialen vertreten und wird damit ein räumlich auf die Stadt Fröndenberg/Ruhr begrenztes Einzugsgebiet aufweisen. Angesichts der (filialeigenen) Wettbewerbssituation wird die geplante Neuaufstellung somit nicht in der Lage sein, das bestehende Einzugsgebiet merklich aufzuweiten.

Unter Berücksichtigung vorab genannter Aspekte gehen die Gutachter davon aus, dass der **bestehende Aldi-Lebensmittelmarkt** trotz seiner überdurchschnittlichen Größendimension mit **rd. 6.450 € je m²** eine **Flächenproduktivität** erwirtschaften kann, die dem filialeigenen Durchschnittswert entspricht. Bei einer

¹⁴

vgl. 17. Retail Real Estate Report 2022/2023 der Hahn Gruppe; Standort- und Flächenproduktivitätsentwicklung von Lebensmitteleinzelhändlern in 2021; S. 34f.

aktuellen Verkaufsfläche von rd. 1.085 m² wird dies mit einem jährlichen **Filialumsatz** von rd. **7,0 Mio. €** korrespondieren.

Auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) entfallen hiervon etwa 6,1 Mio. € und auf Nonfood-Sortimente rd. 0,9 Mio. €. Bei den Nonfood-Sortimenten handelt es sich vornehmlich um die wöchentlich wechselnden Aktionswaren.¹⁵ Der **Angebotsschwerpunkt** der Aldi-Filiale liegt somit eindeutig im Bereich der **nahversorgungsrelevanten Sortimente**.

Mit der projektierten Neuauftellung soll die Aldi-Filiale konkret auf rd. 1.290 m² aufgeweitet werden, was gegenüber dem Bestandsobjekt einer Flächenzunahme von rd. 205 m² entspricht. Da der neu aufzustellende Bebauungsplan aber eine Erweiterung um bis zu rd. 315 m² auf zukünftig bis zu **1.400 m²** ermöglichen soll, ist im Rahmen dieser Untersuchung auf diese **Maximalgröße** abzustellen.

Die geplante Neuauftellung wird mit einem **Umsatzplus** einhergehen, da mit dem angestrebten Abriss-/Neubauvorhaben auch die Attraktivität der Aldi-Filiale gesteigert wird. Da es sich bei dem Planvorhaben allerdings um die Modernisierungsmaßnahme eines bereits langjährig am Markt etablierten Anbieters handelt, wird die Umsatzleistung der Aldi-Filiale aus Sicht der Gutachter nur maßvoll ansteigen. Dafür sprechen folgende Faktoren:

- Der Filialist Aldi verfügt über ein bundesweit einheitliches Sortimentskonzept. Aus internen Organisations- und Strukturgründen ergibt sich aus Neuauftellungen/ Verkaufsflächenenerweiterungen somit generell keine Ausweitung des vorgehaltenen Sortiments.
- Die Neuauftellung führt zu keiner wesentlichen Veränderung der standortseitigen Rahmenbedingungen, da Faktoren wie z. B. die verkehrliche Erreichbarkeit, Sichtbarkeit und Umfeldnutzungen nahezu

¹⁵ Da die Aktionsware eines Lebensmittel-Discountmarktes häufig wechselt, sind Zuordnungen der Fläche und Umsätze auf einzelne Warengruppen nur bedingt möglich. Grundsätzlich ist festzustellen, dass das Aktionswarenprogramm sämtliche Warengruppen des Einzelhandels umfasst, wobei insbesondere folgende Sortimentsbereiche regelmäßig im Angebot zu finden sind: Bekleidung / Textilien, Schuhe / Lederwaren, Papier / Schreibwaren / Bücher, Haushaltswaren, Spielwaren und Sportartikel, Elektrogeräte und Unterhaltungselektronik sowie Heimwerker- / Gartenbedarf.

