

Auswirkungsanalyse

zur Ansiedlung eines Lebensmittel-Discountmarktes
am Standort Hennef (Sieg), Obere Siegstraße

erstellt im Auftrag der

**Stadt Hennef, Amt für Stadtplanung und -entwicklung,
Frankfurter Straße 97, 53773 Hennef**

Projektbearbeitung:

Joachim Schulte
Rainer Schmidt-Ilguth

Köln, im Juli 2011

Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1 Aufgabenstellung und methodische Vorgehensweise	4
1.1 Aufgabenstellung	4
1.2 Methodische Vorgehensweise	4
2 Standortseitige Aspekte	6
2.1 Makrostandort	6
2.2 Mikrostandort	9
3 Projektrelevante Angebots- und Wettbewerbsstrukturen	12
4 Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	18
5 Umsatzerwartung und Kaufkraftbindung	20
6 Umsatzverlagerungseffekte	23
7 Städtebauliche Auswirkungen des Planvorhabens	26
7.1 Auswirkungen des Planvorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung	26
7.2 Einordnung in den Entwurf des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Hennef	29
8 Gutachterliche Bewertung der Ansiedlung eines Lebensmittel-Discountmarktes mit rd. 799 m ² Verkaufsfläche	31
9 Fazit	34

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1	Lage der Stadt Hennef und zentralörtliche Gliederung	6
Abbildung 2	Mikrostandort des Planvorhabens	9
Abbildung 3	Wettbewerbssituation	17
Abbildung 4	Umsatzerwartung des Planvorhabens	20
Abbildung 5	Erwartete Kundenstruktur und Kaufkraftbindung des Planvorhabens in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten	21
Abbildung 6	Umverteilungseffekte des geplanten Lebensmittel-Discounters	25

Abbildung 7	Ergänzungsstandort Bröltalstraße / Emil-Langen-Straße	29
Abbildung 8	Umsatzerwartung des Planvorhabens mit rd. 799 m ² VKF	32
Abbildung 9	Erwartete Kundenstruktur und Kaufkraftbindung des Planvorhabens mit rd. 799 m ² VKF in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten	32
Abbildung 10	Umverteilungseffekte des geplanten Lebensmittel-Discounters mit rd. 799 m ² VKF	33

1 Aufgabenstellung und methodische Vorgehensweise

1.1 Aufgabenstellung

Am Standort Hennef-Ost, Obere Siegstraße 80, ist auf einem städtischen Grundstück, das heute durch einen Baubetriebshof genutzt wird, die Ansiedlung eines Lebensmittel-Discountmarktes der Fa. Aldi-Süd mit rd. 1.100 m² Verkaufsfläche geplant. Gegebenenfalls soll die projektierte Aldi-Filiale am Planstandort auch nur über eine Verkaufsfläche von maximal 799 m² verfügen.

Der Planstandort befindet sich in einem Gewerbegebiet. Das nähere Standortumfeld wird durch Einzelhandelsnutzungen (u. a. Supermarkt, Lebensmittel-Discountmarkt, Zoofachmarkt, Gartencenter) und Wohnnutzungen geprägt. Für die Ansiedlung der großen Planvariante (Lebensmittel-Discounter mit rd. 1.100 m² Verkaufsfläche), die als „Worst Case-Variante“ anzusehen ist, soll das Verfahren zur Änderung des Flächennutzungsplanes in ein „Sondergebiet Einzelhandel“ durchgeführt werden.

Im Zuge des Bauleitplanverfahrens soll das Vorhaben einer gutachterlichen Überprüfung unterzogen werden. Somit ist durch das vorliegende Gutachten aufzuzeigen, ob im Realisierungsfall des Ansiedlungsvorhabens nachteilige Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung in Hennef oder in Nachbarkommunen im Sinne von § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) zu erwarten wären.

Darüber hinaus ist darzulegen, ob das Vorhaben mit den Zielsetzungen des in Entwurfsfassung vorliegenden Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Hennef kompatibel ist. Ergänzend sollen Aussagen zu den Auswirkungen der kleineren Variante (Lebensmittel-Discounter mit rd. 799 m² Verkaufsfläche) getroffen werden.

Die BBE Handelsberatung wurde im Mai 2011 von der Stadt Hennef mit der Erarbeitung eines entsprechenden Gutachtens beauftragt.

1.2 Methodische Vorgehensweise

Die Grundlage der Analyse bilden Recherchen der BBE-Gutachter in der Stadt Hennef. Die Ergebnisse der Untersuchung basieren insbesondere auf folgenden Datengrundlagen:

- Durchführung von Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung der Mikrostandort-Situation.
- Erhebung relevanter Anbieter von nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Hierzu gehören vor allem größere Lebensmittelmärkte (Lebensmittel-Discounter und Supermärkte) im Untersuchungsgebiet.

- Nutzung von aktuellen Datenmaterialien der BBE-Marktforschung (z. B. gemeindebezogene Kaufkraftkennziffer und sortimentspezifische Pro-Kopf-Ausgaben).
- Aufbereitung relevanter sekundärstatistischer Daten (z. B. Einwohnerzahlen der Stadt Hennef nach Stadtteilen).
- Berücksichtigung der Aussagen des im Entwurf vorliegenden Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Hennef.

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

- Zeitdistanzen zwischen den Wohnortstandorten im Einzugsbereich und den projektrelevanten Einzelhandelsstandorten,
- Einwohnerzahlen im Einzugsgebiet,
- einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Einzugsgebiet,
- Attraktivität der untersuchungsrelevanten Einkaufsziele in der Stadt Hennef ausgedrückt durch das Verkaufsflächenangebot, die Angebotsstruktur und die Erreichbarkeit,
- Bereitschaft der Konsumenten zur „Raumüberwindung“ beim Einkauf bestimmter Warengruppen.¹

Das eingesetzte Prognosemodell wurde bereits in zahlreichen Praxissituationen erprobt und verfeinert, so dass es zur Abschätzung der Auswirkungen von Einzelhandel auf die Kaufkraftbindung und die Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet geeignet ist.

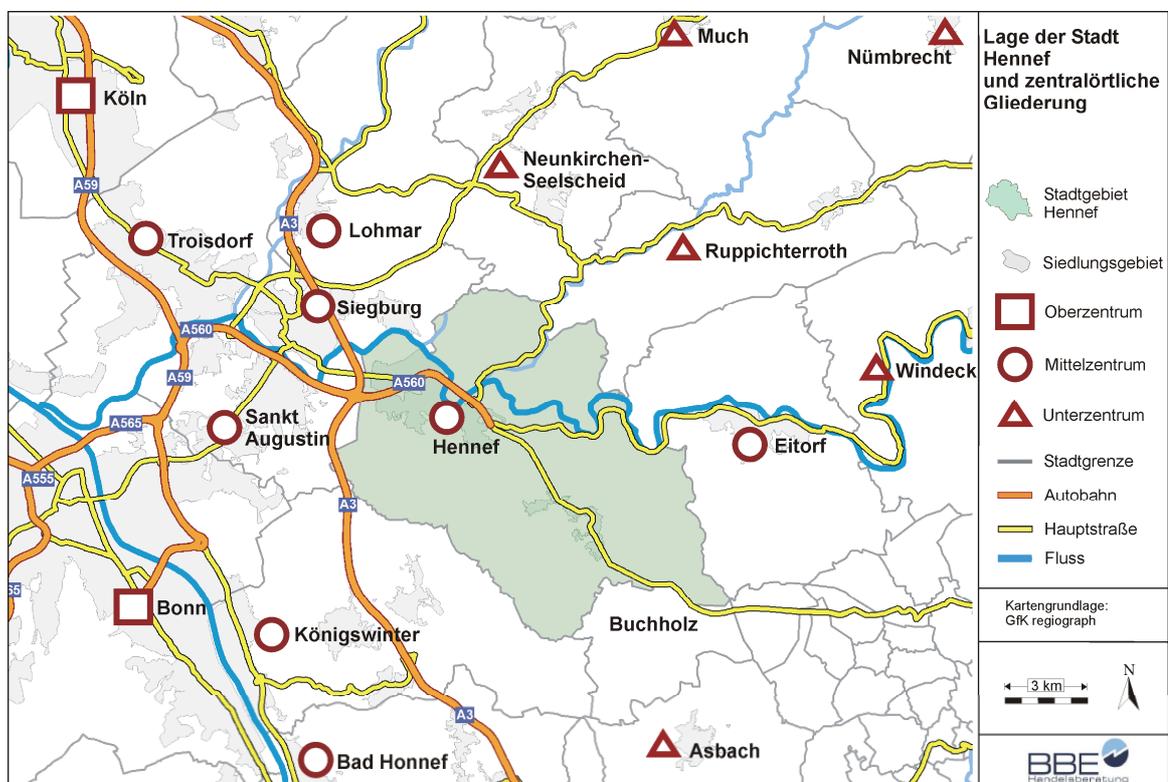
¹ Während beispielsweise bei Artikeln des täglichen Bedarfes (v. a. Lebensmittel und Drogeriewaren) das Kriterium der räumlichen Nähe des Einkaufszieles gegenüber dem Kriterium der Attraktivität relativ wichtiger ist, dominiert bei Artikeln des mittel- und längerfristigen Bedarfes (u. a. Sportartikel oder Bekleidung / Schuhe) das Kriterium der (vermuteten) Attraktivität.

2 Standortseitige Aspekte

2.1 Makrostandort

Die **Stadt Hennef** liegt im östlichen Teil des Rhein-Sieg-Kreises im räumlichen Übergangsbereich zwischen dem stark verdichteten, urbanen Siedlungsband entlang des Rheins im Westen und dem zunehmend ländlicher strukturierten östlichen Rhein-Sieg-Kreis mit den Übergängen in das Bergische Land und den Westerwald. Der Stadt wird gemäß Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) die Funktion eines Mittelzentrums zugewiesen.

