

# Auswirkungsanalyse

## Ansiedlung eines Aldi-Süd-Lebensmittelmarktes und eines Centershop Nonfood-Discounters an der Rinnebachstraße in Hürtgenwald-Kleinhau

---

### Ihre Ansprechpartner

Dipl.-Volksw. Corinna Küpper  
(Senior Consultant)

Dipl.-Geogr. Rainer Schmidt-Illguth  
(Niederlassungsleitung)

### **BBE Handelsberatung GmbH**

Goltsteinstraße 87a  
50968 Köln  
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160  
Fax +49 221 789 41 169  
E-Mail [schmidt-illguth@bbe.de](mailto:schmidt-illguth@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 August 2021

**Inhaltsverzeichnis**

<b>1</b>	<b>Ausgangssituation und Zielsetzung .....</b>	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Einordnung des Planvorhabens in die Marktentwicklung des Lebensmittel- und Nonfood-Einzelhandels.....</b>	<b>5</b>
<b>3</b>	<b>Makrostandort.....</b>	<b>9</b>
<b>4</b>	<b>Mikrostandort.....</b>	<b>11</b>
<b>5</b>	<b>Wettbewerbssituation .....</b>	<b>13</b>
5.1	Bestimmung des projektrelevanten Einzelhandels.....	13
5.2	Hürtgenwald.....	15
5.3	Simmerath .....	15
5.4	Roetgen .....	17
5.5	Nideggen .....	17
5.6	Kreuzau.....	17
5.7	Düren .....	18
5.8	Zusammenfassung .....	18
<b>6</b>	<b>Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung .....</b>	<b>20</b>
6.1	Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial .....	20
6.2	Marktaberschöpfung und Umsatzerwartung des geplanten Lebensmittelmarktes .....	23
6.3	Marktaberschöpfung und Umsatzerwartung des geplanten Nonfood-Discounters.....	25
<b>7</b>	<b>Auswirkungsanalyse .....</b>	<b>28</b>
7.1	Einleitung .....	28
7.2	Umsatzumverteilungseffekte des geplanten Lebensmittelmarktes .....	29
7.3	Umsatzumverteilungseffekte des geplanten Nonfood-Discounters .....	33
7.4	Städtebauliche Bewertung der Planvorhaben .....	35
7.5	Einordnung des Vorhabens in die Ziele des Landesentwicklungsplans .....	37
<b>8</b>	<b>Fazit.....</b>	<b>40</b>

**Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1:	Projektplanung/Lageplan .....	6
Abbildung 2:	Sortiments- und Verkaufsflächenkonzept des geplanten Centershops.....	8
Abbildung 3:	Lage der Gemeinde Hürtgenwald und zentralörtliche Gliederung .....	9
Abbildung 4:	Mikrostandort .....	12
Abbildung 5:	Konkurrenzbeziehungen des geplanten Centershop-Marktes nach Sortimenten und konkurrierenden Betriebsformen .....	14
Abbildung 6:	Hauptwettbewerber des Planvorhabens (Auswahl).....	16
Abbildung 7:	Lebensmittelangebot im Untersuchungsraum nach Standortbereichen.....	19
Abbildung 8:	Einzugsgebiet .....	21
Abbildung 9:	Marktanteile und Umsatz des projektierten Aldi Süd-Marktes (BBE-Prognose) .....	24
Abbildung 10:	Marktanteile und Umsatz des projektierten Centershop-Marktes (BBE-Prognose) .....	25
Abbildung 11:	Umsatz der geplanten Centershop-Filiale nach Sortimenten.....	26
Abbildung 12:	Umsatzumverteilungseffekte des geplanten Aldi-Süd Lebensmittelmarktes .....	32

## 1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Die PRO BAUGRUND UG plant, an der Rinnebachstraße in Hürtgenwald einen Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche (VKF) von etwa 1.165 m<sup>2</sup> und ein Bistro/Café mit Backwarenverkauf zu errichten. Das Vorhaben soll um einen Nonfood-Discountmarkt des Filialisten Centershop ergänzt werden. Dieser Fachmarkt soll über eine Indoor-Verkaufsfläche von ca. 800 m<sup>2</sup> sowie eine Außenverkaufsfläche von ca. 440 m<sup>2</sup> verfügen.<sup>1</sup>

Das Vorhaben macht die Aufstellung eines Bebauungsplanes mit Festsetzungen gemäß § 11 Abs. 3 Bau-nutzungsverordnung (BauNVO) erforderlich.

Diese Bauleitplanung muss an die Ziele der Landesplanung angepasst werden. Relevant sind die Ziele 6.5-1, 6.5-2 und 6.5-3 Landesentwicklungsplan (LEP NRW):

- Ziel 6.5-1 gibt vor, dass Sondergebiete für den großflächigen Einzelhandel ausschließlich innerhalb der im Regionalplan dargestellten „Allgemeinen Siedlungsbereichen – ASB“ geplant werden dürfen. Dieses Ziel wird gewahrt, da der Planstandort dem ASB Kleinhau zugeordnet ist.
- Weiterhin wird mit Ziel 6.5-2 gefordert, dass großflächige Einzelhandelsbetrieben den planerisch festgelegten zentralen Versorgungsbereichen zuzuordnen sind. Auch dieses Ziel wird beachtet, denn der Vorhabenstandort befindet sich innerhalb eines bereits mit der Landesplanungsbehörde abgestimmten Erweiterungsbereichs des zentralen Versorgungsbereichs Kleinhau.

Somit sind aus landesplanerischer Sicht wesentliche Genehmigungsvoraussetzungen erfüllt. Im Zuge des Genehmigungsverfahrens ist allerdings zusätzlich noch ein gutachterlicher Nachweis erforderlich, dass das Ansiedlungsvorhaben keine Beeinträchtigungen auf andere Ortsmitten im Sinne des Ziels 6.5-3 oder negative Auswirkungen auf andere zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung in Hürtgenwald bzw. den Nachbarkommunen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO auslösen wird.

Die BBE Handelsberatung legt hiermit eine absatzwirtschaftliche Auswirkungsanalyse vor, die im Verfahren der Bauleitplanung als fundierte Abwägungsgrundlage Verwendung finden kann.

---

<sup>1</sup> Im November 2019 hatten wir im Auftrag der Gemeinde Hürtgenwald eine Auswirkungsanalyse zur geplanten Einzelhandelsentwicklung an der Rinnebachstraße in Hürtgenwald-Kleinhau vorgelegt. Zum damaligen Zeitpunkt wurde ein Aldi-Süd Lebensmitteldiscountmarkt mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.150 m<sup>2</sup> projektiert. Diese Auswirkungsanalyse wird vorliegend aktualisiert und um die zusätzliche Nutzung ergänzt.

## 2 Einordnung des Planvorhabens in die Marktentwicklung des Lebensmittel- und Nonfood-Einzelhandels

Am Standort Hürtgenwald, Rinnebachstraße ist die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes (ca. 1.165 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und eines ergänzenden Nonfood-Discounters (max. 1.240 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) mit einem gemeinsamen Kundenplatzplatz vorgesehen.

Die Ausrichtung der im projektierten **Aldi Süd Lebensmittelmarkt** vorgehaltenen Waren wird primär bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten liegen und es ist davon auszugehen, dass der Verkaufsflächenanteil der nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren mindestens 90 % der Verkaufsfläche umfassen wird.

Das standardisierte Warenangebot von Aldi Süd liegt bei etwa 2.030 Artikeln<sup>2</sup> - unabhängig von der Größe des Marktes. 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. Darüber hinaus werden wöchentlich wechselnde Aktionsartikel angeboten, deren Bedeutung mit der Zunahme der Online-Konkurrenz in den letzten Jahren stagniert.

Um die notwendige Kompetenz hinsichtlich Sortiment und Service zu vermitteln, verfügen die Discounter der neusten Generation regelmäßig über min. 1.100 - 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. 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 in den letzten Jahren kein steigender Flächenbedarf für die Nonfood-Aktionswaren zu verzeichnen.
- Großzügigere Verkehrsflächen, insbesondere größere Gangbreiten, tragen zur Vereinfachung von (logistischen) Betriebsabläufen bei, sodass die Kunden mehr Platz haben und gleichzeitig die Bestückung des Ladens effizienter erfolgen kann.
- Großzügigere Warenpräsentation und niedrigere Regalhöhen erleichtern auch älteren Kunden mit eingeschränkter Mobilität den Wareneingang.

---

<sup>2</sup> 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

**Auswirkungsanalyse • Ansiedlung Aldi Süd/Centershop • Hürtgenwald**

Das Ansiedlungsvorhaben entspricht den Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel und speziell in den Marktsegmenten der Lebensmitteldiscountermärkte.

**Abbildung 1: Projektplanung/Lageplan**



Quelle: Architekturbüro Schiefke, Stand: 16.06.2021

Die in der Gemeinde Hürtgenwald geplante **Centershop**-Filiale ist der Betriebsform des Nonfood-Discounters zuzuordnen.

Nonfood-Discountmärkte stellen aufgrund ihres spezifischen Sortiments mit im Jahresverlauf wechselnden Angeboten sowie der starken Preisorientierung eine Sonderform unter den Betriebstypen mit Selbstbedienung im deutschen Einzelhandel dar.

**Auswirkungsanalyse • Ansiedlung Aldi Süd/Centershop • Hürtgenwald**

Das Sortiment der geplanten Centershop-Filiale lässt sich dadurch charakterisieren, dass es sich größtenteils um begrenzt lieferbare Waren handelt, die aus den verschiedensten Gründen besonders günstig angeboten werden. Meist handelt es sich um Waren aus Konkursen, Schadensfällen, Geschäftsaufgaben, Überproduktionen, Restposten auslaufender Artikel oder Waren von günstigen Produktionsstandorten (z. B. aus Asien). Das in Centershop-Filialen vorgehaltene Angebot weist demnach regelmäßig eine große Sortimentsbreite auf, das in Selbstbedienung angeboten wird.

Centershop-Filiale stellen somit aufgrund ihres spezifischen Sortiments mit im Jahresverlauf wechselnden Angeboten sowie der gezielten Preisausrichtung eine Sonderform unter den Betriebstypen im deutschen Einzelhandel dar.

Die Gesamtverkaufsfläche des Planvorhabens ist auf rd. 1.240 m<sup>2</sup> projektiert, wovon rd. 440 m<sup>2</sup> auf eine Außenverkaufsfläche entfallen, die saisonal vor allem für den Verkauf von Blumen- / Pflanzenerde, Torf und Mulch, Pflanzen, Gartenmöbeln und sonstigen Artikeln des Bau- und Gartenbedarfs genutzt werden soll.

Das Sortimentskonzept von Centershop wird im Folgenden in acht Kategorien untergliedert. Bei einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 1.240 m<sup>2</sup> entfällt mit rd. 830 m<sup>2</sup> der größten Verkaufsflächenanteil (rd. 67 %) auf den Bau- und Gartenbedarf. Andere Sortimente nehmen dagegen deutlich geringere Flächenanteile ein. So folgen mit nur rd. 105 m<sup>2</sup> bzw. rd. 8 % der Gesamtverkaufsfläche Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren, Dekorationsartikel. Alle sonstigen Warengruppen belegen Verkaufsflächen von weniger als 100 m<sup>2</sup>, von denen die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Möbel, Wohn- und Einrichtungsbedarf sowie Textil wiederum eine Verkaufsfläche von sogar weniger als 50 m<sup>2</sup> aufweisen.

Insgesamt deckt das Sortimentskonzept damit einen Großteil der in Deutschland für Endverbraucher angebotenen Waren ab und zeichnet sich durch eine besondere Sortimentsbreite bei gleichzeitig geringer Sortimentstiefe aus. Denn innerhalb der einzelnen Warengruppen wird jeweils nur ein ausschnittweises Sortiment angeboten.

Das Flächenkonzept nach (übergeordneten) Warengruppen weist im Jahresverlauf nur relativ geringe Schwankungen auf. Dagegen ändert sich die Sortimentszusammensetzung innerhalb der einzelnen Warenkategorien häufig (z. B. hinsichtlich der Artikelzahl als auch der Hersteller der vorgehaltenen Produkte). Somit kann ein Kunde zwar im Vorfeld sicher davon ausgehen, dass eine bestimmte Warenkategorie im Markt vertreten ist, welche speziellen Produkte sich aber derzeit im Angebot befinden, kann der Kunde abschließend erst beim Besuch des Marktes feststellen.

Nur ein untergeordneter Warenanteil wird permanent vorgehalten. Der überwiegende Teil ist somit häufig wechselnde Postenware, die zudem eine stark ausgeprägte Saisonalität aufweist.

