

Ergänzende Stellungnahme zur Auswirkungsanalyse für die Verlagerung eines Tedox Renovierungsfachmarktes in der Stadt Löhne

im Auftrag der Stadt Löhne

Ihr Ansprechpartner:

Peter Urban Berger

Dipl.-Ing. Architekt | Stadtplaner

Sachverständiger für Handel im Städtebau
Beratung | Konzepte | Projektbegleitung

Eichenweg 14

53804 Much

Tel. + 49 2245 61 07 58

Fax + 49 2245 58 57

info@peter-urban-berger.de

Much, 20. Februar 2017

1 Ausgangssituation und Aufgabenstellung

Auf der Grundlage der Auswirkungsanalyse für die Verlagerung des Tedox-Fachmarktes vom Standort Löhne, Oeynhausener Straße zum Marktkauf-Standort an der Albert-Schweitzer-Straße¹ wurde das Sachverständigenbüro Peter Urban Berger von der Stadt Löhne beauftragt, eine ergänzende Stellungnahme zur Bewertung der aktuell geplanten Erweiterung der Verkaufsfläche des Vorhabens um 50 m² abzugeben.

Zur Vorbereitung der Verlagerung des Tedox Fachmarktes hat die Stadt Löhne am 23.04.2015 den Aufstellungsbeschluss für die 3. Flächennutzungsplan-Änderung sowie die 3. Änderung des Bebauungsplans Nr. 128 als vorhabenbezogener Bebauungsplan zunächst mit der Beschränkung der erweiterten Verkaufsfläche auf **3.200 m² Verkaufsfläche** getroffen. Der Regionalrat hat zur Vorbereitung der B-Planänderung am 14.12.2015 den Erarbeitungsbeschluss zur Änderung des Regionalplans gefasst.

Im Rahmen der Vorbereitung und Abstimmung des Bebauungsplans mit dem Vorhabenträger des Tedox Renovierungsfachmarktes wurde aktuell einerseits in Abstimmung mit der Bezirksregierung, der Industrie- und Handelskammer und des Handelsverbandes eine Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente auf nunmehr 10% der insgesamt genutzten Verkaufsfläche vereinbart, um den verordnungsrechtlichen Bestimmungen, insbesondere auch dem Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen, Rechnung zu tragen. Andererseits wurde der Wunsch des Vorhabenträgers an die Stadt Löhne herangetragen, im Bebauungsplan (Entwurf zum SO3 mit der Festsetzung „Baumarkt“) eine **Regelfestsetzung der Verkaufsfläche**, d.h. ohne Ausnahmeregelung, in einer Größe **von maximal 3.250 m²** vorzunehmen, um eine zusätzliche Funktionsfläche für die Eingangs- und Kassenzone einschließlich der Abstellfläche für Einkaufswagen in die insgesamt zulässige Verkaufsfläche einzubeziehen.

Die Aufgabenstellung der vorliegenden Stellungnahme besteht darin, die versorgungsstrukturellen und bauplanungsrechtlichen Aspekte der beabsichtigten Erweiterung der Verkaufsfläche um 50 m² gutachterlich zu prüfen und bewerten.

¹ Peter U. Berger / BBE Handelsberatung GmbH, Köln, Much / Köln, April 2016

2 Projektbeschreibung

Die seitens des Vorhabenträgers und Betreibers des Tedox Renovierungsfachmarktes gewünschte Regelfestsetzung einer zulässigen Obergrenze der Verkaufsfläche von 3.250 m² bedeutet rein formal eine bauplanungsrechtlich relevante Abweichung von der ursprünglich zu Grunde gelegten, maximal zulässigen Verkaufsfläche von 3.200 m² um 50 m². Ungeachtet der Intention des Vorhabenträgers, die erweiterte Fläche nur als zusätzliche Funktions- und Verkehrsfläche im Eingangsbereich des Vorhabens nutzen zu wollen, liegt damit grundsätzlich eine planerisch vergrößerte Verkaufsfläche vor, die unter Berücksichtigung gängiger Definitionen, nach den Vorschriften des Bauplanungsrechts und den Bestimmungen des Einzelhandelserlasses Nordrhein-Westfalen zu prüfen und zu bewerten ist.