Abbildung 1 Lage der Stadt Hennef und zentralörtliche Gliederung



Die Grenze von Hennef verläuft im Süden deckungsgleich mit der Landesgrenze zwischen Nordrhein-Westfalen und Rheinland-Pfalz. Zu den nächstgelegenen Oberzentren zählen die Stadt Köln mit mehr als einer Million Einwohnern (rd. 30 km nordwestlich) und die Stadt Bonn mit rd. 318.650 Einwohnern (rd. 15 km westlich).² Darüber hinaus grenzen mehrere Mittelzentren unmittelbar an das Hennefer Stadtgebiet an; im Westen und Norden die Städte Sankt Augustin und Siegburg, im Osten die Gemeinde Eitorf und im Süden die Stadt Königswinter.

² Quelle: Information und Technik Nordrhein-Westfalen, Stand: 30.06.2010.

Der heutige kommunale Zuschnitt der Stadt geht aus der nordrhein-westfälischen Kommunalneugliederung im Jahr 1969 hervor. Im Zuge der Kommunalreform wurde aus den drei ehemals selbstständigen Gemeinden Hennef, Lauthausen und Uckerath die neue Gemeinde Hennef gebildet, die 1981 die Stadtrechte erhielt.

Der Stadtteil, der im Jahr 1935 durch die Aufhebung der beiden Ortschaften Geistingen und Warth und die Vereinigung beider mit der damaligen Ortschaft Hennef entstand, ist der heutige Kernort der Gesamtstadt. Hier liegt das dominierende Versorgungszentrum der Stadt Hennef, zu der rund 100 weitere Orte, Dörfer und Weiler gehören. Einige der Stadtteile und Ortschaften wie z. B. Geistingen, Stadt Blankenberg, Bödingen oder Uckerath verfügen über eine ausgeprägte Identität und eine lange eigene Historie.

Die Stadt Hennef weist aktuell eine Bevölkerungszahl von rd. 45.945 Einwohnern auf³. Hiermit weist die Stadt Hennef nach Troisdorf, Sankt Augustin und Bornheim die viertgrößte Einwohnerzahl im Rhein-Sieg-Kreis auf. Die Einwohnerentwicklung ist durch ein hohes Wachstum gekennzeichnet (seit 1991 rd. + 40 %), das durch die Ausweisung neuer Wohnbauflächen u. a. in Warth und Geistingen ausgelöst wurde.

In Zukunft werden laut Bevölkerungsprognosen die Einwohnerzahlen in Hennef weiter ansteigen, auch wenn sich das Wachstum deutlich verlangsamen wird. So geht die Bertelsmann Stiftung von einem Zuwachs der Einwohnerzahlen bis 2025 auf 49.377 (rd. + 7 - 8 %) aus.⁴ Eine im Auftrag der Stadt Hennef von der civitec - Zweckverband Kommunale Informationsverarbeitung erstellte Bevölkerungsprognose geht für das Jahr 2025 von einer Einwohnerzahl von 47.572 aus, was einen Zuwachs von rd. 3 - 4 % entspricht.

Verkehrlich ist die Stadt Hennef sehr gut an das überregionale Straßennetz angebunden. So verfügt die Stadt über zwei eigene Autobahnanschlussstellen (Hennef / Sieg-West und Hennef / Sieg-Ost) an die in nordwestlicher Richtung durch das Stadtgebiet verlaufende A 560 (Siegtal-Autobahn). Sie führt vom Autobahndreieck Sankt Augustin-West an Siegburg vorbei nach Hennef. Darüber hinaus übernimmt die A 560 Zubringerfunktionen zu der nach Norden in südöstliche Richtung verlaufenden A 3 (Köln - Frankfurt).

Neben den beiden Autobahnanschlussstellen tragen in Hennef zusätzlich zwei Bundesstraßen zu einer guten Anbindung an das Fernstraßennetz bei: Zum einen die B 8 (Köln - Limburg - Frankfurt), die in südlicher Richtung parallel zur A 3 verläuft und die Stadt Hennef an den nördlichen Westerwaldkreis anbindet. Zum anderen die B 478, die in nordöstlicher Richtung von Hennef nach Waldbröl führt sowie die L 333 als wichtige Anbindung des oberen Siegtals an Hennef und die A 560.

³ Stichtag 30.06.2010; Angaben Stadt Hennef

⁴ Quelle: Bertelsmann-Stiftung, Wegweiser Kommune

Demzufolge ist eine gute verkehrliche Erreichbarkeit der Stadt Hennef gewährleistet. Umgekehrt sind aber auch die umliegenden Städte und die Oberzentren Bonn und Köln in Fahrzeiten von höchstens 30 Minuten gut zu erreichen.

Der Anschluss an das regionale Schienennetz erfolgt über den Haltepunkt Hennef (Sieg) im Stadtzentrum. Hierdurch ist die Stadt Hennef im Schienenverkehr mit dem Regionalzug RE 9 (Köln - Troisdorf - Siegburg - Hennef - Siegen) und der S 12 (Köln - Hennef) verbunden.

Unmittelbar neben dem Bahnhof befindet sich der Busbahnhof der Stadt Hennef. Hier halten die von der Rhein-Sieg-Verkehrsgesellschaft betriebenen Buslinien 510, 516, 522, 524, 525, 529, 530, 531, 532, 578 und 579.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer der Stadt Hennef liegt bei 104,2. Damit verfügt die Stadt über ein im Vergleich zum Bundesdurchschnitt überdurchschnittliches Kaufkraftniveau.

Bezogen auf die Anzahl der Geschäfte hat der Einzelhandel in der Stadt Hennef seinen räumlichen Angebotsschwerpunkt in der Innenstadt, vornehmlich entlang der Frankfurter Straße und um den Marktplatz / Adenauerplatz. In Nachbarschaft zur Innenstadt liegen fünf Einzelhandelsagglomerationen, die als Nahversorgungszentren oder Ergänzungsstandorte klassifiziert werden. Hierzu zählen folgende Standortbereiche:

- historischer Ortskern von Geistingen (Nahversorgungszentrum)
- der westliche Abschnitt der Frankfurter Straße („Westlicher Stadteingang“) zwischen Königstraße und der Autobahn (Ergänzungsstandort)
- Stoßdorf (Nahversorgungsstandort)
- Bonner Straße (Ergänzungsstandort)
- Bröltalstraße / Emil-Langen-Straße (Ergänzungsstandort)

Im Entwurf des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Hennef wird zu den o. g. Nahversorgungszentren und Ergänzungsstandorten festgehalten, dass diese Standorte aufgrund der räumlichen Distanz nicht mehr fußläufig mit der Innenstadt verbunden sind, aber eine hohe Kopplungsfunktion besitzen. So zeigen die Ergebnisse einer Kundenbefragung, dass zahlreiche Kunden ihre Pkw-bezogenen Einkäufe an diesen Standorten mit Besorgungen in der Innenstadt kombinieren.

Im weiteren Stadtgebiet hat sich nur im Stadtteil Uckerath eine nennenswerte Einzelhandelskonzentration in Form eines eigenständigen Nahversorgungszentrums herausgebildet.

2.2 Mikrostandort

Das Areal des geplanten Lebensmittel-Discountmarktes liegt an der Oberen Siegstraße in Hennef-Ost. Der Planstandort wird im Norden durch landwirtschaftliche Nutzflächen und im weiteren Verlauf durch das Siegufer begrenzt. Im Osten schließt der Untersuchungsstandort an die A 560 mit der Autobahnanschlussstelle Hennef-Ost an. Im Süden grenzt das Planareal an einen an der Bröltalstraße (B 478) gelegenen Zoofachmarkt (Fressnapf) und an eine Tankstelle. Im Westen schließt sich Wohnbebauung an. Auf dem Plangrundstück befindet sich derzeit der Bauhof der Stadt Hennef, der auf das ehemalige Breuer-Gelände an der Löhestraße verlagert werden soll.

Die verkehrliche Anbindung des Mikrostandortes erfolgt über die Obere Siegstraße. Mit dem ÖPNV ist das Areal an die das Stadtgebiet erschließenden Buslinien durch eine Bushaltestelle (Bushaltestelle Bröltalstraße mit den Linien 510, 530, 531, 532 und 578) in unmittelbarer Nachbarschaft gut angebunden.

Abbildung 2 Mikrostandort des Planvorhabens



Die Außenwirkung des Vorhabenstandortes ist als durchschnittlich zu bewerten, da die Einsehbarkeit durch den Zoofachmarkt und die Tankstelle von der Bröltalstraße aus und durch Wohnbebauung von der Oberen Siegstraße aus eingeschränkt wird. Allerdings besteht eine Sichtbeziehung zur A 560.

Im unmittelbaren Standortumfeld befindet sich auf der gegenüberliegenden Seite der Bröltalstraße mit einem Rewe:XL ein größerer Supermarkt sowie eine Filiale des Lebensmittel-Discounters Lidl. Darüber hinaus ist auf das Breuer Gartencenter hinzuweisen, das sich neben dem Supermarkt befindet. Das Standortumfeld wird somit bereits durch nahversorgungsrelevanten Einzelhandel geprägt, so dass es sich hierbei um einen etablierten (Nah-) Versorgungsstandort der Stadt Hennef handelt. Gemäß Entwurf des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Hennef liegen im gesamten Standortbereich Bröltalstraße / Emil-Langen-Straße rd. 8.000 m² Verkaufsfläche vor. Beim Standortbereich Bröltalstraße / Emil-Langen-Straße handelt es sich nicht um ein historisch gewachsenes Ortszentrum, sondern um einen Ergänzungsstandort, an dem aufgrund fehlender Entwicklungsflächen in der Innenstadt eine gezielte Ansiedlung großflächiger und größerer Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten erfolgt ist.