Nach gutachterlichen Berechnungen auf Basis von Branchenveröffentlichungen und Ergebnissen der BBE-Marktforschung stellt das Textilsortiment unter den Nonfood-Artikeln von Lebensmittel-Discountmärkten das umsatzstärkste Teilsortiment dar. Im Durchschnitt über alle Discountmärkte entfallen demnach ca. 6,0 % des Gesamtumsatzes auf das Textilsortiment. An zweiter Stelle folgt mit ca. 3,5 % des Umsatzes das Segment (Unterhaltungs-) Elektronik. Für die sonstigen Nonfood-Sortimente liegen die durchschnittlichen Umsatzanteile bei ca. 0,5 - 1,0 %. Eine tiefer gehende Flächen- bzw. Sortimentsdifferenzierung ist darüber hinaus nicht möglich.

unverändert bleiben. Nennenswerte Veränderungen der bestehenden Kunden- und Kaufkraftströme lassen sich auch hieraus nicht ableiten.

- Darüber hinaus ist das derzeitige wie zukünftige Einzugsgebiet der Aldi-Filiale räumlich klar begrenzt; denn angesichts der Wettbewerbsdichte – gerade innerhalb des eigenen Filialnetzes – im weiteren Untersuchungsraum ist aus Gutachtersicht nicht davon auszugehen, dass das Modernisierungsvorhaben zu einer Ausweitung des derzeitigen Einzugsgebietes führen wird.
- Zudem stellt Aldi innerhalb von Fröndenberg/Ruhr mit rd. 1.085 m² bereits heute den (mit Abstand) größten Lebensmitteldiscounter dar, sodass sich die grundsätzliche Wettbewerbskonstellation auch nach erfolgter Neuaufstellung nicht wesentlich ändern wird.

Aus ähnlich gelagerten Untersuchungen geht die BBE Handelsberatung für den neu aufgestellten Aldi-Markt mit einer Verkaufsfläche von dann rd. 1.290 m² von einer **maximalen Umsatzsteigerung** von 15 – 20 % aus – was einem Filialumsatz von etwa **8,3 Mio. €** entspricht („Real-Case“).

Im Rahmen einer **Worst-Case-Betrachtung** wird im Folgenden aber unterstellt, dass der Aldi-Markt seine Verkaufsfläche direkt auf die laut Bebauungsplan **maximal mögliche Verkaufsfläche** von **1.400 m²** aufweitet und zugleich seine **Umsatzleistung proportional** zum **Verkaufsflächenwachstum** wird anheben können. Insgesamt wird für die 1.400 m² große Aldi-Filiale damit ein **Gesamtumsatz** von rd. **9,0 Mio. €** betrachtet. Nach diesem Prognoseansatz wird der erweiterte Markt einen jährlichen **Mehrumsatz von rd. 2,0 Mio. €** erzielen – die als realistische einzustufende Mehrumsatzleistung (rd. 1.3 Mio. €) wird demnach um mehr als 50 % überzeichnet.

Abbildung 10: Umsatzerwartung des Planvorhabens in Mio. € („Worst-Case“)

Sortiment	Bestehender Discountmarkt (1.085 m²)	Erweiterter Discountmarkt		Differenz „Worst-Case“
		„Real-Case“ 1.290 m²	„Worst-Case“ 1.400 m²	
Umsatzerwartung in Mio. €				
Nahrungs- und Genussmittel/ Drogeriewaren	6,1	7,3	7,9	+ 1,8
Sonstige Sortimente	0,9	1,0	1,1	+ 0,2
Umsatz gesamt	7,0	8,3	9,0	+ 2,0

Quelle: BBE-Berechnungen 2023; Rundungsdifferenzen möglich

Mit rd. 7,9 Mio. € wird der Angebotsschwerpunkt der neu aufgestellten Aldi-Filiale hierbei auch zukünftig eindeutig in den nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) liegen.

In der folgenden Tabelle sind die Umsatzerwartungen des Marktes und die Kaufkraftbindungsquoten für nahversorgungsrelevante Sortimente im Einzugsgebiet zusammengefasst dargestellt.