Abbildung 2: Sortiments- und Verkaufsflächenkonzept des geplanten Centershops

Sortiment	Innen- verkaufs- fläche	Außen- verkaufs- fläche	Center Shop gesamt	
	in m <sup>2</sup>	in m <sup>2</sup>	in m <sup>2</sup>	in %
Bau- und Gartenbedarf <sup>1</sup>	390	440	830	67
Heimtierbedarf	50	-	50	4
Möbel, Wohn- und Einrichtungsbedarf	30	-	30	3
<b>Nicht-zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>470</b>	<b>440</b>	<b>910</b>	<b>74</b>
Glas, Porzellan, Keramik, Haushalts- waren, Dekorationsartikel <sup>2</sup>	105	-	105	8
Textil <sup>3</sup>	30	-	30	3
Spielwaren, Bastel- und Hobbybedarf	65	-	65	5
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>200</b>	-	<b>200</b>	<b>16</b>
Nahrungs- und Genussmittel	40	-	40	3
Drogeriewaren	90	-	90	7
<b>Nahversorgungsrelevante Sortimente</b>	<b>130</b>	-	<b>130</b>	<b>10</b>
<b>Insgesamt</b>	<b>800</b>	<b>440</b>	<b>1.240</b>	<b>100</b>

<sup>1</sup> Bau- und Heimwerkerbedarf, Anstrichmittel (Farben/Lacke), Pflanzen u. Saatgut, Pflanzengefäße, Erde, Torf, Pflege- und Düngemittel, Gartengeräte, Rasenmäher, Gartenhäuser, Zäune, Teichbau, Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör, Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör

<sup>2</sup> inkl. elektrische Haushaltsgeräte und elektrotechnische Erzeugnisse / Geräte der Unterhaltungselektronik und Zubehör

<sup>3</sup> Haushaltstextilien, Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche, Heimtextilien (Gardinen, Dekorationsstoff, Vorhänge, dekorative Decken) Bekleidung, Schuhe

Quelle: BBE-Berechnungen im Rückgriff auf die für Centershop übliche Flächen- / Sortimentskonzeption und die Sortimentsliste der Gemeinde Hürtgenwald; Rundungsdifferenzen möglich

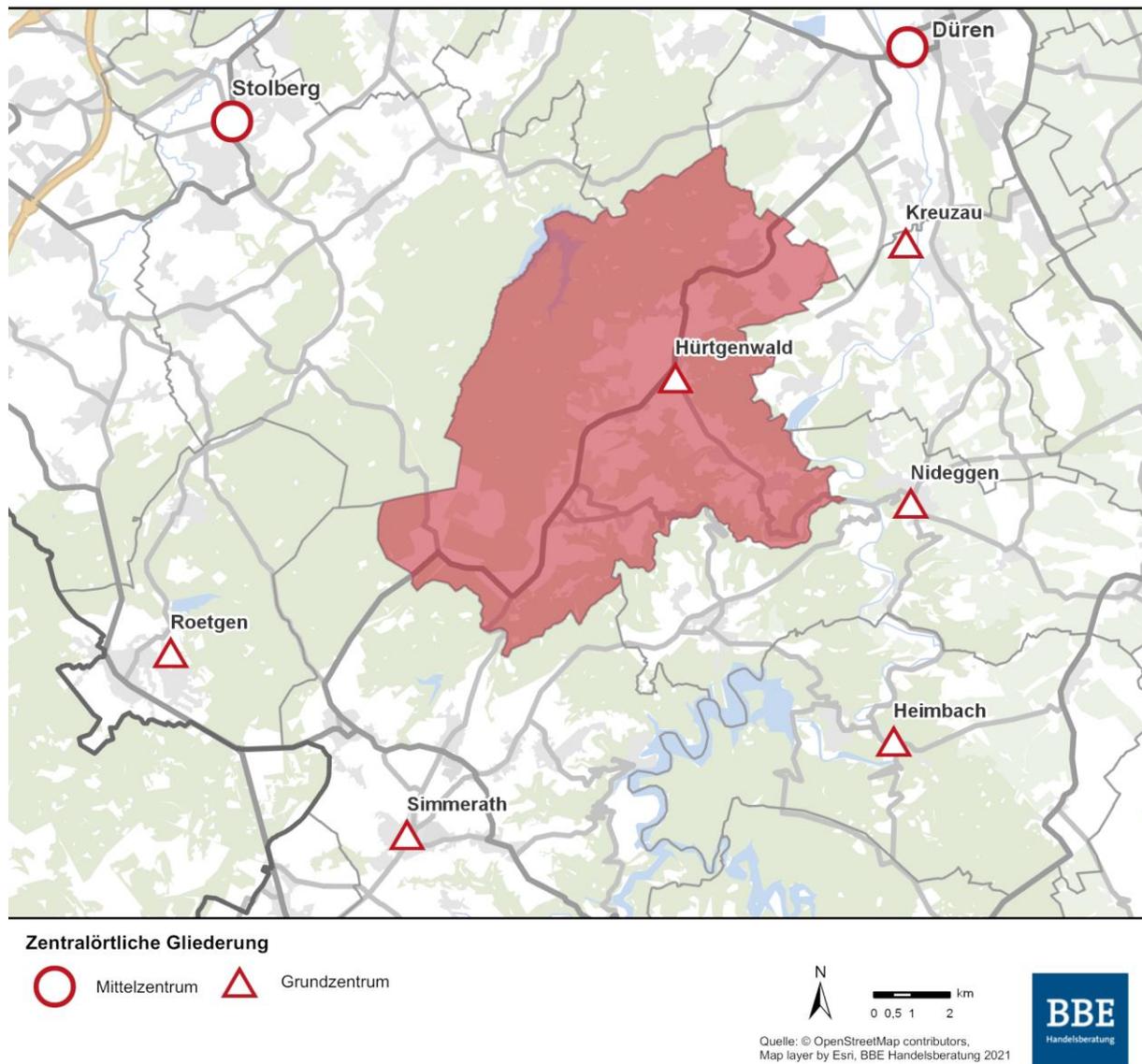
Als ein weiteres wesentliches Charakteristikum kann festgehalten werden, dass hinsichtlich der betriebs-spezifischen Sortimentsstruktur mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 67 % nur im Bereich der Bau- und Gartenmarktartikel eine Angebotsfokussierung festzustellen ist. In allen anderen Warengruppen zeigt sich, dass das Sortimentskonzept von Centershop extrem differenziert ist und demnach eine Vielzahl an Warengruppen umfasst, in dem jede Warengruppe für sich betrachtet nur in einem sehr schmalen Aus-schnitt angeboten wird. Dabei ist durchgängig eine starke Preisorientierung festzustellen.

Hinsichtlich der Verkaufsphilosophie zielt das Konzept des Betreibers in den meisten Warengruppen fol-glich nicht primär auf Verbraucher ab, die bewusst ein bestimmtes Produkt erwerben möchten – wie es beispielsweise im Facheinzelhandel oder bei spezialisierten Fachmärkten der Fall ist; stattdessen wird mit einer ausgeprägten Discountstrategie darauf abgezielt, Zusatz- bzw. Impulskäufe anzuregen.

### 3 Makrostandort

Die im Kreis Düren gelegene Gemeinde Hürtgenwald ist naturräumlich der Rureifel zugeordnet und nimmt eine Randlage im Nationalpark Eifel ein. Hürtgenwald grenzt an die Städte / Gemeinden Düren, Kreuzau, Langerwehe, Nideggen, Simmerath und Stolberg. Im Landesentwicklungsplan NRW ist der Gemeinde Hürtgenwald die Funktion eines Grundzentrums zugewiesen.

**Abbildung 3: Lage der Gemeinde Hürtgenwald und zentralörtliche Gliederung**



Quelle: BBE-Darstellung 2021

Das Gemeindegebiet umfasst mit 13 Ortsteilen ca. 8.800 Einwohner<sup>3</sup> und eine Fläche von 88 km<sup>2</sup>. Im Nordwesten des Gemeindegebietes erstreckt sich auf rd. 20 km der „Hürtgenwald“. Den bevölkerungsreichsten Ortsteil stellt Vossenack (ca. 2.260 Einwohner) im südlichen Gemeindegebiet dar. Die benachbarten Ortsteile Raffelsbrand und Simonskall weisen zusammen ca. 190 Einwohner auf. Der Verwaltungssitz ist dem zentral gelegenen Ortsteil Kleinhau zugeordnet. Gemeinsam mit Großhau und Hürtgen weisen die zentralen Ortsteile zusammen ca. 1.880 Einwohner auf. Im nördlichen Gemeindegebiet stellt Gey den größten Ortsteil dar, der zusammen mit Straß, Horm und Schafsberg den Wohnsitz von ca. 2.780 Einwohnern darstellt. In den im Osten der Gemeinde gelegenen Ortsteilen Bergstein, Brandenburg und Zerkall leben zusammen ca. 1.680 Einwohner.

Die Bevölkerungsvorausberechnung des Landesbetriebes Information und Technik NRW aus dem Jahre 2018 lässt für die Gemeinde Hürtgenwald bis zum Jahre 2030 eine rückläufige Bevölkerungszahl (- 1,2 %) erwarten. Zum Vergleich: Im Kreis Düren wird im selben Zeitraum ein Bevölkerungszuwachs um 0,6 % und in Nordrhein-Westfalen sogar um 1,3 % prognostiziert.<sup>4</sup>

Die Gemeinde ist ein attraktiver Wohnstandort und profitiert von der Lage zwischen dem Naturraum der Eifel und den Ballungsräumen von Aachen und Köln. Mit dieser Funktion geht ein Auspendlerüberschuss von über 2.200 Personen einher.<sup>5</sup> Wichtige Zielgemeinden sind Düren, Aachen, Kreuzau und Köln, während die Einpendler vor allem aus den Nachbargemeinden Düren und Kreuzau stammen.

Dabei ist die Verkehrsanbindung über die Bundesstraße 399 an die benachbarte Kreisstadt Düren und die südöstlich gelegene Gemeinde Simmerath von Bedeutung. Die Bundesstraße 399 durchzieht die Gemeinde von Nordosten nach Südwesten zwischen den Ortschaften Gey und Raffelsbrand. Die Landesstraße 11 verbindet Kleinhau über Zerkall mit der Nachbargemeinde Nideggen. Der Bahnhof in Zerkall ist Haltepunkt an der Bahnstrecke Düren – Heimbach (Rurtalbahn). Darüber hinaus verkehrt die AVV-Buslinie 286 im Gemeindegebiet und stellt eine Verbindung nach Düren her. Im südlichen Gemeindegebiet verkehrt die Buslinien 81 und 86 zwischen Vossenack und Simmerath.

Im **Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Hürtgenwald aus dem Jahre 2009** ist mit dem Hauptzentrum Kleinhau ein zentraler Versorgungsbereich in zentraler Lage der Gemeinde festgelegt.<sup>6</sup> Der zentrale Versorgungsbereich umfasst neben dem eingeführten Versorgungsstandort „Zum Steinbruch“ auch die südlich angrenzende Entwicklungsfläche. Die Ansiedlungen von (großflächigen) Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Kernsorti-

---

<sup>3</sup> Quelle: Gemeinde Hürtgenwald, Stand 30.06.2021 (nur Hauptwohnsitze, 11 Einwohner sind keiner Ortschaft zugeordnet)

<sup>4</sup> Quelle: IT.NRW, Bevölkerungsentwicklung in den kreisangehörigen Städten und Gemeinden bzw. in den kreisfreien Städten und Kreisen Nordrhein-Westfalens 2018 bis 2040

<sup>5</sup> Vgl. Bundesagentur für Arbeit, Stand: Juni 2020

<sup>6</sup> Vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept Gemeinde Hürtgenwald (2009), S. 50ff

menten soll auf diesen Bereich konzentriert werden, um hier eine nachhaltige Stärkung des Verbundstandortes zu erreichen bzw. Ansiedlungsanreize für weitere Betriebe (Einzelhandel, Gastronomie, sonstige Dienstleistungen) zu schaffen. Dem zentralen Versorgungsbereich kommt eine gesamtgemeindliche Versorgungsfunktion zu, während vor allem in den Ortsteilen Vossenack und Gey Nahversorgungsstrukturen mit lokalem Versorgungscharakter gesichert werden sollen.

## **4 Mikrostandort**

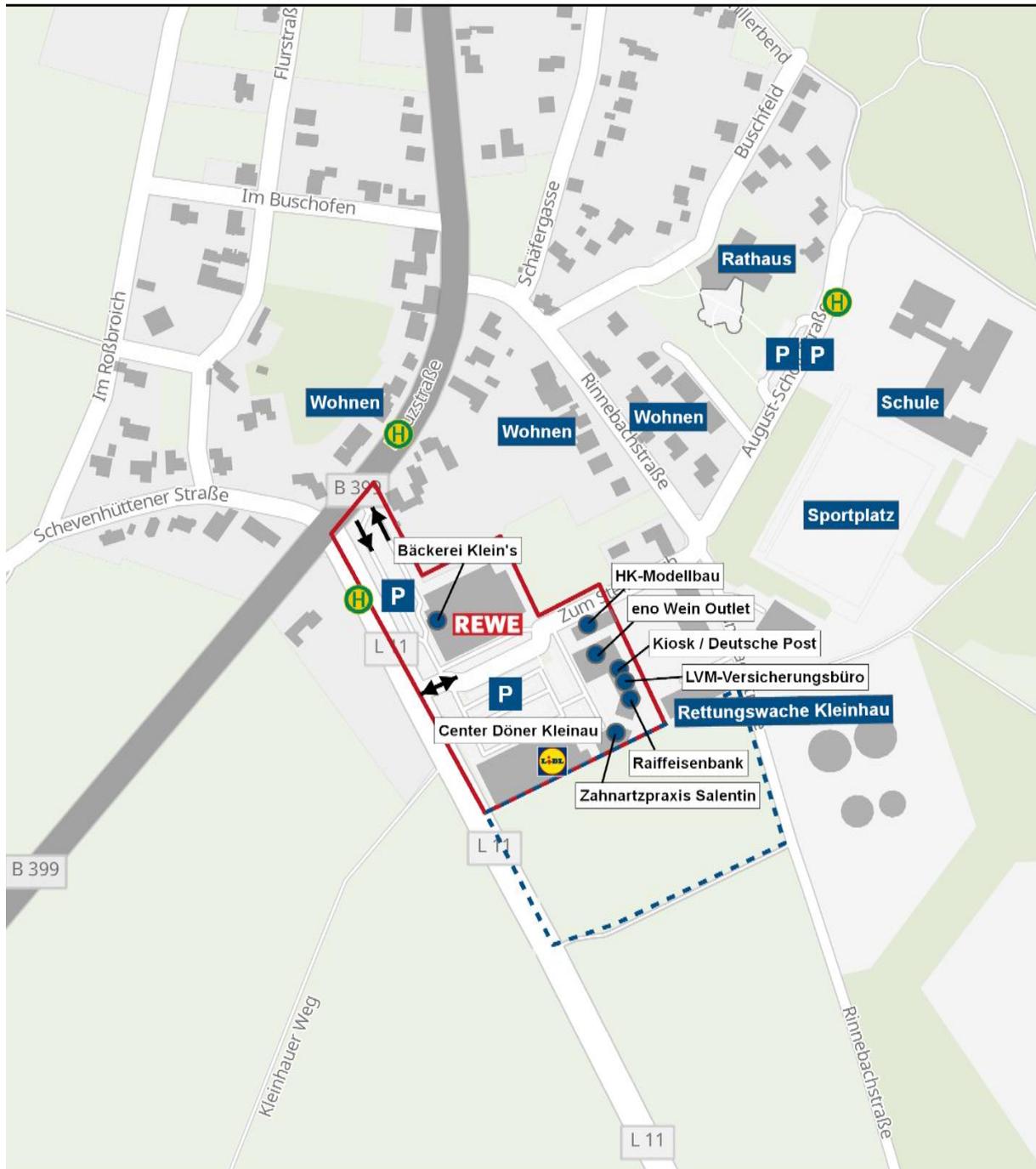
Der geplante Standort des Standortverbundes von Aldi Süd und Center-Shop an der Rinnebachstraße ist dem zentralen Versorgungsbereich Kleinbau zugeordnet. Im unmittelbaren Umfeld sind die wesentlichen Träger der Grundversorgung, die Lebensmittelmärkte Rewe und Lidl, ansässig. Darüber hinaus umfasst der zentrale Versorgungsbereich ergänzende kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe. Im weiteren Umfeld sind mit Schule und Rathaus wichtige öffentliche Einrichtungen und entlang der Kreuzstraße (B 399) weitere Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen vorhanden, sodass dem Geschäftsbereich eine gesamtgemeindliche Ausstrahlungskraft zukommt.