Vor diesem Hintergrund ist davon auszugehen, dass das Planvorhaben von der Wirkung der Magnetbetriebe und der Bekanntheit als Einzelhandelsstandort profitieren und dadurch über eine überörtliche Ausstrahlung verfügen wird. Aufgrund der Tatsache, dass der Planstandort durch die Bröltalstraße von den wesentlichen Anbietern dieses Standortbereichs (Rewe:XL, Lidl, Breuer Gartencenter) räumlich abgetrennt ist und die Einsehbarkeit des Planstandortes als nicht optimal zu bewerten ist, dürften die Agglomerationseffekte durch die Ansiedlung eines Aldi-Marktes allerdings eingeschränkt sein.

Vom zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt ist der Planstandort rund 600 Meter entfernt. Aufgrund dieser Entfernung sind keine größeren Koppelungseffekte im Rahmen des fußläufigen Einkaufs zwischen dem bestehenden Versorgungszentrum und dem Untersuchungsstandort zu erwarten.

Obwohl der hier ansässige Einzelhandel von Kunden aus den angrenzenden Wohngebieten auch fußläufig aufgesucht wird, ist der Standortbereich und damit auch das Planareal überwiegend auf Pkw-Kunden ausgerichtet. Dies ist unter anderem auch mit dem dispersen Siedlungsgefüge der Stadt Hennef zu begründen. Denn von der Einzelhandelsagglomeration werden auch Versorgungsfunktionen für die entfernter gelegenen östlichen und nördlichen Ortsteile von Hennef übernommen, die aufgrund ihres geringen Einwohnerpotenzials über keine angemessene wohnungsnah Grundversorgung verfügen werden. Die Nahversorgungsfunktion des gesamten Standortbereichs Bröltalstraße / Emil-Langen-Straße wird sich mit der fortschreitenden Aufsiedlung des Siegbogens und der Inbetriebnahme einer neuen S-Bahnhaltestelle künftig noch weiter verstärken.

Somit übernimmt der Standort Bröltalstraße / Emil-Langen-Straße ergänzende Versorgungsfunktionen für die Gesamtstadt. Gleichzeitig gewährleistet der Standort die wohnungsnah Versorgung für die umgebenden Stadtteile, insbesondere auch für das derzeit im Aufbau befindliche 13 Hektar umfassende Neubaugebiet im Bereich „Im Siegbogen“. Darüber hinaus stellt der Standortbereich Angebote des täglichen Bedarfs für die nördlich der Sieg gelegenen Stadtteile bereit. Neben zahlreichen kleinen Ortsteilen zählen hierzu die größeren Orte Allner, Altenbödingen, Bödingen, Bröl,

Greuelsiefen, Happerschoß, Heisterschoß, Lauthausen, Oberauel und Weldergoven sowie in Teilen Lichtenberg und Stadt Blankenberg.

Unter Berücksichtigung des derzeit im Ausbau befindlichen Neubaubereich „Im Siegbogen“, wobei es sich mit im Endausbau ca. 750 Wohneinheiten um den derzeit größten Neubaubereich im Rhein-Sieg-Kreis handelt, übernimmt der Standortbereich Nahversorgungsfunktionen für rd. 14.000 - 15.000 Einwohner.

Im Entwurf des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Hennef wird dem Standortbereich Bröltalstraße / Emil-Langen-Straße die **Funktion eines Ergänzungsstandortes für großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten und mit zusätzlicher Nahversorgungsfunktion** zugewiesen. Im Hinblick auf die zusätzliche Nahversorgungsfunktion ist die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittel-Discounters erklärtes Ziel des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Hennef.

Im Flächennutzungsplan (FNP) der Stadt Hennef aus dem Jahr 1992, Neuzeichnung vom 06.04.2011, wird die Art der baulichen Nutzung des Planareals als gewerbliche Baufläche dargestellt. Zur Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittel-Discountmarktes soll das Verfahren zur Änderung des Flächennutzungsplanes in ein „Sondergebiet Einzelhandel“ durchgeführt werden.

3 Projektrelevante Angebots- und Wettbewerbsstrukturen

Um Aussagen über die wettbewerblichen Rahmenbedingungen sowie mögliche durch die geplante Ansiedlung des Lebensmittel-Discountmarktes der Fa. Aldi-Süd hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen treffen zu können, ist eine Betrachtung der Angebotsstrukturen im erweiterten Umfeld des Planstandortes notwendig.

Vor diesem Hintergrund wurden alle strukturprägenden Lebensmittelmärkte in Hennef und den potenziell betroffenen Nachbarkommunen differenziert nach Standort und Verkaufsfläche (VKF) erhoben.

Hierbei ist zu beachten, dass die Wettbewerbssituation zum Planvorhaben durch größere Lebensmittelmärkte im weiteren Standortumfeld geprägt wird, während nur eingeschränkte Sortimentsüberschneidungen mit dem überwiegend kleinteiligen Fachhandel - v. a. im Rahmen der Aktionswaren - gegeben sind.

Im direkten Standortumfeld des geplanten Lebensmittel-Discountmarktes befinden sich am Ergänzungsstandort Bröltalstraße / Emil-Langen-Straße ein größerer Supermarkt mit einer Bäckerei als Konzessionär und einen integrierten Getränkemarkt (**Rewe:XL**, rd. 2.350 m² VKF) sowie ein Lebensmittel-Discountmarkt (**Lidl**, rd. 1.050 m² VKF). Diese beiden attraktiven Hauptwettbewerber mit sehr guter Außenwirkung und Verkehrsanbindung bilden zusammen mit dem Gartencenter Breuer eine Standortgemeinschaft mit großzügigem Parkplatzangebot. Weitere Einzelhandelsbetriebe (Zoofachmarkt, Reitsportgeschäft) runden das Angebot der Einzelhandelsagglomeration ab.

Die **Innenstadt von Hennef** befindet sich westlich des Planstandorts. In der Hennefer Innenstadt lässt sich die Frankfurter Straße als Hauptgeschäftsstraße identifizieren. Ausgehend von ihr verlaufen mehrere gut frequentierte Zuwegungen über den Marktplatz, über den Adenauerplatz, durch die Bahnhofspassage und die Bahnhofstraße in Richtung Heiligenstädter Platz, Bushof und Bahnhof. Gemäß Entwurf des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Hennef befinden sich innerhalb der Hennefer Innenstadt 120 Handelsgeschäfte einschließlich der einzelhandelsnahen Dienstleistungsbetriebe. Als wichtigste Magnetbetriebe sind die Anbieter HIT, Lidl, Penny, dm und Deichmann hervorzuheben. Insgesamt ist die Einzelhandelsstruktur innerhalb der Innenstadt als überwiegend kleinteilig zu bewerten. Als Hauptwettbewerber zum Planvorhaben sind ein großer Supermarkt⁵ (HIT) und zwei Lebensmittel-Discounter (Lidl und Penny) aufzuführen. Der **große Supermarkt HIT** (rd. 2.500 m² VKF mit Bäcker, Blumengeschäft, Lotto / Toto als Konzessionäre) verfügt über eine zentrale Lage innerhalb der Innenstadt. Die Einsehbarkeit von der Erschließungsstraße ist als eingeschränkt zu bewerten. Das Pkw-Stellplatzangebot ist als ausreichend einzustufen, befindet sich allerdings in einer Tiefgarage. Der **Lidl-Lebensmittel-Discountmarkt** (rd. 1.100 m² VKF) ist mit ei-

⁵ Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittel-Vollsortiment sowie Nonfood-Artikel führt. Dagegen verfügt ein Supermarkt nur über eine Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m². Vgl. EHI Retail Institute; handel aktuell; 2009 / 2010.

nem zeitgemäßen Marktauftritt in einem eingeschränkt funktional-räumlichen Zusammenhang mit den Hauptgeschäftsbereich der Innenstadt verortet, so dass die Verbundeffekte mit den weiteren Handelseinrichtungen des Zentrums als gering einzuschätzen sind. Aufgrund seiner etwas abgelegenen Lage innerhalb des Zentrums ist auch die Werbewirksamkeit als eingeschränkt zu beurteilen. Auch der **Penny-Lebensmittel-Discountmarkt** (rd. 850 m² VKF) befindet sich innerhalb der Innenstadt in einer Randlage. Allerdings sind die verkehrliche Erreichbarkeit und die Einsehbarkeit aufgrund seiner Lage an einer Haupteinfallsstraße positiver als die des Lidl-Discountmarktes zu bewerten. Als weitere größere nahversorgungsrelevanten Anbieter der Innenstadt sind die Drogeriemärkte dm und Schlecker aufzuzeigen.

Im Stadtteil Stoßdorf wird die Nahversorgung primär von einem Supermarkt und einem Lebensmittel-Discounter, die sich beide im Bereich des **Nahversorgungsstandortes Stoßdorf** am Rande eines Wohnsiedlungsbereiches befinden, übernommen. Der Supermarkt (**Edeka**, rd. 550 m² VKF), der über einen Bäcker als Konzessionär verfügt, ist an einem Standort mit geringerer Außenwirkung und eng bemessen Pkw-Stellplatzangebot ansässig. Dagegen verfügt der Lebensmittel-Discountmarkt (**Aldi**, rd. 800 m² VKF) über eine bessere Einsehbarkeit und einen zeitgemäßeren Marktauftritt. Als weiterer größerer Anbieter ist ein Fachmarkt für Heimtierbedarf (Das Futterhaus) im Standortbereich Stoßdorf ansässig.

Das **Nahversorgungszentrum Geistingen** umfasst mehrere nahversorgungsrelevante kleinteilige Einzelhandelsbetriebe und einzelhandelsnahe bzw. nahversorgungsrelevante Dienstleister. Die Betriebe liegen in den an den Geistinger Platz angrenzenden Straßenabschnitten der Geistinger Straße, der Bergstraße und der Bonner Straße. Ein Lebensmittelmarkt (Frischemarkt Wertenbruch, rd. 200 m² VKF) mit nicht mehr zeitgemäßem Marktauftritt (u. a. geringe Dimensionierung, kein zugeordneter Kundenparkplatz) ist der größte Einzelhandelsbetrieb innerhalb des Zentrums.