Abbildung 11: Umsatzerwartung, Kundenstruktur und Kaufkraftbindung des Planvorhabens in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten (nach Erweiterung)

Bereich	Erwarteter Umsatz	Umsatzanteil	Kaufkraftpotenzial	Kaufkraftbindungsquote
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Kerneinzugsgebiet	4,9	62	32,4	15
Erweitertes Einzugsgebiet	2,6	33	33,0	8
Diffuse Umsatzzuflüsse	0,4	5	./.	./.
Nahversorgungsrelevante Kernsortimente gesamt	7,9	100	./.	./.
Nonfood-Sortimente	1,1	./	./.	./.
Summe	9,0	./.	./.	./.

Quelle: BBE-Berechnungen 2023, Rundungsdifferenzen möglich

Etwa zwei Drittel des nahversorgungsbezogenen Umsatzes wird der Aldi-Lebensmittelmarkt demnach mit den im Kerneinzugsgebiet lebenden Personen erwirtschaften (müssen), was mit einer angesichts der hohen Discounterdichte als hoch zu erachtenden durchschnittlichen Kaufkraftbindung von rd. 15 % einhergeht.¹⁶ Aus dem sonstigen Einzugsgebiet der weiter entfernt gelegenen Stadtteile stammt ein Umsatzanteil von rd. 2,6 Mio. € und korrespondiert dort mit deutlich reduzierten Kaufkraftbindungen von durchschnittlich rd. 8 %.

Insgesamt wird somit nahezu der gesamte nahversorgungsbezogene Umsatz (rd. 95 %) aus der Stadt Fröndenberg/Ruhr generiert, was die versorgungsbezogene Bedeutung des Untersuchungsvorhabens für die hier lebende Bevölkerung nochmals verdeutlicht.

¹⁶ Auch vor diesem Hintergrund bildet der gewählte Prognoseansatz demnach den „Worst-Case“ ab.

Als (diffuse) Streuumsätze können demgegenüber lediglich rd. 5 % des nahversorgungsrelevanten Umsatzes bzw. rd. 0,4 Mio. € erwirtschaftet werden, was sich vor allem aus der abseitigen Lage zu überörtlich bedeutsamen Verkehrswegen sowie fehlenden Synergieeffekten weit ausstrahlender Umfeldnutzungen ergibt.

6.2 Umsatzumverteilungseffekte

Im vorherigen Abschnitt wurde dargelegt, welche Versorgungsbedeutung der Aldi-Markt auch nach der geplanten Modernisierung für die lokale Bevölkerung übernehmen wird.

Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind jedoch die durch das Aldi-Erweiterungsvorhaben induzierten Umverteilungseffekte für die ansässigen Wettbewerber relevant. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall am Planstandort zu erwartende Mehrumsatz zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbsstandorten umverteilt wird.

Da der vorhandene Lebensmittelmarkt am Standort allerdings bereits langjährig Umsätze realisiert, wird durch diesen „Bestandsumsatz“ keine zusätzliche städtebaulich relevante Umsatzumverteilung ausgelöst. Die geplante Erweiterung wird aber zu zusätzlichen Umsätzen führen, die gegenüber dem Wettbewerb gewonnen werden müssen. Auf diese zusätzliche Umsatzleistung sind die städtebaulichen Auswirkungen des geplanten Modernisierungsvorhabens abzustellen.

Da die Bestandsfiliale ihre Wettbewerbswirkungen somit bereits in der Vergangenheit entfaltet hat, ist im Zuge der geplanten Neuaufstellung bzw. des damit einhergehenden Erweiterungsvorhabens nur der – im Worst-Case-Szenario – zu erwartende Mehrumsatz zu berücksichtigen. Diese Methodik ist in den letzten Jahren mehrfach vom OVG Münster – u.a. im Zuge der geplanten CentrO-Erweiterung in Oberhausen – bestätigt worden.¹⁷ Bei der Beurteilung, ob im Rahmen einer Erweiterung eines bestehenden Einzelhandelsbetriebes Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche der Standortkommune oder benachbarter Kommunen zu erwarten sind, ist demnach zu beachten, dass der zu erweiternde Einzelhandelsbetrieb mit seiner bisherigen (genehmigten) Größe am Erweiterungsstandort bereits vorhanden ist.