3. Einschlägige Definitionen und Vorschriften zur Berechnung der Verkaufsfläche

Zur Definition der Verkaufsfläche kann auf verschiedene Quellen der Handelswirtschaft, des Einzelhandelserlasses und der Rechtsprechung zurückgegriffen werden, die nachfolgend skizzierte werden.

Das **EHI Retail Institute** weist folgende Definition der Verkaufsfläche aus²:

„Die Verkaufsfläche eines Handelsbetriebes umfasst die Fläche, auf der der Verkauf abgewickelt wird. Es wird unterschieden zwischen Nettoverkaufsfläche, die nur die tatsächlich durch Ware belegte Fläche umfasst, und der Bruttoverkaufsfläche, zu der neben der Nettoverkaufsfläche und angrenzender Gangfläche auch Funktionsflächen wie Kassenzone, Einkaufswagenzone, Leergutannahme und Windfanganlage gehören.“

In der Definition der **gif Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung** werden u.a. folgende Kriterien für die Verkaufsflächenberechnung genannt³:

Die Berechnung der Verkaufsfläche orientiert sich sowohl an der DIN 277 der BauNVO, der Rechtsprechung und der gif-Richtlinie zur Mietfläche (MF/V). Danach

² EHI Retail Institute GmbH, EHI handelsdaten aktuell 2016, Köln , S. 334

³ gif Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e.V, Definitionen zur Einzelhandelsanalyse, Wiesbaden, Februar 2014, S. 205

gehören alle Flächen der Brutto-Grundfläche (DIN 277) zur Verkaufsfläche, die nicht einer technischen Funktionsfläche, Verkehrsfläche (z.B. Rolltreppen in Verkaufsräumen), Konstruktions-Grundfläche (Schaufenster und Verkaufsöffnungen) und Freiflächen zuzurechnen sind. Als Verkaufsfläche gelten im Einzelnen Verkaufsräume, Ausstellungs- und Präsentationsräume, Umkleieräume für Kunden, Aktionsflächen und Kundenbedienzonen, Kassen- und Packzonen, in die Verkaufsräume integrierte Spiel- und Ruhezone sowie Pfandannahme- und Einkaufswagenstationen.“

Der **Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen** beinhaltet im Wesentlichen folgende Abgrenzungskriterien für die Verkaufsfläche⁴:

Als Verkaufsfläche (VK) gilt die dem Verkauf dienende Fläche einschließlich der Gänge, Treppen in Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Einkaufswagenabstellfläche, Schaufenster und sonstiger dem Kunden zugänglicher Flächen, Thekenbereiche etc.

In der gängigen **Rechtsprechung** hat sich folgende Definition verfestigt⁵:

„Zur Verkaufsfläche gehören alle Flächen, die vom Kunden betreten werden können. Hierzu gehören auch die Kassenzone, also der Bereich, in dem sich die Kassen und die Durchgänge befinden, sowie die sogenannte „Pack- und Entsorgungszone“. Weiterhin zuzurechnen sind die Bereiche eines Selbstbedienungsladens, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber Ware für ihn sichtbar ausliegt (Käse-, Fleisch- und Wursttheke etc.) und in dem das Personal die Ware zerkleinert, abwägt und abpackt. Nicht anzusetzen sind Flächen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche oder sonstige Vorbereitung (Portionierung etc.) der Ware erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen.

