

AUFTRAGGEBER:

Bogie GmbH

PROJEKTLEITUNG:

Birgitt Wachs, Niederlassungsleitung Kirsten-D. Riedel, Projektleiterin

Köln, den 15.06.2021 / angepasst am 31.10.2022



Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit darauf, immer die männliche und weibliche Schriftform zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

Quelle Foto Deckblatt: GMA 2021



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH Ludwigsburg / Dresden / Hamburg / Köln / München

Büro Köln Siegburger Straße 215 50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl, Oliver Matzek, Birgitt Wachs

Tel 0221 989438-0 / Fax 0221 989438-19 office.koeln@gma.biz / www.gma.biz



Vorbemerkung

Die Bogie GmbH erteilte der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse für die Erweiterung des Gartencenters Bogie und die Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters in Meerbusch am Standort Düsseldorfer Straße.

Für die Bearbeitung dieser Untersuchung standen der GMA Veröffentlichungen des Statistischen Bundesamtes, des Statistischen Landesamtes Nordrhein-Westfalen sowie der Stadt Meerbusch zur Verfügung. Im März / April 2021 fand die Erhebung des projektrelevanten Einzelhandelsbestandes in den zentralen Versorgungsbereichen im Einzugsgebiet des Planvorhabens sowie der wesentlichen Wettbewerbsstandorte (v. a. Gartencenter, Baumärkte, Lebensmittelmärkte) in den sonstigen Lagen statt.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Stadt Meerbusch. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

G M A Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Köln, den 15.06.2021/ angepasst am 31.10.2022 WA/MEK-aw



Inl	haltsverzeichnis	Seite
l.	Aufgabenstellung und Rechtsrahmen	6
	1. Aufgabenstellung	6
	 2. Rechtliche und planerische Rahmenbedingungen 2.1 Regelungen der BauNVO 2.2 Landesplanerische Vorgaben 	7 7 7
	2.3 Einzelhandelskonzept Meerbusch	10
II.	Standortanalyse und -bewertung	13
	1. Makrostandort Meerbusch / Büderich	13
	2. Mikrostandort Düsseldorfer Straße	16
Ш	. Definition und Daten des Planobjektes	19
	1. Definition des Untersuchungsobjektes	19
	2. Projektbeschreibung	21
IV	. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft	25
	1. Einzugsgebiet und Bevölkerung	25
	2. Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet	28
٧.	Wettbewerbssituation	30
	1. Wettbewerbssituation in Meerbusch	31
	2. Wettbewerbssituation in Düsseldorf	34
	3. Wettbewerbssituation in Neuss	38
	4. Großflächige Wettbewerber im Sortiment Gartenbedarf außerhalb des Einzugsgebietes	38
	5. Fazit der Wettbewerbsanalyse	38
VI	I. Mögliche ökonomische, raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen	40
	Methodischer Ansatz	40
	2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft	41
	3. Wettbewerbliche Auswirkungen	44

AUSWIRKUNGSANALYSE ZUR ERWEITERUNG EINES GARTENCENTERS UND ANSIEDLUNG EINES LEBENSMITTELDISCOUNTERS IN MEERBUSCH, DÜSSELDORFER STRASSE



4.	Stäc	ltebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen	47
	4.1	Zone la	48
	4.2	Zone Ib und Zone II	48
	4.3	Zone III und außerhalb des Einzugsgebietes	49
	4.4	Summationsbetrachtung mit der Lebensmittelplanung Schiessstraße in Düsseldorf	50
5.	Rau	mordnerische Auswirkungen	52
6.	Vere	einbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Meerbusch	53
7.	Abs	chließende Bewertung	54
Ve	rzeic	hnisse	56



I. Aufgabenstellung und Rechtsrahmen

1. Aufgabenstellung

In Meerbusch-Büderich ist am bestehenden Standort des Gartencenters Bogie die Erweiterung des Gartencenters selbst und die Neuansiedlung eines Lidl-Lebensmitteldiscounters¹ mit rd. 800 m² Verkaufsfläche vorgesehen. Das Gartencenter soll von derzeit ca. 5.900 m² auf zukünftig ca. 6.200 m² Verkaufsfläche erweitern, wobei die Verkaufsfläche in der Warm- und Kalthalle von derzeit rd. 2.000 m² auf künftig ca. 4.000 m² deutlich vergrößert werden soll.

Für diese Planung erstellt die GMA eine Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO in Verbindung mit den landesplanerischen Vorgaben von NRW.

Aufgabe der vorliegenden Untersuchung ist es, die möglichen wirtschaftlichen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen im Zusammenhang mit der geplanten Erweiterung des Gartencenters und der Neuansiedlung des Lebensmitteldiscounters zu analysieren. Insbesondere ist zu untersuchen, welche Umsatzumverteilungen durch die Vorhaben auf die Betriebe in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Meerbusch, im Besonderen in Büderich, und in den angrenzenden Bereichen der Umlandkommunen (insb. Düsseldorf, Stadtbezirk 4 und Neuss (nördliches Stadtgebiet))ausgelöst werden können und welche städtebaulichen Auswirkungen hieraus gegebenenfalls resultieren.