¹⁷ Vgl. die Urteile des OVG Münster vom 06.06.2005; Aktenzeichen: 10 D 148/04.NE sowie vom 06.11.2008; Aktenzeichen 10 A 1417/07 bzw. 10 A 2601/07

Diese Verfahrensweise hat das Bundesverwaltungsgericht in seinem Beschluss vom 12.02.2009 grundsätzlich bestätigt.¹⁸ Dort heißt es wörtlich:

*„Dass das Oberverwaltungsgericht bei der Prognose, ob schädliche Auswirkungen in diesem Sinne zu erwarten sind, berücksichtigt hat, dass die Klägerin am Erweiterungsstandort bereits ein genehmigtes Lebensmitteldiscountgeschäft mit einer Verkaufsfläche von 699,11 m² betreibt, dass es also nicht die Auswirkungen der Neuansiedlung eines Discounters mit einer Verkaufsfläche von 900,08 m², sondern der Erweiterung eines Geschäfts mit 699,11 m² um 200,97 m², das dadurch großflächig wird, ermittelt hat (UA S. 19), steht zu der dargelegten Rechtsprechung nicht in Widerspruch. **Bei der Prognose der Auswirkungen ist [...] von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen. Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb, dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt.**“*

Somit hat die im Folgenden durchzuführende Auswirkungsanalyse auf die aus der geplanten Neuaufstellung und dem damit einhergehenden Attraktivitätsgewinn ergebenden **Mehrumsätze** abzustellen. Diese werden sich im konkreten Untersuchungsfall auf **maximal rd. 2,0 Mio. €** belaufen (vgl. Ausführungen in Kapitel 6.1).

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

- Die durch die Einzelhandelsplanung hervorgerufenen Umsatzverlagerungen gehen in erster Linie zu Lasten derjenigen Wettbewerber, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen. Dies bedeutet, dass als Hauptwettbewerber des Aldi-Marktes in erster Linie discountorientierte Lebensmittelanbieter anzusehen sind.
- Für die geplante Erweiterung gilt zudem, dass die Stärke der Umsatzverlagerungseffekte mit zunehmender Entfernung des Projektstandortes abnimmt. Dies bedeutet, dass Einzelhandelsbetriebe im näheren Umfeld des Projektstandortes stärker von Umsatzverlagerungen betroffen sind als weiter entfernt gelegene Einzelhandelsbetriebe.
- Dieser Annahme liegt die Tatsache zugrunde, dass für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben mit zunehmender Zeitdistanz und des hiermit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwandes geringer wird. Die Zeitdistanzempfindlichkeit der einzelnen Sortimente ist jedoch unterschiedlich und wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt.

¹⁸ BVerwG 4 B 3.09

- So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs wie - z. B. Lebensmittel und Drogeriewaren - aufgrund des relativ niedrigen Warenwertes sowie der relativ hohen Einkaufsfrequenz eine hohe Zeitdistanzempfindlichkeit auf. Die Folge hiervon ist, dass bereits nach relativ kurzer Zeitdistanz die Nachfrage nach diesen Gütern deutlich abnimmt.

Die vorstehenden Annahmen haben im Hinblick auf die geplanten Neuaufstellung des Aldi-Marktes und den damit einhergehenden zu erwartenden Umsatzverlagerungen nach der BBE-Prognose folgende Konsequenzen:

Abbildung 12: Umverteilungseffekte des Planvorhabens

Zentraler Versorgungsbereich/ Standort	Prognoseumsatz ¹⁾	Umverteilungen	
	in Mio. €	in Mio. €	in %
Hauptzentrum Fröndenberg ¹⁾	6,5	0,1	2
Grundversorgungsstandorte, davon	25,4	1,1	4
<i>Grundversorgungsstandort Alleestraße</i>	10,2	0,5	5
<i>Grundversorgungsstandort Annette-von-Droste-Hülshoff-Str.</i>	8,8	0,4	5
<i>Grundversorgungsstandort Dellwig</i>	6,5	0,2	3
Ergänzungsstandort Wilhelm-Feuerhake-Straße	10,7	0,6	6
Stadt Fröndenberg insgesamt	42,6	1,8	4
Diffuse Umverteilung	./.	0,2	./.
Umverteilungseffekte insgesamt	./.	2,0	./.