Der Planstandort befindet sich gemäß Regionalplan für den Regierungsbezirk Köln innerhalb eines Allgemeinen Siedlungsbereiches (ASB).

Der Untersuchungsstandort ist über die Landesstraße 11 (Schevenhüttener Straße) erreichbar, die als Verkehrsachse zwischen den Ortsteilen Kleinbau und Zellkall fungiert und die Anbindung an die Nachbargemeinde Nideggen herstellt. In der Nordost-Südwest-Direktive sind über die Bundesstraße 399 (Kreuzstraße) das sonstige Gemeindegebiet sowie die Nachbargemeinden Düren und Simmerath erreichbar.

Die Einbindung in das ÖPNV-Netz ist durch die unmittelbar zugeordnete Bushaltestelle (Linie 286: Düren – Vossenack) gegeben.

Abbildung 4: Mikrostandort



**Mikrostandort**

- Zentraler Versorgungsbereich
- Projektareal

N  
0 15 30 60 m  
Quelle: © OpenStreetMap contributors,  
Map layer by Esri, BBE Handelsberatung 2021

## 5 Wettbewerbssituation

### 5.1 Bestimmung des projektrelevanten Einzelhandels

Die Wettbewerbssituation des **Aldi Süd-Marktes** wird wesentlich durch die im Gemeindegebiet von Hürtgenwald und in den Nachbargemeinden ansässigen Lebensmittelmärkte geprägt. Der Untersuchungsraum umfasst den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Hürtgenwald-Kleinhau, die Nahversorgungsstrukturen in Gey, Vossenack und Bergstein sowie in den Nachbargemeinden Simmerath, Roetgen, Nideggen und Kreuzau sowie im südlichen Dürener Stadtgebiet.

Aufgrund der vorab dargelegten Angebotsstruktur des geplanten **Centershop Non-Food-Discounters** wird dieser mit nahezu allen preisaggressiven Einzelhandelsanbietern, insbesondere mit preisorientierten Fachmarktkonzepten konkurrieren, während nur eingeschränkte Sortimentsüberschneidungen mit dem kleinteiligen Fachhandel gegeben sind.

Dabei werden grundsätzlich die größten Wettbewerbsbeziehungen zu Sonderpostenmärkten und Non-food-Discountern (z. B. Thomas Philipps, Jawoll, Action, Kodi, Tedi) bestehen. Gleichzeitig übernimmt aber auch der sonstige (preisaggressive) Einzelhandel wesentliche Versorgungsfunktionen in diesem Marktsegment, sodass Centershop auch mit diesen Betriebstypen konkurriert. Hierbei sind insbesondere Bau- / Gartenmärkte (u. a. Obi, Bauhaus, Toom), aber auch Niedrigpreiskaufhäuser (z. B. Woolworth), Bekleidungsfachmärkte (u. a. Kik, Zeeman, Takko), (SB-) Möbelmärkte (u. a. Poco, SB-Möbel Boss), sonstige Fachmarktkonzepte (u. a. Dänisches Bettenlager, Hammer, Tedox, Matratzen Concord, MFO), aber auch SB-Warenhäuser (u. a. Kaufland, Real) und Drogeriemärkte sowie Lebensmitteldiscounter zu benennen. Letztere sind vor allem aufgrund ihres wöchentlich wechselnden Aktionswarensortiments wettbewerbsrelevant.

Centershop-Märkte weisen somit ebenso wie andere Vertreter dieser Vertriebsform folglich nur einen stark eingeschränkten Wettbewerbsbezug zum „traditionellen“ Einzelhandel auf, der vom Kunden gezielt wegen eines bestimmten (Kern-)Sortiments aufgesucht wird (Fachgeschäft / -markt, Waren- / Kaufhaus) und im jeweiligen Sortiment – sowohl in der Breite als auch in der Tiefe – ein wesentlich umfassenderes Angebot vorhält.

Auswirkungsanalyse • Ansiedlung Aldi Süd/Centershop • Hürtgenwald

Abbildung 5: Konkurrenzbeziehungen des geplanten Centershop-Marktes nach Sortimenten und konkurrierenden Betriebsformen

Sortimente / Branchen	Supermarkt/ VM	Discounter	RS Discounter	SB-Warenhaus	RS SB-Warenhaus	Textil-FM inkl. RS-Sortiment (z.B. Kik, NKD)	Schuh-FM	Elektro-FM	Drogeriemarkt	Sondepostenmärkte	Non-Food-Discounter (z.B. Tedi, Kodi)	Kauf-/ Warenhaus	Kleinpreiskaufhaus (z.B. Woolworth)	Bau-/ Gartenmarkt	RS Bau-/ Gartenmarkt	RS (SB-)Möbelhaus	Heimtierfachmarkt	filialisierte Haushalts- u. Einrichtungsbedarfsanbieter (z.B. Butlers, Depot, Xenos)	Bäcker/Metzger	Apotheke	Blumenladen	Modeboutique	Wäschefachgeschäft	Schuhfachgeschäft	Optik-FG	Juwelier	Modeschmuckanbieter (z.B. Bijou Brigitte)	Buchhandlung	Haushaltswaren (z.B. WMF)	Raumausstattung	Elektrofachgeschäft					
Nahrungs- und Genussmittel	■	■																																		
Drogerie-, Parfümeriewaren	■	■																																		
zoologischer Bedarf	■	■													■		■																			
Bekleidung																							■	■												
Schuhe							■																	■												
Lederwaren																																				
Sport-/ Campingartikel																																				
Bücher, Zeitschriften	■																																			
Papier-, Büro-, Schreibwaren																																				
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente																																				
Möbel																																				
GPK/ Geschenk-/ Dekoartikel																																				
Haushaltswaren	■																																			
Haus-, Tisch- und Bettwäsche																																				
Heimtextilien, Gardinen, Vorhänge																																				
Lampen, Leuchten und Beleuchtungsartikel																																				
Elektro-Kleingeräte								■	■																											
Uhren, Schmuck																																				
Bau- und Heimwerkerbedarf														■																						
Pflanzen, Gartenbedarf																																				
Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör																																				
Auto- und Motorradzubehör																																				

**Konkurrenzbeziehung**  
 ■ untergeordnet   ■ mäßig   ■ hoch   ■ keine Sortimentsüberschneidung

Quelle: BBE-Darstellung

## 5.2 Hürtgenwald

Im zentralen Versorgungsbereich Hürtgenwald-**Kleinhau** sind die Lebensmittelmärkte Rewe (ca. 1.700 m<sup>2</sup> VKF) und Lidl (ca. 1.250 m<sup>2</sup> VKF) ansässig, die in Verbindung mit einem ergänzenden kleinteiligen Einzelhandelsbesatz (Bäckerei, Kiosk) eine gesamtgemeindliche Versorgungsfunktion übernehmen.

In den Ortsteilen **Gey** im nördlichen Gemeindegebiet, **Vossenack** im Süden und **Bergstein** im Osten besteht eine ergänzende kleinteilige Nahversorgung. So ist in den drei Ortsteilen jeweils ein Lebensmittelgeschäft (Frischmarkt jeweils ca. 110 – 230 m<sup>2</sup> VKF) ansässig. Das Angebot in Gey wird durch einen Getränkemarkt und einen Hofladen ergänzt. Darüber hinaus besteht die Planung, die Nahversorgung in Gey durch die Ansiedlung eines Netto-Marktes zu verbessern<sup>7</sup>. Eine konkrete Zeitplanung zur Umsetzung der Planung existiert noch nicht, sodass dieses Vorhaben im Untersuchungszusammenhang nicht als Bestand gewertet wird.

In Vossenack sind eine Bäckerei und zwei Metzgereien vorhanden. Im Ortsteil Gey ist mit „Haushaltswaren Köller“ ein Gewerbebetrieb ansässig, der auch Haushalts-/Eisenwaren und Elektrogeräte anbietet.

## 5.3 Simmerath

In der Gemeinde Simmerath ist ein zentraler Versorgungsbereich abgegrenzt, der sich entlang der Hauptstraße und der parallel verlaufenden Humboldtstraße erstreckt.<sup>8</sup> Damit sind mit Rewe (ca. 2.700 m<sup>2</sup> VKF), Lidl (ca. 1.180 m<sup>2</sup> VKF) und dem Drogeriemarkt die wesentlichen Nahversorgungsangebote dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet. Einzig der Aldi Süd-Markt (ca. 900 m<sup>2</sup> VKF) und der Netto-Markt (ca. 700 m<sup>2</sup> VKF) belegen Standorte an der Matthias-Zimmermann-Straße in unmittelbarer Nachbarschaft des zentralen Versorgungsbereiches, ohne dass sie dem Hauptzentrum zugeordnet wurden.

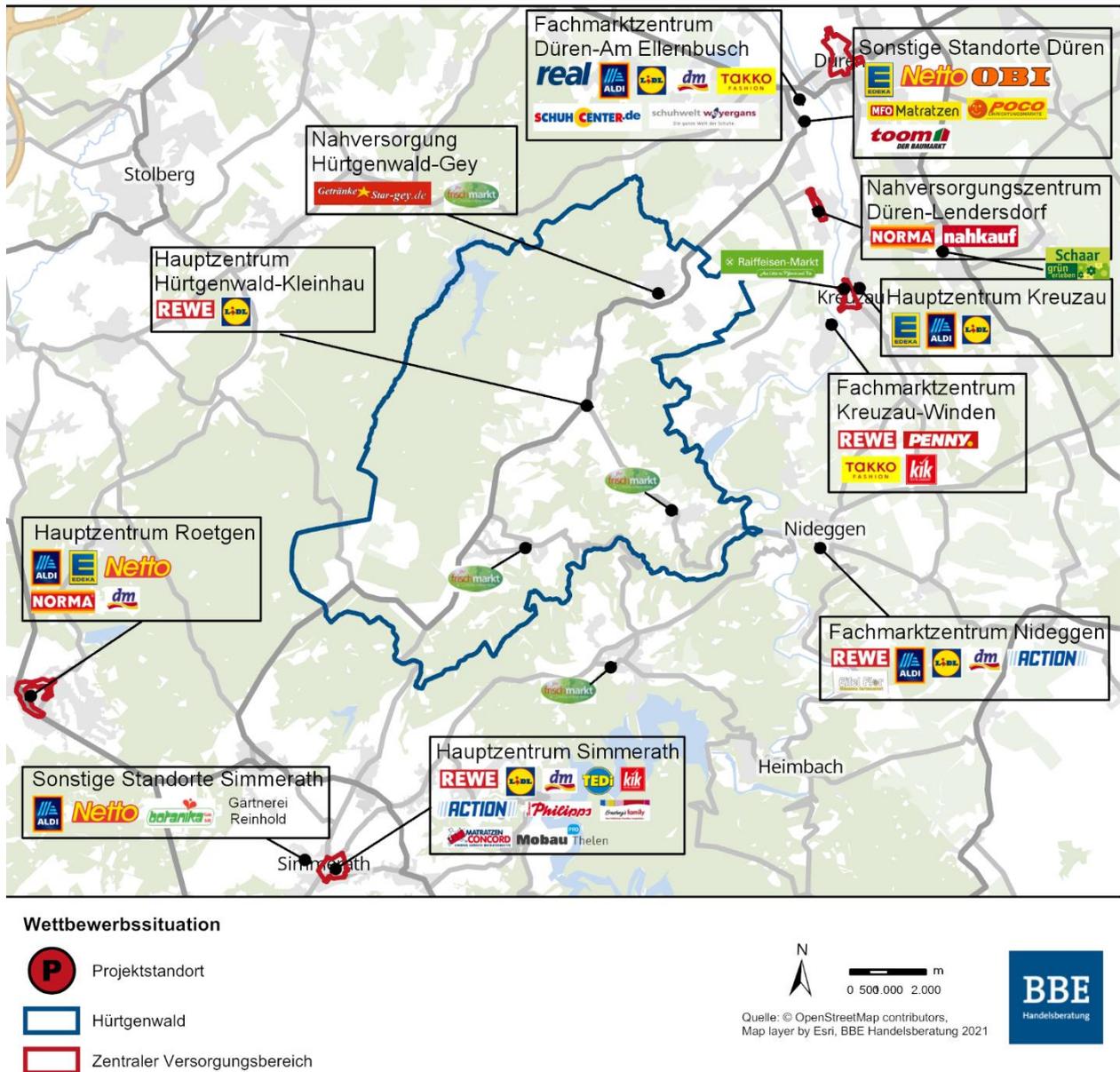
Im Hinblick auf den geplanten Nonfood-Discounter belegen die wesentlichen Wettbewerber Action, Thomas Philipps und Tedi, der Bau- und Gartenmarkt Mobau Thelen sowie weitere preisorientierte Fachmärkte (u. a. Kik, Ernsting's Family, Matratzen Concord) Standorte in dem planerischen zentralen Versorgungsbereich. Mit dem Gartencenter Botanika und der Gärtnerei Keischgens belegen die prägenden Anbieter von Pflanzen/Gartenbedarf Standorte außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches.

---

<sup>7</sup> Quelle: Facebook-Seite der Ortsvereine Gey, 20.08.2020, ([https://m.facebook.com/story.php?story\\_fbid=3299021823466442&id=1048471405188173](https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=3299021823466442&id=1048471405188173))

<sup>8</sup> Vgl. Junker + Kruse-Einzelhandelskonzept Gemeinde Simmerath, 1. Fortschreibung (2013)

Abbildung 6: Hauptwettbewerber des Planvorhabens (Auswahl)



Quelle: BBE-Darstellung 2021

## 5.4 Roetgen

In der Gemeinde Roetgen umfasst der zentrale Versorgungsbereich den Bereich Hauptstraße / Rosentalstraße / Bundesstraße.<sup>9</sup> Der nahversorgungsbezogene Einzelhandel bezieht sich vor allem auf die Lebensmittelmärkte Edeka (ca. 1.700 m<sup>2</sup> VKF) an der Rosentalstraße sowie Aldi Süd (ca. 1.000 m<sup>2</sup> VKF), Netto (ca. 850 m<sup>2</sup> VKF) und Norma (ca. 720 m<sup>2</sup>VKF) an der Bundesstraße. Darüber hinaus wird das Nahversorgungsangebot durch Ladenhandwerksbetriebe, ein Feinkostgeschäft, einen Getränkemarkt und einen Drogeriemarkt ergänzt.