Im weiteren Stadtgebiet von Hennef ist im **Ergänzungsstandort Bonner Straße** südlich des Planstandorts ein weiterer größerer Supermarkt (**Rewe:XL**, rd. 2.450 m² Verkaufsfläche) mit einem Bäcker und einem Anbieter südländischer Spezialitäten als Konzessionäre sowie einem zugeordneten Getränkemarkt ansässig. Hierbei handelt es sich um einen modernisierten Supermarkt in Standortgemeinschaft mit einem Elektrowaren-Anbieter in Pkw-orientierter Lage.

Mit über 30 Betrieben in seiner Ortsmitte verfügt der **Stadtteil Uckerath** über das leistungsstärkste und quantitativ größte Nahversorgungszentrum der Stadt Hennef. Das **Nahversorgungszentrum Uckerath** befindet sich im Süden des Stadtgebiets in größerer Entfernung (rd. 9 km) zum Planstandort. Es erstreckt sich entlang der Westerwaldstraße und beginnt im Norden hinter der Einmündung der Ackerstraße und reicht in Richtung Süden bis in die kreuzungsnahen Straßenabschnitte der Raiffeisenstraße und Am Markt sowie den Pantaleon-Schmitz-Platz. Im Nahversorgungszentrum Uckerath sind mit den Lebensmittel-Discountern **Lidl** (Westerwaldstraße, rd. 1.000 m² VKF) und **Aldi** (Am Markt, ca. 800 m² VKF) sowie dem **Supermarkt Edeka** (Pantaleon-Schmitz-Platz, rd. 600 m² VKF) drei größere Lebensmittelmärkte ansässig. Als weiterer größerer

nahversorgungsrelevanter Anbieter des Zentrums ist ein Drogeriemarkt der Fa. Schlecker aufzuführen.

Das nahversorgungsbezogene Einzelhandelsangebot wird in der Stadt Hennef im Wesentlichen durch elf Lebensmittelmärkte geprägt und durch kleinere SB-Geschäfte, Getränkemarkte, Fachgeschäfte und Ladenhandwerksbetriebe ergänzt. Die gesamte **nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche** (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) beläuft sich in der Stadt Hennef auf **rd. 19.300 m²**. Der jährlicher **lebensmittel- und drogeriebezogene Gesamtumsatz** in der Stadt Hennef ist mit **rd. 81,8 Mio. €** einzuschätzen.

Aufgrund der Verteilung der größeren Lebensmittelmärkte in der Stadt Hennef und der guten verkehrlichen Verknüpfung weiter Teile des Hennefer Stadtgebietes mit Versorgungsstandorten in umliegenden Kommunen und der guten verkehrlichen Erreichbarkeit des Planstandortes werden im Folgenden auch wesentliche **Wettbewerbsstandorte außerhalb von Hennef** betrachtet. In diesem Zusammenhang sind v. a. sonstige Aldi-Standorte im weiteren Umfeld von Interesse, da davon auszugehen ist, dass das Planvorhaben insbesondere bei sonstigen Aldi-Standorten die Umlenkung von Käuferströmen in gewissem Rahmen generieren wird („Selbstkannibalisierung im Aldi-Filialnetz“).

Im Norden von Hennef sind die Stadt Siegburg sowie die Gemeinden Neunkirchen-Seelscheid und Ruppichteroth in die Betrachtung einzubeziehen.

In der **Stadt Siegburg** sind innerhalb der **Nahversorgungszentren Stallberg** und **Kaldauen** zwei nicht-großflächige Edeka-Supermärkte mit Wettbewerbsbezug zum Planvorhaben an der Stadtgrenze zu Hennef, die überwiegend Nahversorgungsfunktionen für die umliegende Bevölkerung übernehmen. Zudem sind an der Kaldauer Straße in Stallberg und an der Hauptstraße in Kaldauen zwei Schlecker Drogeriemarkte ansässig.

Zum Zeitpunkt des Markteintritts des Planvorhabens wird darüber hinaus innerhalb des Nahversorgungszentrums Stallberg ein REWE:XL Supermarkt (rd. 1.800 m² VKF) mit angeschlossenem Getränkemarkt (rd. 500 m² VKF) und Backshop / Cafe (rd. 200 m² VKF) eröffnet haben. Gleichzeitig ist davon auszugehen, dass mit Realisierung des Rewe-Standorts der heute noch an der Kaldauer Straße ansässige Edeka-Markt geschlossen werden wird.

Westlich der A 3 liegen zudem ein Kaufland SB-Warenhaus sowie die Discounter Netto und Penny noch vergleichsweise nah am Hennefer Stadtgebiet.

Die oben genannten in Siegburg ansässigen untersuchungsrelevanten Betriebe stehen aufgrund der Entfernung bzw. der eingeschränkten verkehrlichen Verknüpfung mit dem Planstandort jedoch nur in sehr eingeschränktem Wettbewerbsbezug zum Planvorhaben.

In der Gemeinde **Neunkirchen-Seelscheid** sind in den beiden ca. 6 km auseinander liegenden **Stadtteilzentren Neunkirchen** und **Seelscheid** mehrere größere Lebensmittelmärkte ansässig. Hierzu zählen in Neunkirchen v. a. ein Rewe-Supermarkt und die Lebensmittel-Discounter Aldi, Lidl und Netto sowie in Seelscheid ein Rewe-Supermarkt und die Lebensmittel-Discountmärkte Aldi, Lidl und Netto. Die Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten stehen allerdings entfernungsbedingt nur noch in einer geringen Konkurrenz zum Planvorhaben.

In der **Gemeinde Ruppichteroth** sind in der Ortsmitte die Lebensmittelmärkte Aldi, Penny, Lidl und Edeka als Wettbewerber von nur geringer Relevanz ansässig. Darüber hinaus ist im südwestlichen Gemeindegebiet noch ein Edeka-Supermarkt verortet. Da es sich hierbei um einen Vollsortimenter handelt, ist die wettbewerbliche Relevanz dieses Anbieters ebenfalls als gering zu bewerten.

Im Osten der Stadt Hennef befindet sich die **Gemeinde Eitorf**. Als Hauptwettbewerber in der **Ortsmitte von Eitorf** besteht ein Rewe:XL Supermarkt in zentraler Lage an der Poststraße. Südlich des zentralen Versorgungsbereiches ist ein Aldi-Discountmarkt ansässig. Weitere größere Lebensmittelmärkte im Gemeindegebiet sind Rewe:XL, Netto und Lidl.

Im Süden von Hennef schließt sich die **Stadt Königswinter** an. Die Wettbewerbssituation im Berg- raum der Stadt Königswinter ist durch das **Stadtteilzentrum Oberpleis** geprägt, das im Lebensmit- telsegment neben kleinteiligen Einzelhandelsangeboten einen Rewe-Markt mit benachbartem Ge- tränkemarkt (Dollendorfer Straße, rd. 1.200 m² bzw. 650 m² VKF), einen Aldi-Markt (Am Offer- mannsberg, rd. 800 m² VKF) und einen weiteren Getränkemarkt (Am Offermannsberg, rd. 250 m² VKF) aufweist.

Hinzu kommt voraussichtlich ein weiterer Edeka-Supermarkt mit ca. 1.500 m² Verkaufsfläche, der im Standortverbund mit dem Aldi-Discountmarkt im Bereich „Am Offermannsberg“ realisiert werden soll. Diese neue Filiale soll einen kleineren Markt dieses Betreibers ersetzen, der bis 2009 auf ei- nem Nachbargrundstück betrieben wurde.

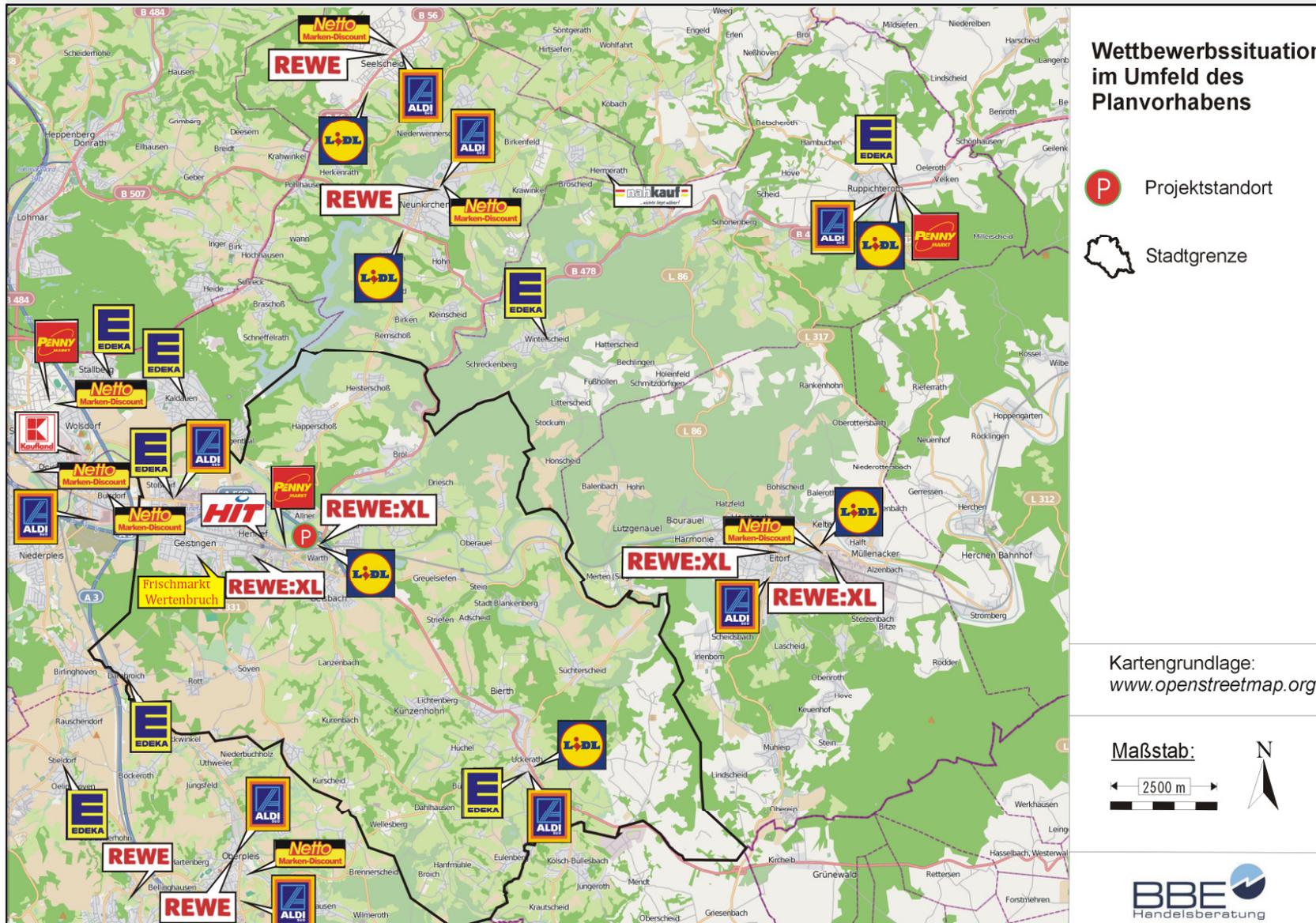
Außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches sind ein Aldi-Markt (Königswinterer Straße, rd. 799 m² VKF) und ein Netto-Markt (Herresbacher Straße, rd. 700 m² VKF) ansässig.