¹⁾ Lebensmittelmärkte inkl. Nonfood-Sortimente; ohne neu aufzustellenden Aldi-Markt
 * < 0,05 Mio. € bzw. < 0,5 %
 Quelle: Eigene Erhebungen und Prognosen; Rundungsdifferenzen möglich

Der erweiterte Aldi-Markt wird nahezu den gesamten Mehrumsatz durch Umsatzzumlenkungen innerhalb der Stadt Fröndenberg/Ruhr generieren. Dies entspricht einer Umsatzreduzierung bei den projektrelevanten Anbietern (vgl. Kapitel 4) in Höhe von durchschnittlich vier Prozent, die folglich nur geringe Größendimensionen annimmt.

Aufgrund des lokalen Versorgungsbezuges werden sich dabei die mit Abstand höchsten Umsatzzumverlagerungen bei den nächstgelegenen Wettbewerbern einstellen.

Hierbei werden sich die gegenüber dem schräg gegenüberliegenden **Ergänzungsstandort Wilhelm-Feuerhake-Straße** zu erwartenden Umsatzzumverlagerungen auf rd. 0,6 Mio. € addieren und sich im Wesentlichen auf die dort ansässige **Lidl-Filiale** beziehen. Eine Geschäftsgefährdung des seit jeher in die

örtliche Versorgungsstruktur etablierten, rd. 950 m² großen Lebensmittelmarktes ist angesichts einer maximalen Umverteilungsquote von rd. 6 % aber auszuschließen – zumal der Lidl-Markt sich am Standort ebenfalls modernisieren und neu aufstellen möchte.¹⁹

Daneben wird auch der Luftlinie nur rd. 850 Meter nordöstlich gelegene **Edeka-Supermarkt** am **Grundversorgungsstandort Alleestraße** von Umsatzrückgängen betroffen sein. Diese werden sich auf bis zu rd. 0,5 Mio. € belaufen und mit einer Umverteilungsquote von rd. 5 % korrespondieren. Als einziger Vollsortimenter im Kernstadtbereich ist diesem marktgerecht aufgestellten Lebensmittelmarkt aber eine gefestigte Marktposition zuzusprechen, sodass dieser keinesfalls in seinem wirtschaftlichen Fortbestand gefährdet wird.

Auch die Umverteilungsquoten gegenüber dem im östlichen Ortseingangsbereich gelegenen Verbundstandort von Penny und Netto am **Grundversorgungsstandort Annette-von-Droste-Hülshoff-Straße** nehmen mit rd. 5 % nur geringe Größendimensionen an.

Aufgrund fehlender direkter Wettbewerber sind gegenüber den im **Hauptzentrum Fröndenberg/Ruhr** ansässigen Betrieben mit rd. 0,1 Mio. € bzw. rd. 2 % nochmals deutlich geringere Wettbewerbseffekte zu erwarten.

Auch der im westlich gelegenen Stadtteil **Dellwig** gelegene Rewe-Supermarkt am gleichnamigen **Grundversorgungsstandort** wird mit rd. 3 % kaum Umsatzrückgänge zu verzeichnen haben.