## 5.5 Nideggen

In der Gemeinde Nideggen bezieht sich das Nahversorgungsangebot vor allem auf das Fachmarktzentrum Jülicher Straße / Thumer Linde, während in der Ortsmitte entlang der Zülpicher Straße vor allem kleinteiliger Einzelhandel ansässig ist. Neben dem Lebensmittelmarkt Rewe (ca. 2.200 m<sup>2</sup> VKF) sichern vor allem die Discountmärkte Aldi Süd (ca. 800 m<sup>2</sup> VKF) und Lidl (ca. 950 m<sup>2</sup>VKF) sowie ein dm Drogeriemarkt die Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten in der Gemeinde Nideggen. Auch der Nonfood-Discounter Action und das Gartencenter Eifel Flor belegen Standorte im Fachmarktzentrum. Im Ortsteil Schmidt besteht mit dem Frischemarkt Zumbrägel (ca. 500 m<sup>2</sup> VKF) eine lokale Grundversorgung. Im Ortsteil Wollersheim ist der Baumarkt Schünke ansässig.

## 5.6 Kreuzau

In der Gemeinde Kreuzau weist das kommunale Einzelhandelskonzept<sup>10</sup> das Hauptzentrum entlang der Hauptstraße, der Dürener Straße und des Windener Weges aus. Während im Bereich der Hauptstraße vor allem der kleinteilige Einzelhandel konzentriert ist, belegen die Lebensmittelmärkte Edeka (ca. 500 m<sup>2</sup>) und Lidl (ca. 800 m<sup>2</sup> VKF) Standorte am Windener Weg, der Aldi Süd-Markt (ca. 800 m<sup>2</sup> VKF) und der Raiffeisenmarkt sind im Umfeld der Dürener Straße ansässig.

Außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches bilden die Lebensmittelmärkte Rewe (ca. 1.700 m<sup>2</sup> VKF) und Penny (ca. 800 m<sup>2</sup> VKF) gemeinsam mit Takko und Kik ein Fachmarktzentrum in Randlage der Ortsteile Kreuzau und Winden (Sonderstandort Maubacher Straße).

Im Ortsteil Stockheim ist das Gartencenter Schaar Pflanzenwelt ansässig, das als größtes und modernstes Gartencenter eine große Ausstrahlung in die Region entfaltet. Zur Verbesserung der Nahversorgung ist in Stockheim die Ansiedlung eines Lebensmittelsupermarktes (ca. 1.300 m<sup>2</sup> VKF) geplant.

---

<sup>9</sup> Vgl. BBE-Einzelhandels- und Zentrenkonzept Gemeinde Roetgen (2008)

<sup>10</sup> Vgl. Futura-Consult, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Gemeinde Kreuzau, Entwurf März 2019

## 5.7 Düren

Im südlichen Stadtgebiet von **Düren** sind vor allem die Versorgungsstrukturen in den Stadtteilen Lendersdorf und Niederau sowie der Sonderstandort „Am Ellernbusch“ als Wettbewerbsstandorte von Bedeutung.

Das im Einzelhandelskonzept<sup>11</sup> ausgewiesene **Nahversorgungszentrum Lendersdorf** erstreckt sich entlang der Rölsdorfer Straße/Hauptstraße. Die Leitbetriebe der Nahversorgung sind die Lebensmittelmärkte Nahkauf (ca. 540 m<sup>2</sup> VKF) und Norma (ca. 800 m<sup>2</sup> VKF). Der Edeka-Markt (ca. 2.000 m<sup>2</sup> VKF) belegt einen Standort außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs. Im angrenzenden Stadtteil **Niederau** befindet sich ein Netto-Markt (ca. 800 m<sup>2</sup> VKF) an einem wohnungsnahen Standort. Dem Nahversorgungszentrum Lendersdorf wird eine Versorgungsfunktion für das südliche Stadtgebiet mit den Stadtteilen Lendersdorf, Niederau, Berzbuir, Kufferath, Birgel (tw.) und Boisdorfer Siedlung (tw.) zugewiesen.

Das **Fachmarktzentrum „Am Ellernbusch“** entfaltet hingegen eine Ausstrahlungskraft, die über das (südliche) Dürener Stadtgebiet hinausreicht. Hier befinden sich in autokundenorientierter Verbundlage am Kreuzungspunkt der Bundesstraßen 399 und 264 ein Real SB-Warenhaus<sup>12</sup> (ca. 7.000 m<sup>2</sup> VKF) sowie die Discountmärkte Aldi Süd (ca. 800 m<sup>2</sup> VKF) und Lidl (ca. 980 m<sup>2</sup> VKF) und der Drogeriemarkt dm sowie weitere Fachmärkte (u. a. Bekleidung: Takko, Schuhe: Siemes, Schuhwelt Weyergans, Tierbedarf: Futterhaus).

Im Stadtteil Rölsdorf ist an der Bahnstraße (B 399) der Toom Baumarkt in Verbindung mit Fachmärkten des Tier- und Reitsportbedarfs ansässig. Das Gewerbegebiet „Stockheimer Landstraße“ weist mit dem OBI Bau- und Gartenmarkt und dem Poco Möbelmarkt ebenfalls eine Ausstrahlungskraft auf das südliche Umland von Düren auf.

## 5.8 Zusammenfassung

Der geplante Aldi Süd-Markt kann in Ergänzung zu den bestehenden Grundversorgungsstrukturen in Hürtgenwald wichtige wohnungsnahen Versorgungsfunktionen für die Bevölkerung von Hürtgenwald übernehmen. Bereits mit dem kommunalen Einzelhandelskonzept wird der Ausbau der wohnungsnahen Versorgung durch Realisierung eines weiteren Lebensmittelmarktes im Hauptzentrum Kleinhau empfohlen, um hier eine nachhaltige Stärkung des Verbundstandortes zu erreichen bzw. Ansiedlungsanreize für weitere Betriebe (Einzelhandel, Gastronomie, sonstige Dienstleistungen) zu schaffen sowie bedarfsgerechte Versorgungsfunktionen für die gesamte Gemeinde Hürtgenwald zu gewährleisten.

---

<sup>11</sup> Vgl. Stadt Düren, Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Düren - Fortschreibung (2020)

<sup>12</sup> Im Herbst 2021 wird der Real-Markt durch Kaufland übernommen.

**Auswirkungsanalyse • Ansiedlung Aldi-Süd / Centershop • Hürtgenwald**

In diesem Zusammenhang ist von Bedeutung, dass der ansässige Nahversorgungseinzelhandel nur ca. zwei Drittel der vorhandenen Kaufkraft für Nahrungs- und Genussmittel/ Drogeriewaren in Hürtgenwald binden kann, während per Saldo ca. 8 Mio. € nahversorgungsrelevante Kaufkraft an andere Einkaufsorte abfließen.

Der projektierte Nonfood-Discounter kann mit einem breiten, jedoch nicht tief-gegliederten Sortimentsangebot eine sinnvolle Ergänzung des Nahversorgungsangebotes gewährleisten.

**Abbildung 7: Lebensmittelangebot im Untersuchungsraum nach Standortbereichen**

Standort	Verkaufsfläche	Umsatz
	in m <sup>2</sup>	in Mio. €
Hauptzentrum Hürtgenwald-Kleinhau <sup>1</sup>	3.030	15,6
Nahversorgung Hürtgenwald-Gey <sup>1</sup>	400	1,6
Nahversorgung Hürtgenwald-Vossenack <sup>1</sup>	240	2,0
Nahversorgung Hürtgenwald-Bergstein <sup>1</sup>	110	0,4
<b>Gemeinde Hürtgenwald</b>	<b>3.780</b>	<b>19,6</b>
Hauptzentrum Simmerath <sup>2</sup>	3.880	19,1
Sonstige Standorte Simmerath <sup>2</sup>	1.600	12,5
<b>Gemeinde Simmerath</b>	<b>5.480</b>	<b>31,6</b>
Fachmarktzentrum Nideggen-Jülicher Straße/ Thumer Linde <sup>2</sup>	3.950	24,0
Nahversorgung Nideggen-Schmidt <sup>2</sup>	500	2,5
<b>Gemeinde Nideggen</b>	<b>4.450</b>	<b>26,5</b>
Hauptzentrum Kreuzau <sup>2</sup>	2.100	16,6
Fachmarktzentrum Kreuzau-Winden <sup>2</sup>	2.500	10,9
<b>Gemeinde Kreuzau</b>	<b>4.600</b>	<b>27,5</b>
Nahversorgungszentrum Düren-Lendersdorf <sup>2</sup>	1.340	6,3
Sonstige Standorte Düren-Lendersdorf/ Niederau <sup>2</sup>	2.800	11,2
Fachmarktzentrum Düren-Am Ellernbusch <sup>2</sup>	8.780	41,7
<b>Stadt Düren (südliches Stadtgebiet)</b>	<b>12.920</b>	<b>59,2</b>
Hauptzentrum Roetgen <sup>2</sup>	4.720	23,3
<b>Gemeinde Roetgen</b>	<b>4.720</b>	<b>23,3</b>
<b>Untersuchungsraum gesamt</b>	<b>35.950</b>	<b>187,7</b>

<sup>1</sup> Lebensmittelmärkte (inkl. Nonfood-Sortimente), Lebensmittelgeschäfte, Bäckereien, Metzgereien, Kioske  
<sup>2</sup> ohne kleinteiligen Nahversorgungseinzelhandel  
Quelle: BBE-Berechnungen 2021

## 6 Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung

### 6.1 Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial

Das Einzugsgebiet umfasst den Raum, aus dem die Verbraucher überwiegend bzw. zu großen Teilen das Planvorhaben aufsuchen werden. Es stellt damit das Gebiet dar, in dem das Ansiedlungsvorhaben eine hohe Versorgungsbedeutung bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten übernimmt bzw. übernehmen wird.

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

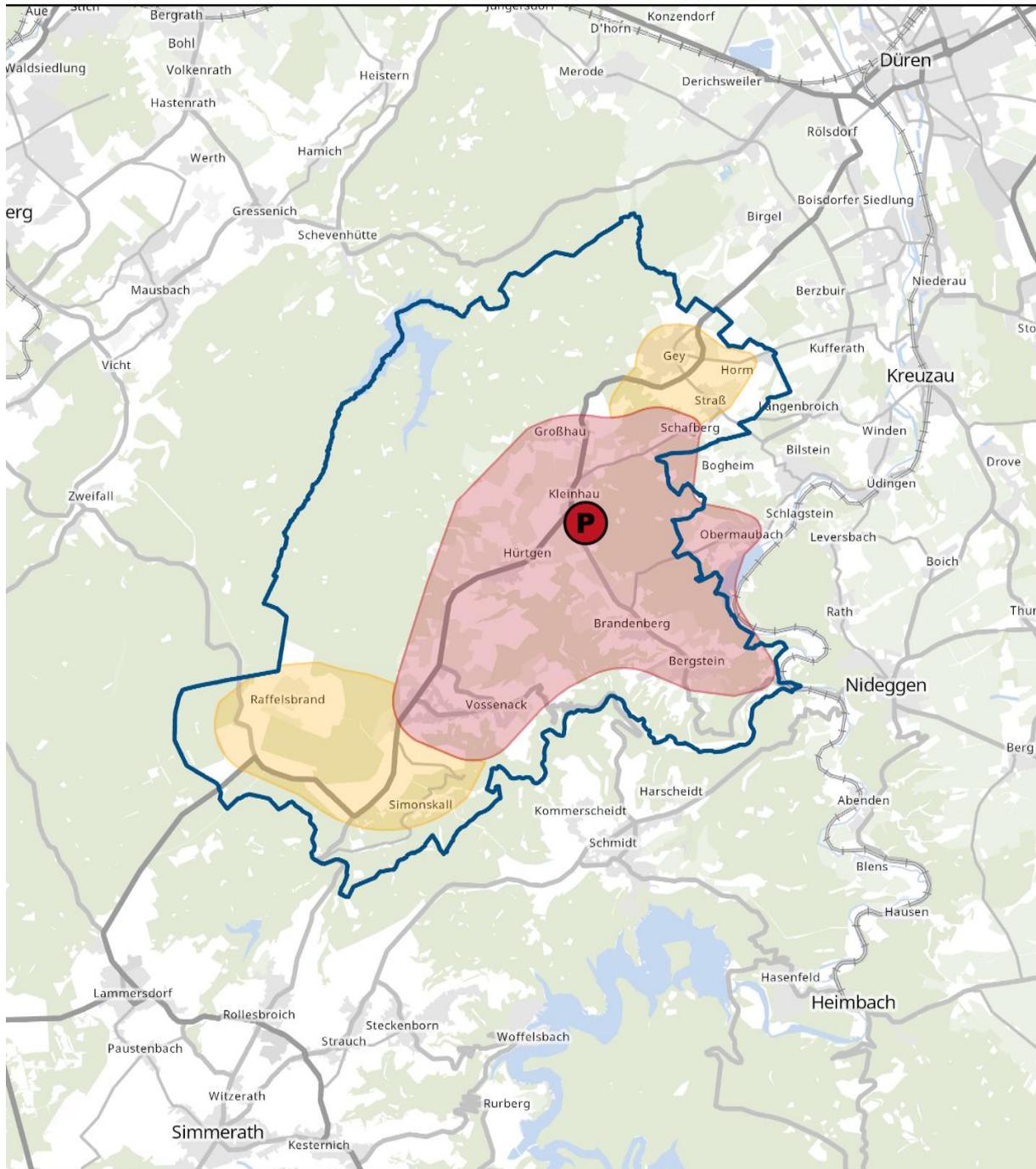
- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung in den geplanten Sortimentsbereichen,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,<sup>13</sup>
- die projektrelevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Anbieter im Standortumfeld,
- die Attraktivität der Projektvorhaben, die u. a. durch die Dimensionierung, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad der Betreiber bestimmt wird,
- die Qualität des Projektstandortes, die u. a. aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten sowie aus vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen ausgehend von z. B. topographischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten,
- traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung,
- die zentralörtliche Funktion der Gemeinde bzw. des Ortsteils.