Zur Verkaufsfläche zählen daher ...auch die der Verkaufsstätte zugehörigen Gänge, Treppen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Schaufenster und Freiflächen. Hinsichtlich der Bereiche, in denen...Einkaufswagen abgestellt sind, ist danach zu differenzieren, ob diese Bereiche innerhalb des Gebäudes oder aber im Freien liegen. Eine außerhalb des Gebäudes befindliche Abstellfläche für Einkaufswagen bleibt bei der Ermittlung der Verkaufsflächen außer Betracht (OVG NW, Beschluss vom 06.02.2009, 7 B 1767/08). Entsprechende Abstellbereiche innerhalb des Gebäudes können hingegen nicht anders betrachtet werden als die Fläche des Kassenvorraums.“

⁴ Einzelhandelserlass NRW vom 22.09.2008

⁵ vgl. hierzu: Urteil Bundesverwaltungsgericht vom 24.11.2005 (BVerwG 4 C 14/04), in: Dr. O. Bishopink, Anforderungen an die Standortwahl des Einzelhandels, Seminar AKNW, 23.08.2012

Die vorstehend auszugsweise wiedergegebenen Grundsätze und Leitlinien zur Definition bzw. Berechnung der Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes stimmen bis auf einige Details, wie z.B. den Ansatz der Verkehrsfläche für (Roll-)Treppen, überein. Demnach sind grundsätzlich **Eingangs-, Durchgangs- und Kassenzonen** sowie **Bereiche für Leergutannahme und Abstellflächen für Einkaufswagen innerhalb des Verkaufsgebäudes** als **Verkaufsfläche** zu bewerten. Dies bedeutet, dass eine abweichende Bewertung nur in Frage kommt, wenn auf der Vorhabenseite Anhaltspunkte für eine atypische Struktur oder Nutzung dieser Flächen vorliegen.

4. Bewertung der spezifischen Merkmale des aktuellen Verlagerungs- und Erweiterungsvorhabens

Bei dem Verlagerungs- und Erweiterungsprojekt des Tedox Renovierungsfachmarktes in der Stadt Löhne am Marktkauf-Standort (Albert-Schweitzer-Straße) handelt es sich um einen Fachmarkt für Renovierungsbedarf und Raumausstattung, der nach den aktualisierten Daten des Vorhabens folgende Flächenstruktur aufweisen soll⁶.

- Verkaufsfläche für nicht zentrenrelevante Kernsortimente⁷ \leq **2.880 m²**
- Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente⁸ **maximal 10%** \leq **320 m²**
- Verkaufs-/ Verkehrsfläche im Eingangsbereich \geq **50 m²**
(Eingangs-/Windfang- und Kassenbereich, Abstellfläche für Einkaufswagen)

Verkaufsfläche insgesamt

3.250 m²

Die vorstehende Flächenaufteilung berücksichtigt sowohl die Anforderungen des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO 1990) an die Aufstellung eines Son-

⁶ Stadt Löhne, Informationen zum Vorhaben, Stand 15.02.2017

⁷ vor allem Bodenbeläge, Teppiche, Tapeten, Farben/ Lacke, Heimwerkerbedarf, Möbel, Bettwaren, Gardinen, Lampen (Quelle: Auswirkungsanalyse ebenda, S. 13)

⁸ u.a. Haustextilien und Sonderpostenartikel aus den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Schreib-, Papier- und Spielwaren, Bastelartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Bilder, Geschenkartikel (Quelle: ebenda, S. 13)

dergebietes mit der Festsetzung „Baumarkt“ für einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb und die Bestimmungen des Einzelhandelserlasses NRW (1996) im Hinblick auf die Beschränkung der nicht zentrenrelevanten Randsortimente auf maximal 10% der Verkaufsfläche.

Im Hinblick auf die bauplanungsrechtliche Bewertung ist die aktuell projektierte Gesamtfläche von 3.250 m² als Verkaufsfläche anzusetzen, da die Eingangs-/Windfang- und Kassenzone ebenso wie die zugeordnete Abstellfläche für Einkaufswagen als eine **dem Kunden zugängliche Fläche** einzuordnen ist, die zur **Abwicklung des Verkaufs der Ware an die Kunden** dient. Insofern stünde eine Definition der 50 m² umfassenden Eingangs- und Kassenzone als „nicht zur Verkaufsfläche zählende Betriebsfläche“ im Widerspruch zu den einschlägigen Vorschriften des Bauplanungsrechts und der gängigen Rechtsprechung.