Daneben wird Aldi es mit der angestrebten Neupositionierung untergeordnet auch schaffen, bislang aus den weiter entfernt gelegenen Stadtteilen an **umliegende Aldi-Standorte** abfließende Kaufkraft verstärkt lokal binden zu können. Die durch den Attraktivitätsgewinn gegenüber den anderen Filialstandorten entstehenden Umlenkungen sind mit einzelbetrieblichen Umsatzverlagerungen von durchgängig < 0,1 Mio. € aber vergleichsweise gering und werden bei den einzelnen Filialen mit kaum spürbaren Umlenkungseffekten einhergehen. Geschäftsgefährdungen können dort demnach durchgängig ausgeschlossen werden.

Die Umverteilungen gegenüber **sonstigen außerhalb des Untersuchungsraumes** ansässigen **Lebensmittelmärkten** liegen auf nochmals deutlich niedrigerem Niveau (diffuse Umverteilungen). Größenordnungen, die den wirtschaftlichen Fortbestand einer der Wettbewerber infrage stellen würden, werden durchgängig nicht erreicht.

¹⁹ vgl. u.a. <https://www.hellwegeranzeiger.de/froendenberg/lidl-discounter-supermarkt-neubau-lebensmittelstandort-froendenberg-wilhelm-feuerhake-strasse-w704189-p-1000744112/>

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Umsatzzumlenkungen – sowohl in Fröndenberg/Ruhr als auch an weiter entfernt gelegenen Standorten – nur sehr geringe Größendimensionen annehmen und durchgängig nicht den wirtschaftlichen Fortbestand einzelner Anbieter infrage stellen werden. Einzelbetriebliche Auswirkungen auf Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen sind daher auszuschließen.

6.3 Einordnung des Aldi-Vorhabens in das kommunale Einzelhandelskonzept der Stadt Fröndenberg/Ruhr

Gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Fröndenberg/Ruhr (Ratsbeschluss vom 25.10.2022) ist eine der wesentlichen Handlungsempfehlungen zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung, dass neben großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten auch „alle Möglichkeiten zur Förderung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in der Ortsmitte aus[zu]schöpfen [sind], um die Versorgung der Kernstadtbevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs in städtebaulich integrierter Lage zu sichern.“

Wie bereits mehrfach dargelegt, befindet sich der zu modernisierende Aldi-Markt innerhalb des „Hauptzentrums Fröndenberg“ und stellt dort den wesentlichen Nahversorgungsbetrieb dar. Der übergeordneten Leitlinie zum Umgang mit (großflächigen) Lebensmittelmärkten wird demnach entsprochen.

Ergänzend führt das Einzelhandelskonzept aus, dass dem Aldi-Markt als integriertem Nahversorger und als Magnetbetrieb für die Innenstadt explizit eine bedeutsame „Doppelfunktion“ zukommt, deren Verbleib „innerhalb des Stadtzentrums zu forcieren“ ist. Denn: „Für die Funktion der Innenstadt ist es von großer Bedeutung, diesen Frequenzbringer dauerhaft im Innenstadtbereich zu halten.“

Das angestrebte Modernisierungsvorhaben des Lebensmittelmarktes innerhalb des Hauptzentrums Fröndenberg stimmt somit mit den im Einzelhandelskonzept formulierten Zielvorstellungen überein.

6.4 Einordnung des Vorhabens in die Ziele des Landesentwicklungsplans

Der wiedererrichtete Lebensmittelmarkt soll eine Verkaufsfläche von maximal 1.400 m² aufweisen und damit weiterhin die Schwelle zur Großflächigkeit überschreiten. Deshalb ist im Rahmen des Genehmigungsverfahrens auch aufzuzeigen, dass das Vorhaben mit den für den großflächigen Einzelhandel relevanten Zielen des Landesentwicklungsplanes Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) übereinstimmt.

Diese Prüfung wird im Folgenden durchgeführt.

Ziel 6.5-1: Standorte nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen

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

Abbildung 13: Regionalplan-Teilabschnitt "Oberbereich Dortmund - Westlicher Teil"



Quelle: https://www.bra.nrw.de/system/files/media/document/file/blatt8_1.pdf (Ausschnitt); eigene Bearbeitung

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

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

Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur:

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

dargestellt und festgesetzt werden.