Für den Aldi-Markt an der Königswinterer Straße ist eine hohe Versorgungsbedeutung für die Stadt- bereiche Eudenbach, Ittenbach, Thomasberg und den südlichen Stadtbereich Oberpleis zu un- terstellen, während das Kerneinzugsgebiet der Filiale im Zentrum stärker auf den nördlich gelege- nen Stadtbereich Oberpleis und die angrenzenden Ortsteile von Hennef ausgerichtet sein wird.

Im Drogeriesegment weist das Stadtteilzentrum Oberpleis einen neu angesiedelten Rossmann- Markt (An der alten Schule, rd. 600 m² VKF), einen Schlecker-Markt (An der alten Schule, rd. 350 m² VKF) sowie die Parfümerie Rüdell (Dollendorfer Straße, rd. 130 m² VKF) auf.

Im Westen von Hennef sind in der **Stadt St. Augustin**, Stadtteil Buisdorf, unmittelbar an der Grenze zu Hennef zwei Lebensmittel-Discountmärkte (Aldi und Netto) ansässig.

Im **Nahversorgungszentrum Niederpleis** sind einzelne projektrelevante Einzelhandelsbetriebe ansässig, die eine geringe Verkaufsfläche aufweisen.



4 Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial

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

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung im geplanten Sortimentsbereich
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand⁶
- die projektrelevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Anbieter im engeren und weiteren Standortumfeld
- die Attraktivität des Projektvorhabens, die u. a. durch die Dimensionierung, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Betreibers bestimmt wird
- die Qualität des Projektstandortes, die u. a. die verkehrliche Erreichbarkeit, die Lage zu Siedlungsschwerpunkten sowie vorhandene Agglomerationseffekte umfasst
- Barrierewirkungen ausgehend von z. B. topographischen oder baulichen Gegebenheiten
- traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung
- die zentralörtliche Funktion des Stadtteils.

Neben der begrenzten Ausstrahlung von nahversorgungsorientierten Angeboten eines Lebensmittelmarktes wird die Ausdehnung des Einzugsgebietes maßgeblich durch die Wettbewerbsstrukturen im räumlichen Umfeld beeinflusst. Von besonderer Bedeutung ist hierbei der Faktor der Eigenkonkurrenz im Aldi-Filialnetz. In diesem Zusammenhang sind insbesondere die Aldi-Märkte in Stoßdorf und Uckerath, aber auch in angrenzenden Städten und Gemeinden zu nennen, deren Ausstrahlung begrenzend auf das Einzugsgebiet des projektierten Aldi-Marktes in der Oberen Siegestraße einwirkt.

Unter Berücksichtigung der genannten Aspekte ist davon auszugehen, dass das Einzugsgebiet des Einzelhandelsvorhabens an der Oberen Siegestraße in Hennef-Ost im Wesentlichen den im Entwurf des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Hennef dem Ergänzungsstandort Bröitalstraße / Emil-Langen-Straße funktional zugewiesenen Versorgungsbereich umfasst. Somit wird in der vorliegenden Auswirkungsanalyse nicht davon ausgegangen, dass die Ansiedlung eines Lebensmittel-Discountmarktes am Planstandort in der vorgegebenen Größenordnung von rd. 1.100 m² Verkaufs-

⁶ 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).

fläche höhere Umsatzanteile mit Kunden von außerhalb dieses Verflechtungsbereichs erschließen wird.

Demzufolge umfasst das **Einzugsgebiet des Planvorhabens** die umgebenden sowie die nördlich der Sieg gelegenen Stadtteile. Neben zahlreichen kleinen Ortsteilen zählen hierzu die größeren Orte Allner, Altenbödingen, Bödingen, Bröl, Greuelsiefen, Happerschoß, Heisterschoß, Lauthausen, Oberauel und Weldergoven sowie in Teilen Lichtenberg und Stadt Blankenberg.

Unter Berücksichtigung des derzeit im Ausbau befindlichen Neubaubereichs „Im Siegbogen“ umfasst das Einzugsgebiet des Planvorhabens ein Bevölkerungspotenzial von **ca. 14.000 - 15.000 Einwohner**. Darüber hinaus reichende Einkaufsbeziehungen sind als „Streuumsätze“ zu quantifizieren.

Nach den Zahlen der BBE-Marktforschung steht im Einzugsgebiet in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren ein **Nachfragevolumen in Höhe von rd. 32,8 - 35,2 Mio. € im Jahr** zur Verfügung. Dieses Kaufkraftvolumen errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet (rd. 14.000 - 15.000 Einwohner) mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag. Die Pro-Kopf-Ausgaben betragen in Hennef in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten für das Jahr 2010 insgesamt rd. 2.345 €.

5 Umsatzerwartung und Kaufkraftbindung

Unter Berücksichtigung der vorhandenen Wettbewerbsstrukturen im Untersuchungsgebiet sowie der marktüblichen Attraktivität des Planvorhabens wird im Rahmen einer Modellrechnung die zu erwartende Umsatzleistung für den geplanten Lebensmittel-Discounter mit rd. 1.100 m² Verkaufsfläche innerhalb des Einzugsgebietes ermittelt.

Für den geplanten Aldi-Markt wird eine maximale Raumleistung von ca. 8.060 € je m² Verkaufsfläche und ein **Umsatz von ca. 8,9 Mio. €** prognostiziert. Dieser Prognosewert bewegt sich auf dem Niveau der durchschnittlichen Raumleistung einer Aldi-Süd-Filiale.⁷ Aus marktwirtschaftlichen Gründen ist dies als „Worst Case“ zu bewerten, da das Nachfragepotenzial für den geplanten Discountmarkt aufgrund starker Wettbewerbsstandorte und der nicht optimalen Standortrahmenbedingungen räumlich begrenzt ist. Auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) entfallen ca. 8,0 Mio. € und auf die Nonfood-Sortimente ca. 0,9 Mio. €. Bei den Nonfood-Sortimenten handelt es sich vornehmlich um die wöchentlich wechselnde Aktionsware.

Abbildung 4 Umsatzerwartung des Planvorhabens

Sortimente	Umsatzerwartung in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	6,9
Drogeriewaren	1,1
nahversorgungsrelevante Sortimente	8,0
sonstige Sortimente	0,9
Summe	8,9

Quelle: Eigene Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

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

⁷ Vgl. EHI Retail Institute; handel aktuell; 2009 / 2010

- Haushaltswaren
- Spielwaren und Sportartikel
- Elektrogeräte und Unterhaltungselektronik
- Heimwerker- / Gartenbedarf

Nach gutachterlichen Berechnungen auf Basis von Branchenveröffentlichungen und Ergebnissen der BBE-Marktforschung stellt das Textilsortiment unter den Nonfood-Artikeln von Lebensmittel-Discountmärkten das umsatzstärkste Teilsortiment dar. Im Durchschnitt über alle Discountmärkte entfallen 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. Vor diesem Hintergrund werden in der weiteren Untersuchung ausschließlich die nahversorgungsrelevanten Sortimente einer genaueren Betrachtung unterzogen.

Für das Planvorhaben ist davon auszugehen, dass etwa 80 % des nahversorgungsrelevanten Umsatzes (rd. 6,4 Mio. €) mit Kunden aus dem Einzugsgebiet erzielt werden, ca. 20 % des Umsatzes (rd. 1,6 Mio. €) werden aufgrund der guten Verkehrsanbindung und des großen Bekanntheitsgrads des Standortbereichs als Nahversorgungsstandort aus weiteren Stadtteilen von Hennef und dem Umland als Streuumsätze zufließen.

Abbildung 5 Erwartete Kundenstruktur und Kaufkraftbindung des Planvorhabens in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten

Kundenherkunft	erwartete Kundenanteile in %	erwartete Umsatzanteile in Mio. €	Kaufkraftpotenzial in Mio. €	erwartete Kaufkraftbindung in %
Einzugsgebiet	80	6,4	32,8 - 35,2	18 - 20
Streuumsätze	20	1,6	--	--
Summe	100	8,0	--	--

Quelle: eigene Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

Von dem in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Droge- und Drogewaren verfügbaren Kaufkraftpotenzial (rd. 32,8 - 35,2 Mio. €) im Einzugsgebiet wird das Planvorhaben rd. 18 - 20 % (rd. 6,4 Mio. €) binden können. Damit wird die **nahversorgungsbezogene Bedeutung des Untersuchungsvorhabens** deutlich. Der Aldi-Markt dient somit vor allem der Versorgung der im Einzugsgebiet ansässigen Bevölkerung. Zusammen mit den benachbarten Le-

bensmittelmärkten (Rewe:XL und Lidl) würde das Untersuchungsobjekt demnach einen bedeutenden Nahversorgungsstandort innerhalb der Stadt Hennef darstellen.