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

---

<sup>13</sup> 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).

Abbildung 8: Einzugsgebiet



**Einzugsgebiet**

-  Projektstandort
-  Kerneinzugsgebiet
-  Hürtgenwald
-  Erweiteretes Einzugsgebiet

N  
0 500 1.000 2.000 m  
Quelle: © OpenStreetMap contributors,  
Map layer by Esri, BBE Handelsberatung 2021

Für die Abgrenzung des Einzugsgebietes sind vor allem die Siedlungsstruktur, die Verkehrsanbindung des Vorhabenstandorts und die Wettbewerbssituation von Bedeutung. In den Nachbargemeinden sind ausgeprägte „eigene“ Nahversorgungsstrukturen vorhanden. Die nächstgelegenen Anbieter aus dem Aldi Süd-Filialnetz sind in Düren, Kreuzau, Nideggen, Simmerath und Roetgen ansässig, sodass sich das Marktgebiet des Untersuchungsvorhabens vor allem auf die Gemeinde Hürtgenwald und die östlich unmittelbar angrenzende Ortslage Kreuzau-Obermaubach bezieht. Auch für den geplanten Centershop-Markt sind differenzierte Wettbewerbsstrukturen in den Nachbargemeinden Düren, Simmerath, Nideggen und Kreuzau gegeben, sodass auch dieser Betrieb vor allem auf den vorgenannten Siedlungsraum der Gemeinde Hürtgenwald und der angrenzenden Ortslage Kreuztal-Obermaubach ausstrahlt.

Das Kerneinzugsgebiet umfasst aufgrund der Siedlungs- und Wettbewerbsstrukturen vor allem die zentral gelegenen Ortsteile Kleinhau, Großhau, Hürtgen, Schafberg, Brandenburg, Bergstein und Zerkall und Vossenack sowie Kreuzau-Obermaubach mit aktuell zusammen ca. 7.260 Einwohnern.<sup>14</sup> Dem erweiterten Einzugsgebiet sind die in Richtung Düren bzw. Kreuzau gelegenen Ortsteile Gey, Straß und Horm sowie die südlichen Ortsteile Raffelsbrand und Simonskall (alle Gemeinde Hürtgenwald) mit zusammen ca. 2.880 Einwohnern zuzurechnen. Darüber hinaus sind Streuumsätze aufgrund der Lage an den Bundesstraße 399 bzw. der Landesstraße 11 zu erwarten, die sich vor allem auf Pendler zwischen der Nord-eifel und Düren beziehen.

Das **vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen** für den projektierten Lebensmittelmarkt errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag von aktuell ca. 2.871 € p.a. für nahversorgungsrelevante Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren), gewichtet mit der gemeindespezifischen Kaufkraftkennziffer.<sup>15</sup>

Da das Angebot eines Nonfood-Discounters den Großteil des gesamten Warensortimentes (rd. 70 %) im Jahresablauf umfasst,<sup>16</sup> beläuft sich der Pro-Kopf-Ausgabebetrag für die Berechnung des projektrelevanten Nachfragevolumens ohne Berücksichtigung des regionalen Kaufkraftniveaus auf insgesamt rd. 4.748 € pro Jahr.

---

<sup>14</sup> Um den unterschiedlichen Anforderungen an eine verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in verdichteten städtischen Bereichen einerseits und in dünner besiedelten ländlichen Räumen andererseits Rechnung zu tragen, wird bereits im Bericht der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Einzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ (in ZfBR 2002, 598, 601) empfohlen, dass der Nahbereich nach der Einwohnerdichte unterschiedlich abzugrenzen sei.

<sup>15</sup> Vgl. IFH-Marktvolumen 2019, BBE-Berechnungen und Ergänzungen 2020. Die Marktentwicklungen für das Jahr 2020 sind stark durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie beeinflusst (u.a. starkes Umsatzwachstum der Lebensmittelmärkte infolge der Gastronomie-Schließungen, Rückgang des stationären Nonfood-Umsatzes infolge der Geschäftsschließungen). Nach Beendigung der pandemie-bedingten Einschränkungen ist davon auszugehen, dass sich das Ausgabeverhalten der Verbraucher wieder auf das Niveau des Jahres 2019 einpendeln wird (ohne Berücksichtigung der Teuerungsrate).

<sup>16</sup> Der Sonderpostenmarkt führt keine pharmazeutischen, medizinischen, orthopädischen Artikel, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Uhren, Optik etc.

Die Höhe der **Kaufkraftkennziffer** wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer stellt unabhängig von der Gemeindegröße das Verhältnis des in Hürtgenwald verfügbaren Nettoeinkommens zum Gesamteinkommen in Deutschland dar, welches für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht. Die durchschnittliche Kaufkraftkennziffer für alle Einzelhandelssortimente der Gemeinde Hürtgenwald liegt bei 103,7 und somit über dem Bundesdurchschnitt (= 100,0).<sup>17</sup> Auch in den Nachbargemeinden Simmerath (101,4), Kreuzau (102,2), Nideggen (104,3) und Roetgen (118,0) werden überdurchschnittliche Kaufkraftkennziffern erreicht, während das Kaufkraftniveau in Düren (88,1) unterdurchschnittlich ausfällt.

Unter Berücksichtigung der erläuterten Parameter steht im abgegrenzten Einzugsgebiet ein **Kaufkraftvolumen** in Höhe von ca. 29,7 Mio. € im Jahr für die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren zur Verfügung.<sup>18</sup> Davon entfallen auf das Kerneinzugsgebiet (Zone 1) ca. 21,3 Mio. € und auf das erweiterte Einzugsgebiet (Zone 2) ca. 8,4 Mio. €. Das für den projektierten Nonfood-Discounter relevante Kaufkraftpotenzial addiert sich im Einzugsgebiet auf ca. 50,1 Mio. € (davon 35,9 Mio. € in Zone 1 und 14,2 Mio. € in Zone 2).

## 6.2 Marktabschöpfung und Umsatzerwartung des geplanten Lebensmittelmarktes

Die Einschätzung des infolge der geplanten Aldi Süd-Ansiedlung zu erwartenden Umsatzes bildet die Voraussetzung für die Prognose der ausgelösten Umsatzumlenkungen und der hierdurch möglicherweise hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen.

Die Umsatzerwartung des Planvorhabens hängt zunächst von der Verkaufsflächengröße und von der Sortimentsaufteilung ab. Hinzu kommen aber auch die Gesamtattraktivität des Standortes, die standortbezogene Wettbewerbsintensität und das zur Verfügung stehende Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet.

Unter Berücksichtigung dieser Faktoren kann der geplante Aldi Süd-Markt in Ergänzung zu den in Kleinhau ansässigen Lebensmittelmärkten nach **BBE-Prognose** max. 20 % des in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren verfügbaren Kaufkraftpotenzials im Einzugsgebiet binden (vgl. Abbildung 9). Dabei ist im Kerneinzugsgebiet (Zone 1) eine Kaufkraftbindung von ca. 22 % und im erweiterten Einzugsgebiet (Zone 2) - aufgrund der stärkeren Einkaufsorientierung auf die Umlandorte - eine Kaufkraftbindung von ca. 15 % zu erwarten.

Die (diffusen) Streuumsätze resultieren aus den regionalen Pendlerbeziehungen und werden auf ca. 1,0 Mio. € Umsatz (gleichbedeutend 14 % des Prognoseumsatzes) prognostiziert. Unter Berücksichtigung

<sup>17</sup> Vgl. MB-Research, Kaufkraft nach Sortimenten 2021

<sup>18</sup> Das nahversorgungsrelevante Kaufkraftpotenzial in der Gemeinde Hürtgenwald beläuft sich auf ca. 25,8 Mio. €.

von Umsätzen mit den Aldi Süd-typischen Nonfood-Sortimenten<sup>19</sup> beläuft sich die Umsatzerwartung für den geplanten Aldi Süd-Markt nach der BBE-Prognose auf insgesamt **max. 8,2 Mio. €**.

**Abbildung 9: Marktanteile und Umsatz des projizierten Aldi Süd-Marktes (BBE-Prognose)**

Bereich	Erwarteter Umsatz	Umsatzanteil	Kaufkraftpotenzial	Kaufkraftbindungsquote
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Zone 1: Kerneinzugsgebiet	4,7	67	21,3	22
Zone 2: erweitertes Einzugsgebiet	1,3	19	8,4	15
<b>Einzugsgebiet gesamt</b>	<b>6,0</b>	<b>86</b>	<b>29,7</b>	<b>20</b>
Diffuse Umsatzzuflüsse	1,0	14	./.	./.
<b>Nahversorgungsrelevante Kernsortimente gesamt</b>	<b>7,0</b>	<b>100</b>	<b>./.</b>	<b>./.</b>
Nonfood-Sortimente	1,2	./.	./.	./.
<b>Lebensmittelmarkt gesamt</b>	<b>8,2</b>	<b>./.</b>	<b>./.</b>	<b>./.</b>

Quelle: BBE-Berechnungen 2021, Rundungsdifferenzen möglich

Laut sekundärstatistischen Daten beträgt der **durchschnittliche** Umsatz einer Aldi Süd-Filiale in Deutschland rd. 9,1 Mio. €. Dies entspricht bei einer durchschnittlichen Filialgröße von ca. 990 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche einer **Flächenproduktivität von ca. 9.130 € Umsatz je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche**.<sup>20</sup> Grundsätzlich gilt für die Aldi Süd-Märkte, dass unabhängig von der Filialgröße in allen Märkten dasselbe Angebot vorgehalten wird. Damit geht tendenziell einher, dass die kleineren Filialen (mit einem höheren Personalaufwand) einen auf die Fläche bezogenen höheren Umsatz erzielen können als die Filialen, die dasselbe Angebot auf einer größeren Fläche präsentieren (und damit weniger häufig Ware nachlegen müssen).

Der erzielbare Umsatz einer Aldi Süd-Filiale steigt damit nicht linear mit der Verkaufsfläche. Auch ist zu berücksichtigen, dass dieser Durchschnittswert starke Schwankungen überdeckt, die aus der Wettbewerbssituation, dem Nachfragepotenzial und der konkreten Standortsituation resultieren.

<sup>19</sup> Bei den Nonfood-Sortimenten handelt es sich vornehmlich um die wöchentlich wechselnden Aktionswaren.

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

<sup>20</sup> Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report – Germany 2020/2021

Für die unterdurchschnittliche Umsatzerwartung des geplanten Aldi Süd-Marktes in Hürtgenwald nach der BBE-Prognose sind die ausgeprägte Wettbewerbssituation im Umland und das geringe erzielbare Marktpotenzial ausschlaggebend. Gleichwohl soll für eine **Worst-Case-Betrachtung** angenommen werden, dass der projektierte Markt mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.165 m<sup>2</sup> einen Umsatz erzielen kann, der der **durchschnittlichen Aldi Süd-Flächenleistung** entspricht. Damit wird in die Umsatzumverteilungs-Prognose ein **Umsatz von ca. 12,0 Mio. €** unterstellt, der eine Kaufkraftbindung von ca. 34 % der im Einzugsgebiet verfügbaren Kaufkraft voraussetzen würde.

Diese Versorgungsbedeutung des Vorhabens ist vor dem Hintergrund der Siedlungs- und Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum sowie der zu erwartenden Ausstrahlungskraft und des erreichbaren Einzugsgebietes als nicht wirtschaftlich realisierbar zu bewerten. Gleichwohl wird dieser theoretische Fall in die folgende Auswirkungsanalyse eingestellt.

### 6.3 Marktabschöpfung und Umsatzerwartung des geplanten Nonfood-Discounters

Für den geplanten Centershop-Markt kann unterstellt werden, dass er aufgrund seines breiten, jedoch nicht tief-gegliederten Sortimentes ca. 3 – 4 % der projektrelevanten Kaufkraft im Einzugsgebiet binden kann.

Mit rd. 64 % wird der geplante Nonfood-Discounter damit den Großteil seines Umsatzes mit Kunden aus dem Kerneinzugsgebiet (Zone 1) erwirtschaften. Gut 20 % des Umsatzes werden mit Kunden aus der dem erweiterten Einzugsgebiet (Zone 2) generiert. Darüber hinaus werden rund 14 % des Umsatzes (ca. 0,3 Mio. €) als (diffuse) Streuumsätze durch Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes (u. a. Pendler) zufließen.

**Abbildung 10: Marktanteile und Umsatz des projektierten Centershop-Marktes (BBE-Prognose)**

Bereich	Erwarteter Umsatz	Umsatzanteil	Kaufkraftpotenzial	Kaufkraftbindungsquote
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Zone 1: Kerneinzugsgebiet	1,4	64	35,9	4
Zone 2: erweitertes Einzugsgebiet	0,5	22	14,2	3
<b>Einzugsgebiet gesamt</b>	<b>1,9</b>	<b>86</b>	<b>50,1</b>	<b>4</b>
Diffuse Umsatzzuflüsse	0,3	14	./.	./.
<b>Nonfood-Discounter gesamt</b>	<b>2,2</b>	<b>100</b>	<b>./.</b>	<b>./.</b>

Quelle: BBE-Berechnungen 2021, Rundungsdifferenzen möglich

**Auswirkungsanalyse • Ansiedlung Aldi-Süd / Centershop • Hürtgenwald**

Für die projektierte Centershop-Filiale lässt sich ein Gesamtumsatz von max. 2,2 Mio. € prognostizieren. Bezogen auf die geplante Verkaufsfläche von rd. 1.240 m<sup>2</sup> wird somit eine Flächenleistung des Centershops auf ca. 1.800 € je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche belaufen. Bezogen auf die mittleren Leistungsdaten entspricht dies einer überdurchschnittlichen Produktivitätswert. Denn im Durchschnitt erzielen vergleichbare Anbieter der projektierten Größe eine Flächenleistung von rd. 750 - 1.000 € /m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.<sup>21</sup> Unter Berücksichtigung auch der siedlungs- und versorgungsstrukturellen Rahmenbedingungen ist dies als Worst-Case-Ansatz zu bewerten.