Zentrenrelevant sind

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

Das Planvorhaben wird auch zukünftig seinen Angebotsschwerpunkt eindeutig in den Kernsortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren aufweisen. Diese sind sowohl gemäß Anlage 1 des LEP NRW als auch der örtlichen Sortimentsliste als nahversorgungsrelevant und zugleich zentrenrelevant eingestuft.

Da sich der Planstandort innerhalb des räumlich abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches „Hauptzentrum Fröndenberg“ befindet, wird auch dieses Ziel eingehalten.

Ziel 6.5-3: Beeinträchtungsverbot

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

Im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse konnte nachgewiesen werden, dass von dem Vorhaben keine wesentliche Beeinträchtigung wohnortnaher Versorgungsstrukturen und keine Gefährdung städtebaulich schutzwürdiger zentraler Versorgungsbereiche ausgehen werden.

Das Beeinträchtungsverbot wird somit gewahrt.

Zusammenfassend ist damit festzuhalten, dass das Planvorhaben zur Neuaufstellung des in Fröndenberg/Ruhr am Bruayplatz ansässigen Aldi-Marktes den relevanten Zielvorgaben des LEP NRW entspricht.

7 Städtebauliche Bewertung des Planvorhabens und Fazit der Analyse

Die prognostizierten Umverteilungseffekte des Planvorhabens sind im Hinblick auf die versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen in der Stadt Fröndenberg/Ruhr und den umliegenden Städten und Gemeinden zu bewerten. Dabei stehen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche und der wohnungsnahen Versorgung im Vordergrund. Negative Auswirkungen auf einen zentralen Versorgungsbereich bzw. die wohnungsnahen Versorgung wären einerseits dann zu erwarten, wenn infolge der Realisierung des Planvorhabens bestehende Einzelhandelsbetriebe gefährdet würden, die für die Funktionsfähigkeit eines zentralen Versorgungsbereichs bzw. der wohnungsnahen Versorgung eine große Bedeutung haben. Andererseits wäre die Entwicklungsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen dann beeinträchtigt, wenn infolge der Realisierung der Planung die Neuansiedlung bzw. Erweiterung von entsprechenden Betrieben in den zentralen Versorgungsbereichen eingeschränkt würde.

Die BBE Handelsberatung GmbH vertritt die gutachterliche Einschätzung, dass durch die geplante Neuaufstellung und Erweiterung des am Bruayplatz im Hauptzentrum Fröndenberg/Ruhr gelegenen Aldi-Marktes keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sowie die wohnungsnahen Versorgung gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO in der Stadt Fröndenberg/Ruhr und in Umlandkommunen zu erwarten sind.

Folgende Gründe sprechen zusammenfassend für diese Einschätzung:

- Durch die geplante Modernisierung des wesentlichen Nahversorgungsbetriebes innerhalb des Hauptzentrum Fröndenberg/Ruhr ist das Planvorhaben grundsätzlich dazu in der Lage, die Versorgungsfunktion des einzigen zentralen Versorgungsbereiches im Stadtgebiet langfristig zu sichern.
- Diesbezüglich wurde aufgezeigt, dass sowohl in der Ist-Situation als auch nach der geplanten Modernisierung der weit überwiegende Umsatzanteil in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren) getätigt wird. Derzeitig entfallen rd. 6,1 Mio. € von insgesamt 7,0 Mio. € Umsatz auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente. Nach der Erweiterung werden gemäß der „Worst-Case-Prognose“ der BBE Handelsberatung von insgesamt max. 9,0 Mio. € etwa 7,9 Mio. € in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten erwirtschaftet. Aufgrund des nahversorgungsrelevanten Kernsortiments wird die Aldi-Filiale auch nach erfolgter Neuaufstellung vornehmlich der wohnortnahen Versorgung der in Fröndenberg/Ruhr lebenden Bevölkerung dienen.