6 Umsatzverlagerungseffekte

Im vorherigen Abschnitt wurde die Abschöpfungsquote des Planvorhabens im relevanten Teilraum des Hennefer Stadtgebietes ermittelt und somit dargelegt, welche Versorgungsbedeutung der Aldi-Markt nach seiner Errichtung übernehmen kann.

Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind jedoch die durch die Planmaßnahme induzierten Umverteilungseffekte für die ansässigen Betriebe 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 Wettbewerbern / Wettbewerbsstandorten umverteilt wird.⁸

Im Falle der Ansiedlung eines Aldi-Marktes am Planstandort ist ein Umsatz in Höhe von max. 8,9 Mio. € zu prognostizieren. Davon wird der Großteil (rd. 8,0 Mio. €) auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente entfallen, die sonstigen Sortimente (Aktionswaren) werden voraussichtlich rd. 0,9 Mio. € erzielen.

Bei der Einschätzung der zu erwartenden Umsatzverlagerungseffekte gehen die Gutachter von folgenden Annahmen aus:

- 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 geplanten Aldi-Marktes in erster Linie discountorientierte Lebensmittelanbieter anzusehen sind.
- Mit zunehmender Entfernung des Projektstandortes nimmt die Stärke der Umsatzverlagerungseffekte ab. Dies bedeutet, dass Einzelhandelsbetriebe im näheren Umfeld des Projektstandortes stärker von Umsatzverlagerungen betroffen sind als weiter entfernt gelegene Einzelhandelsbetriebe.
- Dieser Annahme liegt 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.
- So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs wie - z. B. Lebensmittel und Drogeriewaren - aufgrund des relativ niedrigen Warenwertes sowie der relativ hohen Einkaufsfre-

⁸ Dabei werden „Worst Case-Annahmen“ u. a. hinsichtlich der Auswirkungen für städtebaulich integrierte Wettbewerber (zentrale Versorgungsbereiche / wohnungsnah Standorte) getroffen.

quenz eine hohe Zeitdistanzempfindlichkeit auf. Die Folge hiervon ist, dass bereits nach relativ geringer Zeitdistanz die Nachfrage nach diesen Gütern deutlich abnimmt.

- Vor diesem Hintergrund wird davon ausgegangen, dass das Planvorhaben den Großteil seines Umsatzes in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten durch Umsatzzumlenkungen von Wettbewerbern innerhalb der Stadt Hennef generieren wird.

Die vorstehenden Annahmen haben im Hinblick auf die durch die geplante Ansiedlung zu erwartenden Umsatzverlagerungen folgende Konsequenzen:

Das Planobjekt wird mit max. 7,7 Mio. € den Großteil des Planumsatzes in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten durch Umsatzzumlenkungen innerhalb der Stadt Hennef generieren. Dies entspricht einer Umsatzreduzierung bei den untersuchungsrelevanten Anbietern in der Stadt Hennef in Höhe von max. 9 - 10 %, die primär zu Lasten der großen Lebensmittelanbieter der Stadt Hennef gehen wird. Bei Betrieben in den **zentralen Versorgungsbereichen** ist eine Umsatzzumverteilungsquote von insgesamt max. 7 % des derzeitigen Umsatzes (rd. 3,3 Mio. €) zu erwarten. Den größten Wettbewerbswirkungen wird aufgrund der räumlichen Nähe zum Planvorhaben der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt mit einer Umsatzzumverteilung von max. 8 % des derzeitigen Umsatzes (rd. 2,4 Mio. €) ausgesetzt sein. Somit wird zwar eine Wettbewerbsverschärfung eintreten, die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches erscheint jedoch aufgrund der Leistungsfähigkeit der hier ansässigen Betriebe nicht gefährdet. Bei den übrigen Zentren von Hennef werden aufgrund geringerer Angebotsüberschneidungen oder einer größeren Entfernung deutlich geringere Umsatzzumlenkungen ausgelöst.

Bei Lebensmittelmärkten in den **sonstigen Lagen von Hennef** liegen die Umsatzzumverteilungseffekte bei max. 12 - 13 % des derzeitigen Lebensmittelumsatzes (rd. 4,4 Mio. €). Hiervon werden in besonderem Maße die in direkter Nachbarschaft am Ergänzungsstandort Bröltalstraße / Emil-Langen-Straße ansässigen Hauptwettbewerber Rewe:XL und Lidl betroffen sein. Größere Umsatzzumverteilungseffekte sind aufgrund vergleichbarer Angebotsstrukturen zudem am Nahversorgungsstandort Stoßdorf zu erwarten.

Darüber hinaus wird ein geringerer Umsatzanteil (max. 0,3 Mio. € des gesamten Planumsatzes) durch Umsatzzumverteilung gegenüber Wettbewerbern außerhalb des Hennefer Stadtgebiets generiert. Es ist davon auszugehen, dass diese Umsatzzumverteilungseffekte insbesondere zu Lasten einer größeren Zahl von Lebensmitteldiscountmärkten im Umland von Hennef gehen werden.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass aufgrund der Höhe der prognostizierten Umverteilungseffekte keiner der tangierten Wettbewerber in seiner wirtschaftlichen Tragfähigkeit gefährdet würde.

Abbildung 6 Umverteilungseffekte des geplanten Lebensmittel-Discounters

Standort / Lage	derzeitiger Umsatz (Nahversorgung)*	Umsatzverlagerung im nahversorgungsrelevanten Sortiment	
	in Mio. €	in Mio. €	in %
Zentrale Versorgungsbereiche (ZVB) der Stadt Hennef, davon	46,6	3,3	7
■ ZVB Innenstadt	29,4	2,4	8
■ ZVB Geistingen	1,7	0,1	5
■ ZVB Uckerath	15,5	0,8	5
sonstige Standorte in der Stadt Hennef	35,2	4,4	12 - 13
Stadt Hennef gesamt	81,8	7,7	9 - 10
diffuse Umverteilung	--	0,3	--
Umverteilungseffekte gesamt	--	8,0	--

* derzeitiger Umsatz der strukturprägenden Wettbewerber im nahversorgungsrelevanten Sortiment
 Quelle: eigene Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

7 Städtebauliche Auswirkungen des Planvorhabens

7.1 Auswirkungen des Planvorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung

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

Für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt oder die Nahversorgung in Wohngebieten nachteilig beeinflusst werden. Diese nachteiligen Auswirkungen wären zu unterstellen, wenn infolge der geplanten Aldi-Ansiedlung solche Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können. Die Entwicklungsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen wäre dann beeinträchtigt, wenn bei Realisierung des Discountmarktes die Chancen bestehender Betriebe zur Anpassung an Marktentwicklungen oder Zutrittschancen von Betrieben mit vergleichbarer Sortimentsausrichtung innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche eingeschränkt würde.

Die BBE Handelsberatung vertritt vor dem Hintergrund der Prognoseergebnisse somit die gutachterliche Einschätzung, dass durch die Ansiedlung des geplanten Lebensmittel-Discountmarktes am Standort Obere Siegstraße in Hennef-Ost keine nachteiligen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung in der Stadt Hennef sowie in umliegenden Städten und Gemeinden zu erwarten sind.

Folgende Gründe sprechen zusammenfassend für diese Einschätzung:

- Für den geplanten Aldi-Markt ist ein maximaler Umsatz von rd. 8,9 Mio. € zu prognostizieren. Auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) entfallen ca. 8,0 Mio. € und auf die Nonfood-Sortimente ca. 0,9 Mio. €. Bei den Nonfood-Sortimenten handelt es sich vornehmlich um die wöchentlich wechselnde Aktionsware.
- Mögliche durch das gesamte Vorhaben hervorgerufene Umsatzzumlenkungen würden sich selbst im unterstellten "Worst Case-Szenario" in keiner Größenordnung bewegen, die für die potenziell betroffenen Wettbewerber existenzbedrohend würden.
- Innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Hennef dürften die stärksten Umsatzzumlenkungen in der Innenstadt auftreten, was hier zu einer spürbaren Wettbewerbsverschärfung führen wird. Unter Berücksichtigung der Leistungsfähigkeit, der Lage, der Be-

triebstypen und der Versorgungsbedeutung der hier ansässigen Märkte sind die zu erwartenden Umsatzverluste allerdings als betriebswirtschaftlich kompensierbar zu bewerten. Somit ist nicht davon auszugehen, dass durch das Planvorhaben die Funktionsfähigkeit dieses zentralen Versorgungsbereiches nachteilig beeinflusst wird. Bei den übrigen Zentren von Hennef (Nahversorgungszentrum Geistingen, Nahversorgungszentrum Uckerath) werden aufgrund geringerer Angebotsüberschneidungen oder einer größeren Entfernung deutlich geringere Umsatzzumlenkungen ausgelöst, so dass auch diese zentralen Versorgungsbereiche nicht nachteilig durch das Planvorhaben beeinflusst werden.