**Abbildung 11: Umsatz der geplanten Centershop-Filiale nach Sortimenten**

Sortiment	sortiments-spezifische VKF	Flächenproduktivität	Umsatz	
	in m <sup>2</sup>	in € je m <sup>2</sup>	in Mio. €	in %
Bau- und Gartenbedarf	830 <sup>1</sup>	1.400	1,2	54
Heimtierbedarf	50	1.500	0,1	5
Möbel, Wohn- und Einrichtungsbedarf	30	1.800	0,1	5
<b>Nicht-zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>910</b>	<b>1.600</b>	<b>1,4</b>	<b>64</b>
Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren, Dekorationsartikel	105	1.800	0,2	9
Textil	30	2.500	0,1	4
Spielwaren, Bastel- und Hobbybedarf	65	1.600	0,1	5
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	<b>200</b>	<b>2.000</b>	<b>0,4</b>	<b>18</b>
Nahrungs- und Genussmittel	40	4.000	0,2	9
Drogeriewaren	90	2.500	0,2	9
<b>Nahversorgungsrelevante Sortimente</b>	<b>130</b>	<b>3.000</b>	<b>0,4</b>	<b>18</b>
<b>Nonfood-Discounter gesamt</b>	<b>1.240</b>	<b>1.800</b>	<b>2,2</b>	<b>100</b>

<sup>1</sup> davon von rd. 440 m<sup>2</sup> Außenverkaufsfläche  
Quelle: BBE-Berechnungen im Rückgriff auf die für Centershop übliche Flächen- / Sortimentskonzeption und die Sortimentsliste der Gemeinde Hürtgenwald; Rundungsdifferenzen möglich

<sup>21</sup> Vgl. hierzu auch Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report - Germany, 2010 / 2011: Die wichtigsten Nonfood-Discounter/Sonderpostenmarktbetreiber Tedi, Thomas Philipps, Schum Euroshop, Kodi, Pfennigpfeiffer und Jawoll verfügen zusammen über ca. 1.600 Filialen und einen Umsatz von knapp 1 Mrd. €, so dass im Durchschnitt ein Umsatz von ca. 0,6 Mio. € je Betriebsstätte erzielt wird.

**Auswirkungsanalyse • Ansiedlung Aldi-Süd / Centershop • Hürtgenwald**

Auf die nicht-zentrenrelevanten Sortimente entfallen rd. 64 % der Umsatzerwartung (rd. 1,4 Mio. €), während die nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente insgesamt rd. 0,8 Mio. € Umsatz (rd. 36 %) auf sich vereinen können. Sortimentsbezogen sind die höchsten Umsätze für das nicht-zentrenrelevante Bau- / Gartenmarktsegment (rd. 1,2 Mio. €) zu erwarten. Auf die Warengruppen Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltsartikel / Dekoration, Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren entfallen Umsatzgrößen von jeweils rd. 0,2 Mio. €. Darüber hinaus ist in den Warengruppen Textil, Spielwaren, Bastel- und Hobbybedarf, Heimtierbedarf sowie Möbel, Wohn- und Einrichtungsbedarf eine Umsatzgröße von jeweils rd. 0,1 Mio. € zu erwarten.

Bei dem prognostizierten Gesamtumsatz für den Centershop-Markt von ca. 2,2 Mio. € bewegen sich die in den einzelnen Warengruppen zu erwartenden Umsatzleistungen – mit Ausnahme des Bau- und Gartenmarktsektors – durchweg auf einem relativ niedrigen Niveau.

## 7 Auswirkungsanalyse

### 7.1 Einleitung

Bei der Umsatzprognose werden die Abschöpfungsquoten der Planvorhaben im projektrelevanten Einzugsgebiet ermittelt und somit dargelegt, welche Versorgungsbedeutung die geplanten Märkte (Aldi Süd und Centershop) im Einzugsgebiet übernehmen können bzw. im Rahmen der Worst-Vase-Betrachtung übernehmen müssen.

Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind jedoch die durch die Vorhaben gegenüber den bereits ansässigen Betrieben induzierten Umverteilungseffekte in der Worst-Case-Variante relevant. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall am Filialstandort zu erwartende Umsatz jeweils zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht, da durch die Ansiedlungen nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern / Wettbewerbsstandorten umverteilt wird.<sup>22</sup>

Für die städtebauliche Bewertung der Ansiedlungsvorhaben ist entscheidend, ob durch die geplanten Einzelhandelsbetriebe zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden oder die Nahversorgung in Wohngebieten nachteilig beeinflusst wird.<sup>23</sup> Diese negativen Auswirkungen wären zu unterstellen, wenn infolge der geplanten Ansiedlung des Lebensmittelmarktes bzw. des Nonfood-Discounters solche Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können. Die Entwicklungsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen wäre dann beeinträchtigt, wenn bei Realisierung der Projektplanung die Chancen bestehender Betriebe zur Anpassung an Marktentwicklungen oder die Entwicklungschancen zum Ausbau zentraler Versorgungsbereiche eingeschränkt würden.

Städtebaulich relevante Auswirkungen liegen somit regelmäßig dann vor, wenn

- die Versorgung der Bevölkerung erheblich eingeschränkt wird, da infolge eines der Planvorhaben flächendeckende Geschäftsaufgaben bzw. Aufgaben von strukturprägenden Betrieben in zentralen Versorgungsbereichen bzw. an wohnungsnahen Standorten zu befürchten sind, bzw.

---

<sup>22</sup> Dabei werden „Worst-Case-Annahmen“ u. a. hinsichtlich der Auswirkungen für städtebaulich integrierte Wettbewerber (zentrale Versorgungsbereiche / wohnungsnah Standorte) getroffen.

<sup>23</sup> Die Einschätzung städtebaulicher Auswirkungen wird an die Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO angelehnt, wonach sich Einzelhandelsbetriebe „nicht nur unwesentlich“ auswirken dürfen. Noch nicht abschließend geklärt ist, ab welcher Höhe des Schwellenwertes gravierende Auswirkungen auftreten können. In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis hat sich als quantitative Orientierungsgröße etabliert, dass bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust von 10 %, bei anderen Sortimenten von 20 % als abwägungsrelevant angesehen wird. Bis zu diesen Abwägungsschwellenwerten ist regelmäßig davon auszugehen, dass sich keine erheblichen städtebaulichen Folgen ergeben werden. Es müssen jedoch weitere qualitative Indikatoren geprüft werden, um die Auswirkungen des Vorhabens beurteilen zu können.

- das Planvorhaben zu Leerständen und damit zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche führt und
- das Planvorhaben (geplante) Ansiedlungen in zentralen Versorgungsbereichen verhindern könnte.

## 7.2 Umsatzumverteilungseffekte des geplanten Lebensmittelmarktes

Im Falle der geplanten Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes in Hürtgenwald-Kleinbau ist ein Umsatz in der Worst-Case-Variante von maximal 12,0 Mio. € anzusetzen. Davon wird der Großteil (rd. 10,4 Mio. €) auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente entfallen, mit den Nonfood-Sortimenten (vor allem wöchentlich wechselnde Aktionswaren) werden voraussichtlich rd. 1,6 Mio. € Umsatz erzielt.

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

- Die durch die Ansiedlungsplanung hervorgerufenen Umsatzverlagerungen gehen in erster Linie zu Lasten derjenigen Wettbewerber, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen. Dies bedeutet, dass als Hauptwettbewerber des Aldi Süd-Marktes in erster Linie größere Lebensmittelmärkte anzusehen sind. Angesichts der Aldi-Filialnetzdicke ist auch eine hohe Kannibalisierung im eigenen Filialnetz zu unterstellen.
- Mit zunehmender Entfernung des Projektstandortes nimmt die Stärke der Umsatzverlagerungseffekte ab. Das bedeutet, dass Einzelhandelsbetriebe im näheren Umfeld des Projektstandortes stärker von Umsatzverlagerungen betroffen sind als weiter entfernt gelegene Betriebe.

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

- Aufgrund der großen zurückzulegenden Wegstrecken im ländlichen Raum werden Einkäufe häufig mit anderen Erledigungen verbunden. Damit ist nicht nur der Einkauf von Artikeln des täglichen Bedarfs im Wohnumfeld von Bedeutung, häufig wird dieser Einkauf von Pendlern auch am Arbeitsort bzw. auf dem Weg zwischen Wohn- und Arbeitsort erledigt.

Die Marktbeobachtung zeigt, dass sich die Umverteilungen durch Discountmarktansiedlungen in erster Linie auf Anbieter desselben Filialnetzes bzw. Betriebstyps (Lebensmittelmärkte) beziehen. Dies resultiert bei „gesättigten“ Märkten daraus, dass sich Einkaufsmuster herausgebildet haben, die insbesondere aufgrund des standardisierten Discountmarktangebotes nur zu geringen Änderungen der Einkaufsgewohnheiten der Kunden führen.

Demgemäß werden sich die durch die projektierte Aldi Süd-Ansiedlung in Hürtgenwald-Kleinhau maximal zu erwartenden Umsatzumverteilungen vor allem auf die nächstgelegenen Lebensmittelmärkte (Lidl/ Rewe) sowie auf Märkte im eigenen Filialnetz (Aldi Süd in Düren, Simmerath, Kreuzau, Nideggen) beziehen.

Für die Lebensmittelanbieter im **Hauptzentrum Kleinhau** werden sich die Umverteilungen in der Worst-Case-Variante voraussichtlich auf ca. 2,8 Mio. € (gleichbedeutend ca. 18 % des relevanten Wettbewerbsumsatzes) belaufen. Für die kleinteiligen Nahversorgungsstrukturen u. a. in den Siedlungsbereichen Gey, Vossenack und Bergstein sind dagegen nur geringe Umsatzeinbußen (zusammen ca. 0,2 Mio. €, gleichbedeutend 5 - 6 % des derzeitigen Umsatzes) zu prognostizieren. Dies resultiert aus der geringen Angebots- und Zielgruppenüberschneidung mit dem geplanten Lebensmittelmarkt. Die kleinteiligen Lebensmittelgeschäfte, Ladenhandwerksbetriebe und Hofläden dienen vor allem einer ausschnittweisen Nahversorgung und teilweise dem Vergesslichkeitsbedarf der Bevölkerung in eng begrenzten Nahbereichen, können jedoch keine vollständige Grundversorgung sicherstellen, sodass nur geringe Wettbewerbsbeziehungen zum Planvorhaben eintreten werden. Diese Einschätzung gilt grundsätzlich auch für den geplanten Netto-Markt in Gey.

Gleichzeitig kann der zusätzliche Aldi Süd-Markt einen Teil der heute abfließenden Kaufkraft in Hürtgenwald binden. Dies führt zu Umsatzumverteilungen bei den Wettbewerbern in den Umlandgemeinden. Aufgrund der starken Pendlerbeziehungen nach Düren und Kreuzau sind hier starke Umlenkungen zu erwarten. Die Bevölkerung im südlichen Gemeindegebiet sowie die Pendler nach Aachen sind aktuell vor allem auf das Lebensmittelangebot in Simmerath und Roetgen ausgerichtet, sodass auch hier bei einer Angebotsergänzung in Hürtgenwald Umsatzumverteilungen eintreten werden.

In der Stadt **Düren** wird das Fachmarktzentrum „Am Ellernbusch“ als regional ausstrahlender Verbundstandort verschiedener Lebensmittel- und sonstiger Fachmärkte am stärksten von Umsatzverlusten betroffen sein (ca. 3,3 Mio. €, gleichbedeutend ca. 8 % des relevanten Wettbewerbsumsatzes in der Worst-Case-Variante). Dagegen sind nur geringe Auswirkungen für die überwiegend auf die lokale Nahversorgung ausgerichteten Wettbewerber in Düren-Lendersdorf/Niederau (ca. 0,2 Mio. €, gleichbedeutend ca. 1 %) zu erwarten.

Auch in **Simmerath** kann die Fachmarkttagglomeration entlang der Humboldtstraße, die teilweise dem Hauptzentrum zugeordnet ist, eine große räumliche Ausstrahlungskraft entfalten, sodass die hier ansässigen Lebensmittelmärkte auch von starken Umverteilungen bei einer Wettbewerbsverschärfung betroffen

sein werden. Für den Geschäftsbereich in Simmerath<sup>24</sup> ist ein Umsatzverlust von insgesamt ca. 2,0 Mio. € (gleichbedeutend ca. 6 % des relevanten Wettbewerbsumsatzes) zu prognostizieren.

In **Kreuzau** beziehen sich die Wettbewerbswirkungen vor allem auf die Lebensmittelmärkte Aldi Süd und Lidl im Hauptzentrum (ca. 1,0 Mio. €/ ca. 6 %), während die Zielgruppenüberschneidungen mit dem Fachmarktzentrum Winden deutlich geringer ausfallen werden (ca. 0,2 Mio. €/ ca. 2 %).

In **Nideggen** stellt das Fachmarktzentrum Jülicher Straße/ Thumer Linde den wichtigsten Versorgungsstandort für nahversorgungsrelevante Sortimente dar. Die Umsatzumverteilungen vor allem für die ansässigen Lebensmittelmärkte werden sich hier auf ca. 0,9 Mio. € (ca. 4 % des relevanten Wettbewerbsumsatzes) beziehen.

Auch für die Gemeinde **Roetgen** ist nur ein geringer Umsatzverlust zu prognostizieren (ca. 0,2 Mio. €/ca. 1 %), der genauso wie die diffusen Umverteilungen an **sonstigen Standorten** (ca. 1,2 Mio. €) aus den hohen Pendlerzahlen in der Gemeinde Hürtgenwald resultiert.

Für die Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen ist von Bedeutung, dass die in der Gemeinde Hürtgenwald ansässigen Nahversorgungsbetriebe aktuell keine bedarfsgerechte lebensmittelbezogene Grundversorgung für die Bevölkerung in der Gemeinde sicherstellen können. Dies ist ablesbar an einer geringen Umsatz-Kaufkraft-Relation von aktuell ca. 69 % bei Nahrungs- und Genussmitteln/Drogeriewaren. Nach Ansiedlung des Aldi Süd-Marktes wird in der BBE-Prognose die gemeindliche Umsatz-Kaufkraft-Relation - vor allem durch die Reduzierung bislang aus Hürtgenwald an Umlandstandortorte abfließende Kaufkraft - auf ca. 89 % gesteigert, sodass dann eine deutlich bessere Versorgungsausstattung gegeben sein wird.<sup>25</sup>

Das Planvorhaben dient der Festigung der Versorgungsstrukturen für die Bevölkerung in der Gemeinde Hürtgenwald. Für den unter absatzwirtschaftlichen Gesichtspunkten realistischen Fall einer geringeren Umsatzerwartung für das Planvorhaben (BBE-Prognose) sind insbesondere für die Umlandgemeinden Umsatzumverteilungen zu erwarten, die mindestens um rd. ein Drittel niedriger ausfallen.