- Denn auch nach erfolgter Neuaufstellung wird die zentral im Stadtgebiet gelegene Aldi-Filiale mit rd. 95 % den weit überwiegenden Teil ihres Umsatzes mit Kunden aus Fröndenberg/Ruhr generieren, für die der neu aufzustellende Aldi-Markt seit jeher einen wichtigen Bestandteil der wohnortnahen Versorgung darstellt.
- Vor dem Hintergrund der Flächenentwicklung im deutschen Lebensmitteleinzelhandel ist die geplante Neuaufstellung als standortsichernde Maßnahme zu bewerten. Dabei wird der Aldi-Markt nach der angestrebten Neupositionierung eine Verkaufsflächendimensionierung aufweisen, die im oberen Mittelfeld moderner Lebensmitteldiscounter rangiert.
- Die angestrebte Erweiterung dient nicht der Ausweitung des Angebotes, z. B. durch Aufnahme neuer Sortimente, vielmehr soll die Vergrößerung der Verkaufsfläche insbesondere einer Optimierung der internen Logistikabläufe sowie einer großzügigeren Warenpräsentation dienen.
- Durch die angestrebte Modernisierung wird gemäß Worst-Case-Prognose eine jährliche Umsatzsteigerung von maximal rd. 2,0 Mio. € prognostiziert. Davon entfallen auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) rd. 1,8 Mio. € und auf die Non-food-Sortimente etwa 0,2 Mio. €. Bei den Nonfood-Sortimenten handelt es sich vornehmlich um die wöchentlich wechselnden Aktionswaren.
- Die zu prognostizierenden Umsatzzumlenkungen werden sich in erster Linie zu Lasten der nahegelegenen Lebensmittelmärkte in Fröndenberg/Ruhr auswirken. Im Rahmen der Auswirkungsanalyse konnte diesbezüglich aufgezeigt werden, dass die durch das Modernisierungsvorhaben selbst nach dem gewählten Worst-Case-Ansatz maximal zu erwartenden Wettbewerbseffekten vergleichsweise gering ausfallen und keinesfalls die wirtschaftliche Tragfähigkeit einzelner Betriebe in Frage stellen werden.
- Zudem sei an dieser Stelle noch einmal auf den zugrunde gelegten „Worst-Case-Ansatz“ hingewiesen, der den aus Gutachtersicht als realistisch einzustufenden Mehrumsatz um mehr als 50 % übersteigt. Die tatsächlich zu erwartenden Umsatzverlagerungseffekte werden dementsprechend geringer ausfallen als vorab ausgeführt.
- Aufgrund der Dimensionierung des Untersuchungsobjektes sind übergemeindliche nachteilige Auswirkungen auf weiter entfernte zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung in Nachbarkommunen desgleichen nicht zu erwarten; vor allem deshalb, weil nahezu der gesamte zu erwartende Mehrumsatz lokal umverlagert wird.

- Auch die Entwicklungsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche in Fröndenberg/Ruhr und im Umland wird infolge der angestrebten Verkaufsflächenerweiterung eines seit langem im lokalen Versorgungsnetz bestehenden Nahversorgungsbetriebes nicht erheblich eingeschränkt.

Abschließend lässt sich festhalten, dass aufgrund der geringen Höhe der prognostizierten Umverteilungseffekte keine Gefährdung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit der im Untersuchungsraum ansässigen Wettbewerber zu erwarten ist. Durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte werden somit weder in Fröndenberg/Ruhr noch in Nachbarkommunen zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionsfähigkeit und Entwicklung mehr als unwesentlich beeinträchtigt. Auch können negative Auswirkungen auf die woh-nortnahe Versorgung ausgeschlossen werden.

Vielmehr wird mit der angestrebten Einzelhandelsentwicklung ein wesentlicher und für die Versorgungsfunktion des einzigen zentralen Versorgungsbereichs in Fröndenberg/Ruhr („Hauptzentrum“) bedeutsamer Magnetbetrieb langfristig gesichert, von dessen Kundenfrequenz auch die umliegenden Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe wesentlich profitieren.

Köln, im Juni 2023

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Claus Freuen



i. V. Jörg Lehnerdt