- Durch das Hinzutreten eines Aldi-Marktes am Ergänzungsstandort Bröltalstraße / Emil-Langen-Straße wird das nahversorgungsrelevante Angebot an einem Standort außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches weiter ausgebaut. Aufgrund der Tatsache, dass der Planstandort durch die Bröltalstraße von den wesentlichen Anbietern dieses Standortbereichs (Rewe:XL, Lidl, Breuer Gartencenter) räumlich abgetrennt ist und die Einsehbarkeit des Planstandortes als nicht optimal zu bewerten ist, dürften die Agglomerationseffekte durch die Ansiedlung eines Aldi-Marktes allerdings eingeschränkt sein. Auch in der Gesamtbetrachtung, d. h. unter Berücksichtigung aller nahversorgungsrelevanten Betriebe am Ergänzungsstandort Bröltalstraße / Emil-Langen-Straße ist insgesamt keine städtebaulich beachtliche Schädigung der Funktionsfähigkeit eines zentralen Versorgungsbereichs in Hennef oder in einer anderen Gemeinde zu erwarten.
- Die Umsatzzumverteilungseffekte an sonstigen Lagen der Stadt Hennef bewegen sich ebenfalls in einer Größenordnung, die von den hier ansässigen als leistungsstark zu bewertenden Wettbewerbern aufgefangen werden kann. Zudem ist in der Bewertung zu berücksichtigen, dass sich die von Umsatzzumverteilungseffekten besonders betroffenen größeren Lebensmittelmärkte außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen in Pkw-orientierten Standortlagen befinden. Die prognostizierten Effekte sind somit ausschließlich wettbewerblicher Natur.
- Für die sonstigen Sortimente / Non-Food-Sortimente, mit denen ein Umsatz von insgesamt rd. 0,9 Mio. € realisiert würde, ist davon auszugehen, dass die entsprechende Kaufkraft derzeitig bereits überwiegend von Lebensmittel-Discountmärkten - gebunden wird. Somit kann unterstellt werden, dass die durch die Non-Food-Sortimente hervorgerufenen Umsatzverlagerungen in erster Linie Betriebe der gleichen Betriebsform betreffen werden.
- Sonstige Einzelhandelsbetriebe wären zwar auch von punktuellen Umsatzzumverteilungseffekte tangiert; diese würden aber so gering ausfallen, dass sie sich unterhalb der wissenschaftlich begründbaren Nachweisbarkeitsschwelle bewegen.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass aufgrund der Höhe der prognostizierten Umverteilungseffekte keine Gefährdung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit der im Untersuchungsraum ansässigen Wettbewerber zu erwarten ist. Vielmehr wird die geplante Ansiedlung des Aldi-Marktes zu einer Erhö-

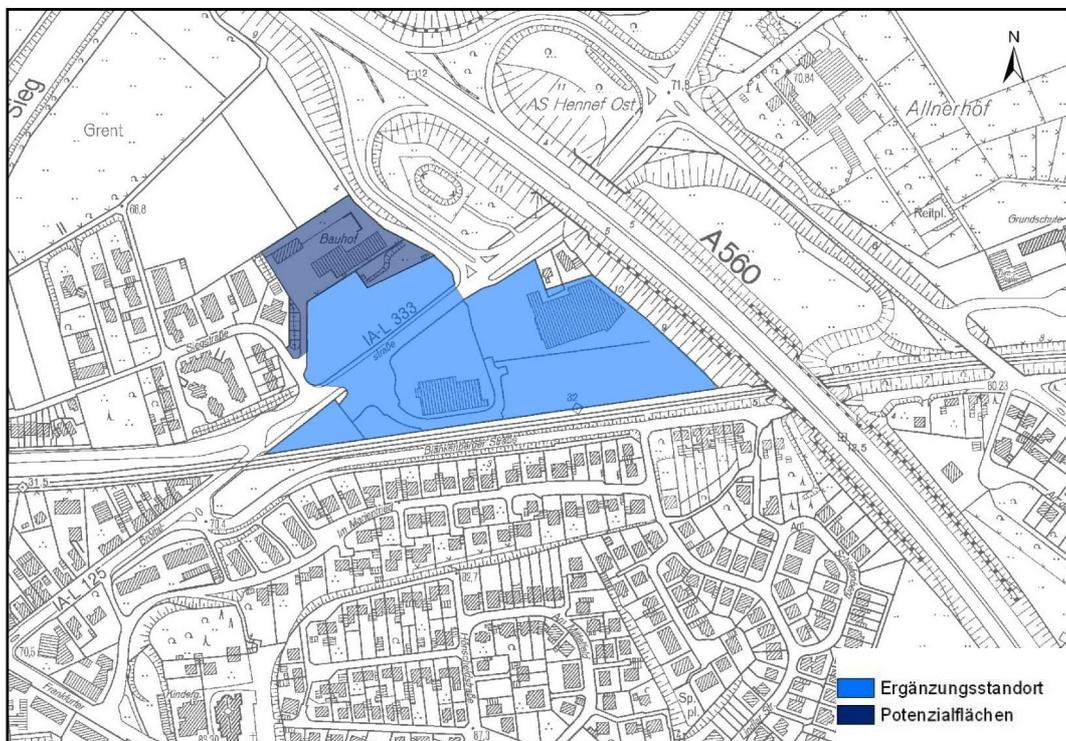
hung der Kaufkraftbindung und der Nahversorgungsfunktionen im Einzugsgebiet des Planvorhabens, d. h. in dem Ergänzungsstandort funktional zugewiesenen Versorgungsbereich beitragen.

7.2 Einordnung in den Entwurf des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Hennef

Die Stadt Hennef arbeitet mit der vorliegenden Entwurfsfassung des Einzelhandelskonzeptes zurzeit an einem Instrument, das Orientierungs- und Beurteilungsgrundlage für die Bauleitplanung und die Beurteilung von Vorhaben ist. Das festgelegte Zentrensystem soll es der Stadt Hennef ermöglichen, bei Fragen der baurechtlichen Genehmigung von Einzelhandel städtebaulich steuernd zu wirken.

Gemäß Entwurfsfassung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Hennef befindet sich das Planareal außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs innerhalb des Ergänzungsstandortes Bröltalstraße / Emil-Langen-Straße. Im Entwurf des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Hennef wird dem Standortbereich Bröltalstraße / Emil-Langen-Straße die **Funktion eines Ergänzungsstandortes für großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten und mit zusätzlicher Nahversorgungsfunktion** zugewiesen. Im Hinblick auf die zusätzliche Nahversorgungsfunktion ist die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittel-Discounters erklärtes Ziel des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Hennef, so dass das Planvorhaben mit den Zielen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Hennef kompatibel ist.

Abbildung 7 Ergänzungsstandort Bröltalstraße / Emil-Langen-Straße



Quelle: Entwurf des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Hennef

Zudem konnte im Rahmen der Wirkungsanalyse dargelegt werden, dass im Realisierungsfall des Planvorhabens keine negativen städtebaulich relevanten Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und sonstige für die Versorgung der Bevölkerung wichtige Angebotsstandorte der Stadt Hennef zu erwarten sind.

8 Gutachterliche Bewertung der Ansiedlung eines Lebensmittel-Discountmarktes mit rd. 799 m² Verkaufsfläche

Da die Änderung des Flächennutzungsplanes noch nicht erfolgt ist, ist am Planstandort zunächst die Errichtung einer Aldi-Filiale mit einer Verkaufsfläche von rd. 799 m² geplant. Im Falle einer erfolgreichen Änderung des Flächennutzungsplanes soll dieser Markt der Fa. Aldi-Süd in einem nächsten Schritt auf rd. 1.100 m² Verkaufsfläche erweitert werden. Ergänzend zu den bisher getroffenen Aussagen werden im Folgenden Aussagen zu den voraussichtlichen Auswirkungen dieser ersten und kleineren Planstufe getroffen.

Einzugsgebiet

Es ist davon auszugehen, dass das Einzugsgebiet des Lebensmittel-Discountmarktes mit max. 799 m² Verkaufsfläche mit dem der „Worst-Case-Variante“ mit einer Verkaufsfläche von max. 1.100 m² übereinstimmen wird. Demzufolge wird auch ein kleinerer Lebensmittel-Discounter am Planstandort im Wesentlichen Versorgungsfunktionen für die umgebenden sowie die nördlich der Sieg gelegenen Stadtteile übernehmen. Unter Berücksichtigung des derzeit im Ausbau befindlichen Neubaubereichs „Im Siegbogen“ beträgt das Einzugsgebiet des Planvorhabens ca. 14.000 - 15.000 Einwohner. Darüber hinaus reichende Einkaufsbeziehungen sind als „Streuumsätze“ zu quantifizieren. Das im Einzugsgebiet vorliegenden Nachfragevolumen in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren beläuft sich auf rd. 32,8 - 35,2 Mio. € im Jahr.

Umsatzerwartung und Städtebauliche Auswirkungen des Planvorhabens

Für den geplanten Aldi-Markt mit max. 799 m² Verkaufsfläche kann ebenfalls eine maximale Raumleistung von ca. 8.060 € je m² Verkaufsfläche angesetzt werden, die sich auf dem Niveau der durchschnittlichen Raumleistung einer Aldi-Süd-Filiale bewegt.⁹ Somit ist eine Umsatzleistung von rd. 6,4 Mio. € zu erwarten. Auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) entfallen ca. 5,8 Mio. € und auf die Nonfood-Sortimente ca. 0,6 Mio. €.

⁹ Vgl. EHI Retail Institute; handel aktuell; 2009 / 2010

Abbildung 8 Umsatzerwartung des Planvorhabens mit rd. 799 m² VKF

Sortimente	Umsatzerwartung in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	5,1
Drogeriewaren	0,7
nahversorgungsrelevante Sortimente	5,8
sonstige Sortimente	0,6
Summe	6,4

Quelle: Eigene Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

Auch bei der Ansiedlung eines Lebensmittel-Discountmarktes mit max. 799 m² Verkaufsfläche ist davon auszugehen, dass mit 80 % der Großteil des nahversorgungsrelevanten Umsatzes (rd. 4,6 Mio. €) mit Kunden aus dem Einzugsgebiet erzielt werden. Dies entspricht einer Kaufkraftbindung von rd. 13 - 14 % im Einzugsgebiet.

Abbildung 9 Erwartete Kundenstruktur und Kaufkraftbindung des Planvorhabens mit rd. 799 m² VKF in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten

Kundenherkunft	erwartete Kunden- anteile in %	erwartete Umsatz- anteile in Mio. €	Kaufkraft- potenzial in Mio. €	erwartete Kaufkraft- bindung in %
Einzugsgebiet	80	4,6	32,8 - 35,2	13 - 14
Streuumsätze	20	1,2	--	--
Summe	100	5,8	--	--

Quelle: eigene Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

Umsatzumverteilungseffekte und Städtebauliche Auswirkungen

Aufgrund einer geringeren Umsatzleistung eines Lebensmittel-Discountmarktes mit rd. 799 m² Verkaufsfläche sind entsprechend geringere Umsatzumverteilungseffekte als bei der großen Planvariante mit rd. 1.100 m² Verkaufsfläche zu erwarten.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass aufgrund der Höhe der prognostizierten Umverteilungseffekte auch beim projektierten Lebensmittel-Discountmarkt mit rd. 799 m² Verkaufsfläche keine Gefährdung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit ansässiger Wettbewerber zu erwarten ist.