5. Bewertung der absatzwirtschaftlichen Aspekte der aktuellen Projektplanung

Im Rückgriff auf die unter Punkt 3 der vorliegenden Stellungnahme aufgeführten Definitionen der Verkaufsfläche ist insbesondere die Definition der Flächenarten in der Veröffentlichung „EHI handelsdaten aktuell“ aus dem Jahr 2016 von Interesse, um die absatzwirtschaftlichen Aspekte der Verkaufsflächendimensionierung darzustellen. Darin wird unterschieden in die zwei Flächenkategorien:

- **Nettoverkaufsfläche**, die nur die tatsächlich durch Ware belegte Fläche umfasst, und
- **Bruttoverkaufsfläche**, zu der neben der Nettoverkaufsfläche und angrenzender Gangfläche auch Funktionsflächen wie Kassenzone, Einkaufswagenzone, Leergutannahme und Windfanganlage gehören.

Aus gutachterlicher Sicht trägt die vorgenannte Differenzierung in der Definition der Flächenarten einer Verkaufsstätte dem Umstand Rechnung, dass die beiden Kategorien sowohl aus betriebswirtschaftlichen als auch aus absatzwirtschaftlichen Gründen unterschiedlich zu bewerten sind. Im Hinblick auf die Produktivität (=Flächenleistung) eines Einzelhandelsbetriebes ist die Größe der Nettoverkaufsfläche als betriebswirtschaftliches Merkmal entscheidend, da nur hier durch **Präsentation und Abverkauf der Ware** eine Wertschöpfung entsteht. Die Grundlage der Umsatztätigkeit bildet

somit die eigentliche, „reine“ Verkaufsfläche, der den Kontakt zwischen Kunde und Ware zulässt (der sogenannte „point of sale“). Demgegenüber kommt der Bruttoverkaufsfläche mit ihren Verkehrs- und Funktionsflächen lediglich eine untergeordnete, ergänzende Funktion zu, die der **Abwicklung des Kundenverkehrs**, des Bezahlvorgangs und der Ver- und Entsorgungsvorgänge des Einkaufs dient. Eine aktive Wertschöpfung durch Verkauf von Ware findet jedoch auf diesen Verkehrsflächen nicht statt.

Analog zu der beschriebenen betriebswirtschaftlichen Differenzierung der Flächenarten einer Verkaufsstätte sind auch unter absatzwirtschaftlichen Aspekten unterschiedliche Auswirkungen der Flächenkategorien geboten. Entsprechend der betriebswirtschaftlichen Bedeutung können die Verkehrsflächen im Eingangs- und Kassbereich nicht zu einer Erhöhung der Umsatztätigkeit eines Einzelhandelsbetriebes beitragen, sondern ausschließlich zur **reibungslosen (bezahl-) technischen und Kundenverkehr-bezogenen Abwicklung der Einkäufe**. Somit hat die Dimensionierung der Eingangs- und Kassenzone auch keine unmittelbare Auswirkung auf die Umsatzleistung eines Betriebes und die damit korrespondierenden markt- und absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf konkurrierende Einzelhandelsstandorte oder Einzelhandelsbetriebe.