Die vorliegende Analyse gliedert sich in folgende Untersuchungsschritte:

- Darstellung der rechtlichen und planerischen Grundlagen zur Bewertung von Einzelhandelsvorhaben in Nordrhein-Westfalen
- Analyse des Makrostandortes Meerbusch und des Mikrostandortes in Büderich, Düsseldorfer Straße
- Definition und Daten der Planvorhaben, darunter zählen spezielle Daten der Vorhaben und weiterführende Angaben zur Planung
- Abgrenzung und Zonierung des projektrelevanten Einzugsgebietes für beide Vorhaben, Ermittlung der dortigen Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale in den projektrelevanten Sortimenten
- Darstellung und Beurteilung der Wettbewerbssituation innerhalb der potenziellen Einzugsgebiete
- Berechnung der zu erwartenden Umsätze der Vorhaben
- Darstellung der Kaufkraftbewegungen und der zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte
- Bewertung der möglichen ökonomischen, wettbewerblichen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen des Vorhabens
- Summationsbetrachtung mit der Wettbewerbsplanung Lidl in der Schiessstraße in Düsseldorf
- Vereinbarkeit mit der Landesplanung sowie mit den Aussagen des Einzelhandelskonzeptes Meerbusch

office.koeln@gma.biz / www.gma.biz

Mit der Prüfung eines Lidl-Discountmarktes wird ein worst-case-Ansatz in Bezug auf die Wirkungen des Vorhabens angesetzt. Ein anderer Betreiber oder Betriebstyp würde unter Berücksichtigung der Angebotsund Nachfragestrukturen keine größeren Auswirkungen auslösen.



Zusammenfassung und abschließende Beurteilung.

2. Rechtliche und planerische Rahmenbedingungen

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die räumliche Planung von Einzelhandelsstandorten stellen das Baugesetzbuch (BauGB), die Baunutzungsverordnung (BauNVO) sowie die landesund regionalplanerischen Bestimmungen dar.

2.1 Regelungen der BauNVO

Der § 11 Abs. 3 BauNVO führt in der Fassung von 2017 für großflächige Einzelhandelsbetriebe aus:

- "1. Einkaufszentren,
- 2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,
- 3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² Geschossfläche nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen."

2.2 Landesplanerische Vorgaben

Der Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) ist am 25. Januar 2017 im Gesetz- und Verordnungsblatt des Landes Nordrhein-Westfalen veröffentlicht worden, nachdem der Landtag am 14.12.2016 dem Planentwurf zugestimmt hatte. Am 08. Februar 2017 trat der LEP NRW in Kraft.



"6.5 Großflächiger Einzelhandel

Ziele und Grundsätze

6.5-1 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen

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

6.5-2 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur in zentralen Versorgungsbereichen

Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung 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 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden, wenn nachweislich:

- eine Lage in den zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere der Erhaltung gewachsener baulicher Strukturen oder der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild nicht möglich ist und
- die Bauleitplanung der Gewährleistung einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und
- -zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

6.5-3 Ziel Beeinträchtigungsverbot

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

6.5-4 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche

Bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsor-



timenten soll der zu erwartende Gesamtumsatz der durch die jeweilige Festsetzung ermöglichten Einzelhandelsnutzungen die Kaufkraft der Einwohner der jeweiligen Gemeinde für die geplanten Sortimentsgruppen nicht überschreiten.

6.5-5 Ziel Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente

Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur dann auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden, wenn der Umfang der zentrenrelevanten Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt und es sich bei diesen Sortimenten um Randsortimente handelt.

6.5-6 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente

Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebietes für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen $2.500 \, \text{m}^2$ Verkaufsfläche nicht überschreiten.

6.5-7 Ziel Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel

Abweichend von den Festlegungen 6.5-1 bis 6.5-6 dürfen vorhandene Standorte von Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen als Sondergebiete gemäß § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung dargestellt und festgesetzt werden. Dabei sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen in der Regel auf die Verkaufsflächen, die baurechtlichen Bestandsschutz genießen, zu begrenzen. Wird durch diese Begrenzung die zulässige Nutzung innerhalb einer Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit aufgehoben oder geändert, sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen auf die zulässigen Verkaufsflächenobergrenzen zu begrenzen. Ein Ersatz zentrenrelevanter durch nicht zentrenrelevante Sortimente ist möglich. Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden erfolgt.

6.5-8 Ziel Einzelhandelsagglomerationen

Die Gemeinden haben dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche entgegenzuwirken. Darüber hinaus haben sie dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche entgegenzuwirken. Sie haben sicherzustellen, dass eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden durch Einzelhandelsagglomerationen vermieden wird.

6.5-9 Grundsatz Regionale Einzelhandelskonzepte

Regionale Einzelhandelskonzepte sind bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen in die Abwägung einzustellen.