---

<sup>24</sup> Trotz der unmittelbaren Nachbarschaft und der funktionalen Einheit sind die Lebensmittelmärkte Aldi Süd und Netto im Einzelhandelskonzept formal nicht dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet.

<sup>25</sup> Aktuell: ca. 17,8 Mio. € Umsatz : 25,8 Mio. € Kaufkraft = 69 % nahversorgungsrelevante Umsatz-Kaufkraft-Relation in der Gemeinde Hürtgenwald. Unter Berücksichtigung der Umsätze mit auswärtigen Kunden kann der ansässige Einzelhandel knapp zwei Drittel der in Hürtgenwald vorhandenen Kaufkraft binden, während ca. 10 Mio. € an andere Einkaufsorte abfließen.

Nach Aldi Süd-Realisierung (BBE-Prognose): ca. 22,9 Mio. € Umsatz : 25,8 Mio. € Kaufkraft = 89 % nahversorgungsrelevante Umsatz-Kaufkraft-Relation in der Gemeinde Hürtgenwald.

Abbildung 12: Umsatzumverteilungseffekte des geplanten Aldi-Süd Lebensmittelmarktes

Umverteilung	Derzeitiger Wettbewerberumsatz	Worst-Case-Variante		BBE-Prognose	
		Umsatzumverteilung		Umsatzumverteilung	
Standort	in Mio. €	in Mio. €	in % des derzeitigen Umsatzes	in Mio. €	in % des derzeitigen Umsatzes
Hauptzentrum Hürtgenwald-Kleinhau <sup>1</sup>	15,6	2,8	18	2,5	16
Nahversorgung Hürtgenwald-Gey <sup>1</sup>	1,6	0,1	5	(*)	(*)
Nahversorgung Hürtgenwald-Vossenack <sup>1</sup>	2,0	0,1	5	(*)	(*)
Nahversorgung Hürtgenwald-Bergstein <sup>1</sup>	0,4	(*)	(*)	(*)	(*)
<b>Gemeinde Hürtgenwald</b>	<b>19,6</b>	<b>3,0</b>	<b>15</b>	<b>2,6</b>	<b>13</b>
Hauptzentrum Simmerath <sup>2</sup>	19,1	0,9	5	0,5	3
Sonstige Standorte Simmerath <sup>2</sup>	12,5	1,1	9	0,7	6
<b>Gemeinde Simmerath</b>	<b>31,6</b>	<b>2,0</b>	<b>6</b>	<b>1,2</b>	<b>4</b>
Fachmarktzentrum Nideggen-Jülicher Straße/ Thumer Linde <sup>2</sup>	24,0	0,9	4	0,5	2
Nahversorgung Nideggen-Schmidt <sup>2</sup>	2,5	(*)	(*)	(*)	(*)
<b>Gemeinde Nideggen</b>	<b>26,5</b>	<b>0,9</b>	<b>3</b>	<b>0,5</b>	<b>2</b>
Hauptzentrum Kreuzau <sup>2</sup>	16,6	1,0	6	0,7	4
Fachmarktzentrum Kreuzau-Winden <sup>2</sup>	10,9	0,2	2	0,1	1
<b>Gemeinde Kreuzau</b>	<b>27,5</b>	<b>1,2</b>	<b>4</b>	<b>0,8</b>	<b>3</b>
Nahversorgungszentrum Düren-Lendersdorf <sup>2</sup>	6,3	(*)	(*)	(*)	(*)
Sonstige Standorte Düren-Lendersdorf/ Niederau <sup>2</sup>	11,2	0,2	2	(*)	(*)
Fachmarktzentrum Düren-Am Ellernbusch <sup>2</sup>	41,7	3,3	8	2,2	5
<b>Stadt Düren (südliches Stadtgebiet)</b>	<b>59,2</b>	<b>3,5</b>	<b>6</b>	<b>2,2</b>	<b>4</b>
Hauptzentrum Roetgen <sup>2</sup>	23,3	0,2	1	0,1	(*)
<b>Gemeinde Roetgen</b>	<b>23,3</b>	<b>0,2</b>	<b>1</b>	<b>0,1</b>	<b>(*)</b>
Sonstige Standorte	./.	1,2	./.	0,8	./.
<b>Gesamt</b>	<b>./.</b>	<b>12,0</b>	<b>./.</b>	<b>8,2</b>	<b>./.</b>

(\*) marginal (< 0,1 Mio. €/ < 1 %)  
<sup>1</sup> Lebensmittelmärkte (inkl. Nonfood-Sortimente), Lebensmittelgeschäfte, Bäckereien, Metzgereien, Kioske  
<sup>2</sup> ohne kleinteiligen Nahversorgungseinzelhandel  
Quelle: BBE-Berechnungen 2021

### 7.3 Umsatzumverteilungseffekte des geplanten Nonfood-Discounters

Im Falle der geplanten Ansiedlung eines Nonfood-Discounters in Hürtgenwald-Kleinhau ist ein Umsatz in der Worst-Case-Variante von maximal 2,2 Mio. € zu erwarten. Die Einschätzung der zu erwartenden Umsatzverlagerungseffekte basieren auf folgenden Annahmen:

- Das Sortimentskonzept von Centershop zeigt sich extrem differenziert und umfasst eine Vielzahl von Warengruppen, die allerdings – mit Ausnahme der Artikel des Bau- und Gartenbedarfs – jeweils nur in einem sehr geringen Ausschnitt angeboten werden. Dabei ist durchgängig eine starke Preisorientierung festzustellen.
- Das Planvorhaben wird insbesondere mit preisorientierten Fachmarktkonzepten konkurrieren. Dabei werden grundsätzlich die größten Angebotsüberschneidungen mit Nonfood-Discountern und Sonderpostenmärkten bestehen. Zudem übernimmt der sonstige preisaggressive Einzelhandel (insbesondere Bau-/Gartenmärkte, aber auch Niedrigpreiskaufhäuser, Bekleidungsfachmärkte, Möbel-/Einrichtungsfachmärkte, SB-Warenhäuser und Lebensmitteldiscounter) wesentliche Versorgungsfunktionen in diesem Marktsegment. Die Lebensmitteldiscountmärkte sind vor allem aufgrund ihres wöchentlich wechselnden Aktionswarensortiments wettbewerbsrelevant.
- Hinsichtlich der Verkaufsphilosophie zielt Centershop folglich nicht primär auf Kunden ab, die gezielt ein bestimmtes Produkt erwerben möchten; stattdessen wird mit einer ausgeprägten Discountstrategie darauf abgezielt, Zusatz- bzw. Impulskäufe anzuregen. Die Angebotsüberschneidungen mit dem spezialisierten Facheinzelhandel sind daher nur marginal.
- Dementsprechend weisen Centershop-Märkte nur einen stark eingeschränkten Wettbewerbsbezug zu Betriebsformen wie Fachgeschäften, Fachmärkten sowie Kauf- und Warenhäusern auf, die vom Kunden gezielt und aufgrund eines bestimmten Kaufinteresses aufgesucht werden und in ihren jeweiligen Sortimenten vor allem in der Tiefe wesentlich umfassendere Angebote vorhalten.
- Die stark ausgeprägte Kleinteiligkeit des Sortiments in Kombination mit einem zumeist nur temporären Angebot hat zur Folge, dass etwaige Wettbewerbswirkungen eine große Streuung aufweisen und folglich auf einzelbetrieblicher Ebene jeweils nur zu geringen Umsatzrückgängen führen.
- Aufgrund des hohen Anteils häufig wechselnder Postenware ändern sich die Wettbewerbswirkungen des Marktes zudem über den Jahresverlauf.

Unter Beachtung der vorab dargelegten Sachzusammenhänge lassen sich die zu erwartenden Auswirkungen der geplanten Centershop-Ansiedlung in Hürtgenwald wie folgt zusammenfassen:

Wie bereits im vorstehenden Kapitel dargelegt, wird für den geplanten Centershop im Worst-Case-Szenario eine Umsatzgröße von insgesamt max. 2,2 Mio. € prognostiziert. Auf die nicht-zentrenrelevanten Sortimente entfallen hiervon rd. 64 % der Umsatzerwartung (rd. 1,4 Mio. €), während die nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente insgesamt rd. 0,8 Mio. € Umsatz (rd. 36 %) auf sich vereinen können. Dabei ist lediglich im Bau- und Gartenbedarf mit rd. 1,2 Mio. € ein größerer sortimentsbezogener Umsatz zu prognostizieren, sodass sich die in den einzelnen Warengruppen zu erwartenden Umsatzleistungen – mit Ausnahme des Bau- und Gartenmarktsektors – durchweg auf einem relativ niedrigen Niveau bewegen.

Die wettbewerbliche Auswirkungen des Planvorhabens kommen innerhalb bestehender Marktstrukturen vorrangig bei vergleichbaren Anbietern, also Vertriebskonzepten mit vergleichbarer Warenausrichtung zum Tragen. Somit sind intensiven Wettbewerbsbeziehungen gegenüber den nächstgelegenen Nonfood-Discountern / Sonderpostenmärkten zu erwarten. Diese sind mit Filialen von Action, Thomas Philipps und Tedi in den Gemeinden Simmerath und Nideggen sowie in der Stadt Düren ansässig.<sup>26</sup> Gegenüber diesen Anbietern sind Umverteilungsquoten von bis zu 6 % des derzeitigen Umsatzes zu erwarten. Bei einem prognostizierten Umsatzverlust in dieser Größenordnung werden die Nonfood-Discounters bzw. Sonderpostenmärkte zwar wettbewerblich tangiert, aber nicht in ihrer Existenz gefährdet.

Da lediglich im Bau- und Gartenbedarf mit rd. 1,2 Mio. € ein größerer sortimentsbezogener Umsatz zu prognostizieren ist werden sich die Wettbewerbswirkungen auch gegenüber Fachanbietern einstellen. Hiervon werden im Wesentlichen die Bau- und Gartenmärkte Toom und Obi in Düren sowie Mobau Thelen und Botanika in Simmerath betroffen sein. Nachrangig gilt dies auch für die regional ausstrahlenden größeren Gartencenter in Kreuzau und Nideggen. Nach der Ansiedlung des Planvorhabens ist davon auszugehen, dass sich die Umsatzleistung dieser Märkte um bis zu 3 % des derzeitigen Umsatzes reduzieren wird. Allerdings werden sich die Umsätze dieser Anbieter weiterhin auf einem Niveau bewegen, bei dem die Märkte auch nach Realisierung des Planvorhabens rentabel betrieben werden können.

Da das Planvorhaben den Großteil seines Umsatzes im Bau- und Gartenbedarf erwirtschaften wird und die untersuchungsrelevanten Anbieter des Bau- und Gartenbedarfs nicht als prägend für die innerörtlichen zentralen Versorgungsbereiche gelten, wird das Planvorhaben somit auch den Großteil seines Umsatzes durch Umverteilungen gegenüber Einzelhandelsbetrieben an Standorten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche generieren.

Auf die nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente entfällt ein Umsatz von insgesamt rd. 0,8 Mio. €. Hierbei bewegen sich die zu erwartenden Umsätze mit jeweils ca. 0,1 - 0,2 Mio. € je Sortiment insgesamt auf einem niedrigen Niveau.

Aufgrund der nur geringen absoluten Höhe sowie der Vielzahl an Wettbewerben kann eine standort-/anbieterbezogene Quantifizierung der Umsatzverluste auf prognostischem Wege nicht seriös gewährleistet

---

<sup>26</sup> Auch die nächstgelegenen Centershop-Filialen sind in Düren und Eschweiler ansässig und begrenzen zusätzlich das betriebliche Einzugsgebiet des geplanten Marktes in Hürtgenwald.

werden. Sichergestellt ist aber, dass sich die zu erwartenden Umsatzeinbußen einzelbetrieblich auf einem so niedrigen Niveau bewegen werden, dass gegenüber dem Facheinzelhandel innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche allenfalls marginale Wettbewerbswirkungen zu erwarten sind, sodass im Realisierungsfall des Vorhabens in Kleinbau Betriebsschließungen grundsätzlich ausgeschlossen werden können. Zu beachten ist dabei zudem, dass sich die projektrelevanten Angebote im Wesentlichen auf Randsortimente der tangierten Anbieter und wenige kleinere Einzelhandelsbetriebe mit projektrelevantem Kernsortiment beschränken. Betriebsgefährdende Auswirkungen auf strukturprägende Betriebe in den Innenstädten bzw. Ortskernen der Nachbarkommunen können somit durchgängig ausgeschlossen werden.

Auch gegenüber Anbietern an wohnungsnahen Standorten sind ebenfalls nur sehr geringe Wettbewerbswirkungen zu erwarten, die sich meist auf die Randsortimente einzelner Anbieter beziehen, sodass auch hier Betriebsschließungen infolge der Ansiedlung des Planvorhabens auszuschließen sind.

Zusammenfassend ist festzustellen, dass durch die geplante Ansiedlung einer Centershop-Filiale in Hürtgenwald-Kleinbau gegenüber den in den umliegenden zentralen Versorgungsbereichen von Düren, Kreuzau, Nideggen, Simmerath und Roetgen sowie an wohnungsnahen Standorten ansässigen Einzelhandelsbetrieben keine Umsatzumverlagerungen in Größenordnungen induziert werden, die einen der dort ansässigen Betriebe in seinem Fortbestand gefährden würden.

## 7.4 Städtebauliche Bewertung der Planvorhaben

Die BBE Handelsberatung GmbH vertritt die gutachterliche Einschätzung, dass durch die geplante Ansiedlung des Aldi Süd Lebensmittelmarktes und des Centershop Nonfood-Discounters am Standort Rinnebachstraße in Hürtgenwald-Kleinbau keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung in der Gemeinde Hürtgenwald sowie in umliegenden Städten und Gemeinden ausgelöst werden.