Die BBE Handelsberatung GmbH kann somit auch für die erste und kleinere Planstufe die gutachterliche Einschätzung vertreten, dass durch die Ansiedlung des geplanten Lebensmittel-

Discountmarktes mit max. 799 m² Verkaufsfläche am Standort Obere Siegstraße in Hennef keine nachteiligen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung in der Stadt Hennef sowie in umliegenden Städten und Gemeinden zu erwarten sind.

Wie bereits aufgezeigt, wird dem Standortbereich Bröltalstraße / Emil-Langen-Straße, in dem sich das Planareal befindet, im Entwurf des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Hennef die Funktion eines Ergänzungsstandortes für großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten und mit zusätzlicher Nahversorgungsfunktion zugewiesen. Somit ist auch das kleiner dimensionierte Planvorhaben mit den Zielen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Hennef kompatibel.

Abbildung 10 Umverteilungseffekte des geplanten Lebensmittel-Discounters mit rd. 799 m² VKF

Standort / Lage	derzeitiger Umsatz (Nahversorgung)*	Umsatzverlagerung im nahversorgungsrelevanten Sortiment	
	in Mio. €	in Mio. €	in %
ZVB der Stadt Hennef, davon	46,6	2,4	5
■ ZVB Innenstadt	29,4	1,8	6
■ ZVB Geistingen	1,7	0,1	3
■ ZVB Uckerath	15,5	0,5	3
sonstige Standorte in der Stadt Hennef	35,2	3,2	9
Stadt Hennef gesamt	81,8	5,6	7
diffuse Umverteilung	--	0,2	--
Umverteilungseffekte gesamt	--	5,8	--

* derzeitiger Umsatz der strukturprägenden Wettbewerber im nahversorgungsrelevanten Sortiment
 Quelle: eigene Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

Da es sich bei dem projektierten Aldi-Markt mit rd. 799 m² Verkaufsfläche um keinen großflächigen Einzelhandelsbetrieb handelt, muss kein Verfahren zur Änderung des Flächennutzungsplanes in ein „Sondergebiet Einzelhandel“ durchgeführt werden.

9 Fazit

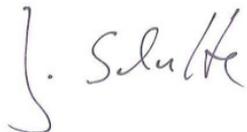
- Am Standort Hennef-Ost, Obere Siegstraße 80, ist auf einem städtischen Grundstück, das heute durch einen Baubetriebshof genutzt wird, die Errichtung eines Lebensmittel-Discountmarktes der Fa. Aldi-Süd mit rd. 1.100 m² Verkaufsfläche geplant. Gegebenenfalls soll die projektierte Aldi-Filiale am Planstandort auch nur über eine Verkaufsfläche von maximal 799 m² verfügen und demnach keinen großflächigen Einzelhandelsbetrieb darstellen. Die Ansiedlung des großflächigen Lebensmittelmarktes (Lebensmittel-Discounter mit rd. 1.100 m² Verkaufsfläche) wird im Rahmen der vorliegenden Wirkungsanalyse als „Worst Case-Variante“ angesehen.
- Im Flächennutzungsplan der Stadt Hennef aus dem Jahr 1992, Neuzeichnung vom 06.04.2011, wird die Art der baulichen Nutzung des Planareals als gewerbliche Baufläche dargestellt. Zur Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittel-Discountmarktes soll das Verfahren zur Änderung des Flächennutzungsplanes in ein „Sondergebiet Einzelhandel“ durchgeführt werden.
- Der Untersuchungsstandort liegt im Standortbereich Bröltalstraße / Emil-Langen-Straße. Im Entwurf des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Hennef wird dem Standortbereich Bröltalstraße / Emil-Langen-Straße die Funktion eines Ergänzungsstandortes für großflächigen Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten und mit zusätzlicher Nahversorgungsfunktion zugewiesen. Im Hinblick auf die zusätzliche Nahversorgungsfunktion ist die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittel-Discounters erklärtes Ziel des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Hennef, so dass das Planvorhaben mit den Zielen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Hennef kompatibel ist.
- Das Einzugsgebiet ist identisch mit dem im Entwurf des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Hennef dem Ergänzungsstandort Bröltalstraße / Emil-Langen-Straße funktional zugewiesenen Versorgungsbereich. Demzufolge umfasst das Einzugsgebiet des Planvorhabens die umgebenden sowie die nördlich der Sieg gelegenen Stadtteile. Unter Berücksichtigung des derzeit im Ausbau befindlichen Neubaubereichs „Im Siegbogen“ umfasst das Einzugsgebiet des Planvorhabens ca. 14.000 - 15.000 Einwohner, die in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren über ein Nachfragevolumen in Höhe von rd. 32,8 - 35,2 Mio. € im Jahr verfügen.
- Für den geplanten Aldi-Markt mit max. 1.100 m² Verkaufsfläche wird eine durchschnittliche Raumleistung von max. 8.060 € je m² Verkaufsfläche und ein Umsatz von max. 8,9 Mio. € angesetzt. Auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) entfallen rd. 8,0 Mio. € und auf Nonfood-Sortimente rd. 0,9 Mio. €. Bei den Nonfood-Sortimenten handelt es sich vornehmlich um die wöchentlich wechselnden Aktionswa-

ren. Der Großteil des Umsatzes (rd. 80 %) wird mit Kunden aus dem prospektiven Einzugsgebietes generiert.

- Der prognostizierte Umsatz wird in erster Linie zu Lasten systemgleicher Wettbewerber umverteilt, die sich in der Stadt Hennef befinden. Die Ansiedlung des Aldi-Marktes wird keine nachteiligen städtebaulichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung in Hennef hervorrufen. Strukturgefährdungen in Nachbargemeinden können aufgrund der Größe des Einzugsgebietes ebenfalls ausgeschlossen werden, so dass von dem Ansiedlungsvorhaben am Standort Hennef-Ost, Obere Siegstraße, keine nachteiligen städtebaulichen Auswirkungen ausgehen werden.
- Aufgrund der zu erwartenden Kaufkraftabschöpfung wird mit der Ansiedlung des projektierten Lebensmittel-Discountmarktes auch die Entwicklungsfähigkeit der Versorgungszentren in Hennef und im Umland nicht wesentlich eingeschränkt, da das Planvorhaben den zugewiesenen Verflechtungsbereich des Ergänzungsstandortes Bröltalstraße / Emil-Langen-Straße nicht in größerem Maße überschreitet. Die Ansiedlung ist als Weiterentwicklung des Ergänzungsstandortes Bröltalstraße / Emil-Langen-Straße zu bewerten.

Köln, im Juli 2011

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Joachim Schulte



i. V. Rainer Schmidt-Illguth

ANHANG

Definitionen verschiedener Lebensmittel-Vertriebsformen:

Lebensmittel-Discountmarkt

- Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 400 und 1.200 m² Verkaufsfläche.
- Ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl (ca. 700 bei Harddiscountern bis 1.400 bei Markendiscountern), Nonfood-Umsatzanteil ca. 10 - 13 %.
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment (ergänzt um Getränke)
- In den letzten Jahren kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch).
- Ohne Bedienungsabteilungen und weiteren Dienstleistungen, preisaggressiv, werbeintensiv.
- In der Regel sehr nüchterne Warenpräsentation, vereinzelt werden einzelne Warengruppen wertiger präsentiert (z.B. Drogerieartikel).
- So genannte Markendiscouter verfolgen dieses Konzept weniger strikt (Konzept ähnelt eher Supermärkten).

SB-Markt

- „Kleiner Supermarkt“ mit bis zu 400 m² Verkaufsfläche
- Eingeschränktes Sortiment
- In kleinen Orten anzutreffen, in denen häufig aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein Supermarkt oder Discounter rentabel ist.

Supermarkt

- ca. 400 bis 3.000 m² Verkaufsfläche.
- Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, ab 800 m² Verkaufsfläche bereits höherer Non-food-Anteil: Umsatzanteil ca. 10 - 15 %, Flächenanteil ca. 20 - 30 %.
- Standorte vor allem in Wohngebieten und verkehrsgünstigen Lagen.
- Hohe Kompetenz im Frische-Bereich.

Verbrauchermarkt

- Verkaufsfläche über 2.500 bis 5.000 m².
- Breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche stark ansteigender Flächenanteil an Nonfood-Abteilungen (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz- und mittelfristigen Bedarfs), Nonfood-Umsatzanteil ca. 20 - 40 %, Nonfood-Flächenanteil ca. 30 - 60 %.
- Häufig Autokundenorientierter Standort.

SB-Warenhaus

- Verkaufsfläche über 5.000 m².
- neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i. d. R. über 50 %) umfangreiche Nonfood-Abteilungen: Nonfood-Umsatzanteil ca. 35 - 50 %, Nonfood-Flächenanteil ca. 60 - 75 %.
- Ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst.
- Hohe Werbeaktivität, Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik.
- Autokundenorientierter, häufig peripherer Standort.
- Häufig als Mittelpunkt einer größeren Fachmarkttagglomeration.

- - -

Die vorliegende Untersuchung ist urheberrechtlich geschützt. Der Auftraggeber ist berechtigt, die Untersuchung an Dritte weiterzugeben, soweit dies mit dem Zweck der Untersuchung in unmittelbarem Zusammenhang steht. Darüber hinaus ist jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts, insbesondere Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe der Untersuchung nur mit vorheriger Zustimmung der BBE Handelsberatung GmbH erlaubt.

- - -