Selbst unter der aus betriebswirtschaftlicher Sicht unrealistischen Annahme, dass die vom Vorhabenträger gewünschte Erweiterung der Verkaufsfläche um 50 m² (im Bereich der Eingangs- und Kassenzone) zu einer der Raumproduktivität entsprechenden Umsatzsteigerung führte, bedeutete dies bei der veranschlagten Flächenleistung des Vorhabens von ca. 1.100 Euro/m² Verkaufsfläche⁹ lediglich eine **Umsatzsteigerung um ca. 55 Tsd. Euro**, gleichbedeutend **ca. 1,6%** des Planumsatzes des Betriebes. Unter Berücksichtigung der in der Auswirkungsanalyse dargestellten Wettbewerbssituation in den projektrelevanten Sortimenten und der Größe des potenziellen Einzugsbereichs und des inkludierten Kaufkraftvolumens sind aus gutachterlicher Sicht keine markt- und absatzwirtschaftlich relevanten Auswirkungen der Zusatzfläche zu erwarten.

⁹ Auswirkungsanalyse, ebenda S. 28

Die vorgenannte Einschätzung, dass die Erweiterung der (bauplanungsrechtlich anzusetzenden) Verkaufsfläche des Verlagerungs- und Erweiterungsvorhabens der Firma Tedox um 50 m² voraussichtlich keine messbaren versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen auslösen wird, ist noch nachdrücklicher zu belegen für den Fall, dass die zentrenrelevanten Randsortimente des Vorhabens von 15 auf 10% der Verkaufsfläche reduziert werden. Die Randsortimente führen, insbesondere da sie häufig als Aktionsware angeboten werden, zu einem schnelleren Lagerumschlag und damit zu einer höheren Raumleistung als das Kernsortiment der Raumausstattungs-, Renovierungs- und Baumarktartikel des Fachmarktes.

5. Fazit und Empfehlung zur bauplanungsrechtlichen Festsetzung

Die vom Vorhabenträger vorgesehene Erhöhung der Größe der Verkaufsfläche des Tedox Renovierungsfachmarktes um 50 m² im Rahmen der geplanten Verlagerung und Erweiterung des Betriebes am Standort Löhne, Albert-Schweitzer-Straße, bedeutet formal eine bauplanungsrechtlich relevante Veränderung der Projektdaten, da die gängige Definition der Verkaufsfläche im Einzelhandel alle dem Kunden zugängliche Flächen einer Verkaufsstätte einschließt. Gleichwohl ist die Anhebung der Gesamtverkaufsflächengröße von bisher 3.200 auf 3.250 m² (für die Eingangs- und Kassenzone inklusive Abstellfläche für Einkaufswagen) unter den vorstehend dargestellten betriebswirtschaftlichen, markt- und absatzwirtschaftlichen Aspekten aufgrund der zu erwartenden, vergleichsweise geringen Mehrumsätze als **versorgungsstrukturell und städtebaulich unbedenklich** zu bewerten.

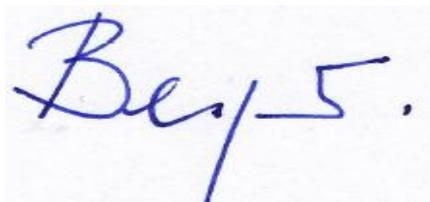
Dementsprechend wird für die Aufstellung des Bebauungsplans SO3 mit der Festsetzung „Baumarkt“ folgende textliche **Konkretisierung der insgesamt zulässigen Verkaufsfläche** des Vorhabens vorgeschlagen:

„Die Verkaufsraumfläche (Nettoverkaufsfläche) des Fachmarktes beträgt 3.200 m², zuzüglich 50 m² für die Eingangszone inklusive Windfang, Kassenzone und Abstellfläche für Einkaufswagen. Auf dieser Verkehrs-/ Funktionsfläche darf keine Ware

PETER URBAN **BERGER**

(Aktionsware etc.) präsentiert oder verkauft werden. Die dem Kunden zugängliche Gesamtfläche (Bruttoverkaufsfläche) des Fachmarktes darf insgesamt maximal 3.250 m² umfassen.“

Much, 20. Februar 2017

A handwritten signature in blue ink that reads "Berger 5.". The signature is written in a cursive style with a horizontal line under the "Berger" part and a vertical line extending from the "5" to the right.

Peter Urban Berger