Grundlage der Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen ist dabei die Prognoserechnung gemäß Worst-Case-Variante mit einem deutlich überzeichneten Planumsatz von ca. 12,0 Mio. € für den Aldi Süd-Markt und eines überdurchschnittlichen Planumsatzes für den Centershop (ca. 2,2 Mio. €).

Folgende Gründe sprechen zusammenfassend für diese Einschätzung:

- Der Planstandort ist dem zentralen Versorgungsbereich der Gemeinde Hürtgenwald zugeordnet, der gesamtgemeindliche Versorgungsfunktionen übernehmen soll. Aktuell kann der nahversorgungsrelevante Einzelhandel in der Gemeinde insgesamt nur rd. zwei Drittel der örtlichen Kaufkraft binden, sodass per Saldo ca. 8 Mio. € nahversorgungsrelevante Kaufkraft aus der Gemeinde Hürtgenwald an andere Versorgungsstandorte abfließen.

Der geplante Aldi Süd-Markt kann einen erheblichen Teil der nahversorgungsrelevanten Kaufkraftabflüsse binden, sodass zukünftig eine Umsatz-Kaufkraft-Relation von ca. 89 % in der Gemeinde Hürtgenwald erwartet werden kann (BBE-Prognose).

Auch für den Centershop mit einem ausschnittweisen (Nonfood-)Sortiment ist eine Ergänzung der Versorgungsstrukturen von Hürtgenwald abzulesen, ohne dass erhebliche Wettbewerbswirkungen für die Einzelhandelsbetriebe in der Gemeinde Hürtgenwald ausgelöst werden.

- Durch das Ansiedlungsvorhaben werden Umverteilungseffekte von ca. 16 % des derzeitigen Wettbewerberumsatzes gegenüber den benachbarten Lebensmittelmärkten im Versorgungszentrum Hürtgenwald-Kleinhau ausgelöst. Die Nahversorger weisen infolge der geringen Lebensmittelmarktausstattung in der Gemeinde Hürtgenwald eine hohe betriebliche Leistungsfähigkeit auf, sodass trotz der starken absatzwirtschaftlichen Umsatzumverteilungseffekte voraussichtlich keine Betriebsschließungen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ausgelöst werden. Aufgrund der gegenseitigen Funktionsergänzung der Betriebe des zentralen Versorgungsbereichs lassen sich aus den wettbewerblichen Effekten keine städtebaulich relevanten Auswirkungen ableiten.
- Auch die geplante Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes zur Weiterentwicklung der wohnungsnahen Versorgung in Gey wird durch das Planvorhaben nur unwesentlich tangiert. Auch dieser Markt wird wesentlich zu einer Reduzierung des nahversorgungsrelevanten Kaufkraftabschlusses aus der Gemeinde Hürtgenwald beitragen, sodass beide Vorhaben (Aldi-Süd in Kleinhau und Netto in Gey) sich gegenseitig ergänzen werden.
- Darüber hinaus erreichen die vom Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte – trotz der in der Worst-Case-Betrachtung vergleichsweise hohen prognostizierten Umsatzverluste von ca. 5 bis 6 % des heutigen Umsatzes vor allem für Düren und Simmerath – an keinem Versorgungsstandort eine Größenordnung, die für die Versorgungsstrukturen in den zentralen Versorgungsbereichen und an wohnungsnahen Standorten betriebsgefährdende Auswirkungen erwarten lässt. Auch übergemeindliche Auswirkungen im Sinne einer Einschränkung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit der Versorgungsstrukturen können angesichts der weitgehend auf die Gemeinde Hürtgenwald beschränkten Versorgungsfunktion des projektierten Lebensmittelmarktes und des Nonfood-Discounters ausgeschlossen werden.
- Im Bereich der sonstigen Sortimente / Nonfood-Sortimente des projektierten Lebensmittelmarktes ist mit einem Umsatz von max. 1,2 Mio. € zu rechnen. Hier kann davon ausgegangen werden, dass die entsprechende Kaufkraft derzeit bereits überwiegend von größeren Lebensmittelmärkten gebunden wird. Somit kann unterstellt werden, dass die hierdurch hervorgerufenen Umsatzverlagerungen in erster Linie Lebensmittelmärkte betreffen werden. Darüber hinaus stehen die Nonfood-Sortimente des Discountmarktes wie die des Nonfood-Discounters vor allem mit preisorientierten Fachmarktangeboten im Wettbewerb, die sich im Untersuchungsraum überwiegend

an nicht-integrierten Standorten (u. a. Sonderstandort „Am Ellernbusch“ in Düren) befinden. Sonstige Einzelhandelsbetriebe werden dagegen nur in einem sehr geringen Maß wettbewerblich tangiert, sodass die wirtschaftliche Tragfähigkeit des Facheinzelhandels in zentralen Versorgungsbereichen nicht gefährdet wird.

Die Planvorhaben stellen somit eine bedarfsgerechte Weiterentwicklung der Versorgungsstrukturen im zentralen Versorgungszentrum der Gemeinde Hürtgenwald dar. Für die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung in der Gemeinde Hürtgenwald und im Umland sind negative städtebauliche Auswirkungen auf die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO angesichts der zu erwartenden Umverteilungswirkungen auszuschließen.

Zudem sei an dieser Stelle auf den zugrunde gelegten „Worst-Case-Ansatz“ insbesondere für den projektierten Aldi Süd-Markt hingewiesen, der den aus Gutachtersicht als realistisch einzustufenden Mehrumsatz deutlich übersteigt (12,0 Mio. € vs. 8,2 Mio. €). Die tatsächlich zu erwartenden Umsatzverlagerungseffekte werden dementsprechend geringer ausfallen, als vorab im Rahmen der Worst-Case-Prognose dargelegt.

## 7.5 Einordnung des Vorhabens in die Ziele des Landesentwicklungsplans

Mit dem Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen bestehen Ziele und Grundsätze der Raumordnung, die im Rahmen eines Bauleitplanverfahrens in der Abwägung beachtet (Ziele) bzw. berücksichtigt (Grundsätze) werden müssen:

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

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

Der Regionalplan stellt für den 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).

Ausnahmsweise dürfen Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden.

Der Untersuchungsstandort ist **dem zentralen Versorgungszentrum Hürtgenwald-Kleinhau (Hauptzentrum)** zugeordnet. Dabei ist vor allem von Bedeutung, dass die projektierten Märkte als frequenzstarker Nahversorger und ergänzender Nonfood-Discounter in unmittelbarer Nachbarschaft zu den bestehenden Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben ebenfalls zentrenprägende Wirkung entfalten können. Für die Verbraucher sind keine Barrieren ersichtlich, sodass Verbundeffekte mit den anderen im zentralen Versorgungsbereich ansässigen Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen bestehen.

Durch die projektierte Ansiedlung des Lebensmittelmarktes mit ca. 1.165 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und des Nonfood-Discounters mit ca. 1.240 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche kann die **Versorgungsqualität** für die Bevölkerung **im Verflechtungsbereich angemessen** weiterentwickelt werden, ohne erhebliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland zu generieren. Die Märkte werden ca. 80 % ihres Umsatzes mit Kunden aus der „eigenen“ Gemeinde erzielen. Dabei wird der heute bestehende Kaufkraftabfluss erheblich reduziert.

Die **fußläufige Erreichbarkeit** für die umgebende Wohnbevölkerung ist durch straßenbegleitende Fuß- und Radwege sowie durch Fußgängerüberwege bereits heute gesichert. Zudem ist das Vorhabengrundstück mit einem Bushaltepunkt in fußläufiger Entfernung in das **ÖPNV-Netz** eingebunden.

Insgesamt handelt es sich um einen bereits seit mehreren Jahren etablierten Standort der Nahversorgung in Hürtgenwald-Kleinhau, der wichtige (Grund-)Versorgungsfunktionen für die Bevölkerung im Gemeindegebiet übernimmt. Der Standort ist dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet. Gemeinsam mit den übrigen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben des Hauptzentrums werden die projektierten Märkte Aldi-Süd und Centershop wesentlich zur Sicherung der (Nah-)Versorgung in der Gemeinde Hürtgenwald beitragen.

**■ Ziel 6.5-3: Beeinträchtigungsverbot**

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 den Vorhaben keine wesentliche Beeinträchtigung der Versorgungsstrukturen und keine Gefährdung städtebaulich schutzwürdiger zentraler Versorgungsbereiche und deren Entwicklungsfähigkeit ausgehen werden. Das Beeinträchtigungsverbot wird somit von den Vorhaben gewahrt.

## 8 Fazit

- Auf dem Grundstück Rinnebachstraße in Hürtgenwald-Kleinhau ist die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes mit ca. 1.165 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (Aldi Süd) und eines Nonfood-Discounters (Centershop) mit ca. 1.240 m<sup>2</sup> (davon 440 m<sup>2</sup> Außenverkaufsfläche) geplant. Die Angebotsausrichtung des Lebensmittelmarktes wird primär bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten liegen. Das Sortiment des Centershops ist sehr breit, die einzelnen Warengruppen sind aber nur in sehr schmalen Ausschnitten vertreten. Lediglich im nicht-zentrenrelevanten Bereich der Bau- und Gartenmarktartikel ist mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 54 % hinsichtlich der betriebsspezifischen Sortimentsstruktur eine Angebotsfokussierung festzustellen. In allen anderen Warengruppen zeigt sich, dass das Sortimentskonzept von Centershop extrem differenziert ist und demnach eine Vielzahl an Warengruppen umfasst, in dem jede Warengruppe für sich betrachtet nur in einem sehr schmalen Ausschnitt angeboten wird.
- Der Untersuchungsstandort ist dem im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Gemeinde Hürtgenwald abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich (Hauptzentrum Kleinhau) als Entwicklungsstandort zugeordnet. Aufgrund der zentralen Lage können die projektierten Lebensmittel- und Nonfood-Discountmärkte eine gesamtgemeindliche Versorgungsfunktion übernehmen. Darüber hinaus ist der Ortsteil Kreuzau-Obermaubach dem Einzugsgebiet zuzurechnen.
- Die projektierten Betriebe (Lebensmittelmarkt und Nonfood-Discounter) werden über 85 % ihres zu erwartenden Umsatzes mit Kunden aus dem abgegrenzten Einzugsgebiet tätigen. Darüber hinaus werden diffuse Umsätze mit sonstigen Kunden (Geschäftsreisende, Touristen / Tagesbesucher, Pendler) erzielt werden.  
  
Damit werden beide Betriebe vornehmlich Nahversorgungsfunktion für die Bevölkerung der Gemeinde Hürtgenwald übernehmen. Nach den BBE-Prognoseberechnungen erreicht der Lebensmittelmarkt eine jährliche Umsatzleistung von max. 8,2 Mio. €. Im Rahmen einer Worst-Case-Betrachtung wird allerdings ein Zielumsatz von max. 12,0 Mio. € in die Auswirkungsanalyse eingestellt.  
  
Für den Nonfood-Discounter ist eine Umsatzerwartung von ca. 2,2 Mio. € zu berücksichtigen.
- Die zu erwartenden Wettbewerbswirkungen werden sich vor allem auf die Betriebe beziehen, die aktuell die Versorgung sicherstellen. Dies sind die benachbarten Lebensmittelmärkte im Hauptzentrum Kleinhau (u. a. Rewe, Lidl) sowie die preisorientierten Fachmärkte an den regional ausstrahlenden Versorgungsstandorten in Düren (vor allem Fachmarktzentrum Am Ellernbusch) und Simmerath, die aktuell einen Großteil des Kaufkraftabflusses aus der Gemeinde Hürtgenwald binden können. Dagegen sind nur begrenzte Wettbewerbswirkungen für die sonstigen Nahversorgungsstrukturen in Hürtgenwald (u. a. Gey, Vossenack und Bergstein) und in den sonstigen Umlandgemeinden (u. a. Kreuzau, Nideggen, Roetgen) zu erwarten.
- Starke Wettbewerbswirkungen sind für die Wettbewerber im Hauptzentrum Kleinhau zu erwarten. Diese Betriebe weisen jedoch aufgrund der geringen Nahversorgungsausstattung in der Ge-

meinde Hürtgenwald eine hohe betriebliche Leistungsfähigkeit auf, weshalb die benachbart gelegenen Betriebe auch nach Realisierung des Planvorhabens betriebswirtschaftlich rentabel betrieben werden können.

- Durch den projektierten Lebensmittelmarkt und den ergänzenden Nonfood-Discounter wird das (Nah-)Versorgungsangebot in Hürtgenwald bedarfsgerecht ausgebaut, städtebaulich relevante Auswirkungen können aufgrund der Verbundlage im zentralen Versorgungsbereich ausgeschlossen werden.
- Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass ein Großteil der ausgelösten Umsatzumverteilung in den Nachbarkommunen aus der „Rückholung“ bislang aus Hürtgenwald abfließender Kaufkraft resultiert. Denn heute sind hohe Kaufkraftabflüsse aus der Gemeinde Hürtgenwald an auswärtige Einkaufsstandorte (per Saldo ca. 8 Mio. €) zu verzeichnen – Abflüsse, die mit Realisierung des Planvorhabens teilweise auf den zentralen Versorgungsbereich Kleinhau umgelenkt werden.
- Im Fazit können somit im unterstellten Worst-Case-Szenario mehr als unwesentliche Auswirkungen auf die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen und der wohnungsnahen Versorgung im Gemeinde- und Umlandgebiet im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO ausgeschlossen werden.

Da in der Worst-Case-Annahme für den projektierten Lebensmittelmarkt eine deutlich höhere Umsatzleistung in die Umverteilungsprognose eingestellt worden ist, als am Standort aus absatzwirtschaftlicher Sicht tatsächlich erwartet werden kann (12,0 Mio. € anstatt 8,2 Mio. €), werden die durch das Planvorhaben ausgelösten Umsatzverlagerungseffekte voraussichtlich ebenfalls deutlich geringer ausfallen.

- Auch die Ziele der Landesplanung werden im Hinblick auf das siedlungsstrukturelle (Lage im ASB) und das städtebauliche Integrationsgebot (Lage im zentralen Versorgungsbereich Kleinhau) gewahrt.

Da schädliche Auswirkungen auf andere zentrale Versorgungsbereiche ausgeschlossen werden können, wird auch dem landesplanerischen Beeinträchtungsverbot entsprochen.

Köln, im August 2021

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Corinna Küpper  
Senior Consultant



i. V. Rainer Schmidt-Illguth  
Leitung Niederlassung Köln