6.5-10 Ziel Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung

Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung sind, soweit von § 12 Absatz 3a Satz 1 Baugesetzbuch



kein Gebrauch gemacht wird, nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Festlegungen 6.5-1, 6.5-7 und 6.5-8 entsprechen; im Falle von zentrenrelevanten Kernsortimenten haben sie zudem den Festlegungen 6.5-2 und 6.5-3, im Falle von nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten den Festlegungen 6.5-4, 6.5-5 und 6.5-6 zu entsprechen."

Der **Regionalplan Düsseldorf**² legt darüber hinaus folgende Ziele und Grundsätze fest:

"Z1: Innerhalb der als ASB mit der Zweckbestimmung Gewerbe (ASB-GE) gekennzeichneten Bereiche dürfen Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO nur dargestellt und festgesetzt werden, wenn diese Vorgaben über ein nicht-zentrenrelevantes Kernsortiment verfügen. Die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten innerhalb der ASB-GE ist nicht zulässig.

Z2: Die Regelungen des Regionalplans gelten ebenso für vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO, auch wenn die Festsetzung eines Sondergebietes nicht erfolgt.

G1: Die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 Nr. 1 BauNVO (Einkaufszentren) soll nur innerhalb der in der Beikarte 3b – Zentralörtlich bedeutsame Allgemeine Siedlungsbereiche – abgebildeten, zentralörtlich bedeutsamen Allgemeinen Siedlungsbereichen erfolgen.

G2: Die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO soll nur dann erfolgen, wenn sichergestellt ist, dass eine Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr besteht. Vorhaben, die aufgrund des Umfangs ihrer Verkaufsflächen oder der Art ihrer Sortimente ein besonders großes Besucheraufkommen erwarten lassen, sollen nur an Standorten geplant werden, die an den öffentlichen Schienenpersonennahverkehr angebunden sind.

G3: Die Kommunen sollen im Sinne einer nachhaltigen Entwicklungsplanung zur Stärkung der Zentren regionale und kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzepte erarbeiten und fortschreiben. Wesentliches Element dabei ist die Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen sowie die Erarbeitung einer ortsspezifischen Sortimentsliste. Die zentralen Versorgungsbereiche sollen auch im Flächennutzungsplan dargestellt werden."

2.3 Einzelhandelskonzept Meerbusch

Das Einzelhandelskonzept der Stadt Meerbusch³ benennt als wesentliche städtebauliche Zielsetzungen der Einzelhandelsentwicklung die:

- Sicherung der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Meerbusch
 - Erhalt und zielgerichteter Ausbau des Einzelhandelsangebotes, insbesondere in Branchen mit Handlungsbedarf
 - Schaffung von Investitionssicherheit durch verbindliche Bauleitplanung

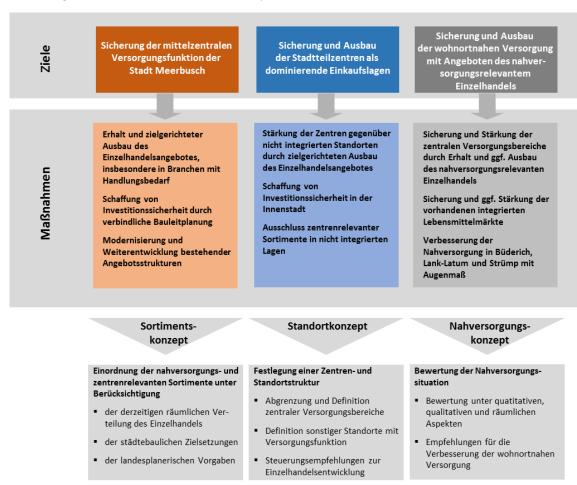
Regionalplan Düsseldorf gemäß Bekanntmachung vom 13.04.2018.

Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Meerbusch, GMA, 2019, angepasst 2021.



- Modernisierung und Weiterentwicklung bestehender Angebotsstrukturen
- Sicherung und Ausbau der Stadtteilzentren als dominierende Einkaufslagen
 - Stärkung der Zentren gegenüber nicht integrierten Standorten durch zielgerichteten Ausbau des Einzelhandelsangebotes
 - Schaffung von Investitionssicherheit in den Stadtteilzentren
 - Ausschluss zentrenrelevanter Sortimente in nicht integrierten Lagen
- Sicherung und Ausbau der wohnortnahen Versorgung mit Angeboten des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels
 - Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche durch Erhalt und ggf. Ausbau des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels
 - Sicherung und ggf. Stärkung der vorhandenen integrierten Lebensmittelmärkte
 - Verbesserung der Nahversorgung in Büderich, Lank-Latum und Strümp.

Abbildung 1: Ziele des Einzelhandelskonzeptes



GMA-Darstellung 2019

Gemäß der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Meerbusch verfügt die Stadt über vier zentrale Versorgungsbereiche, welche sich aus drei Stadtteilzentren (Büderich, Lank-Latum, Osterath) sowie einem Nahversorgungszentrum (Deutsches Eck) zusammensetzen.



Im Einzelhandelskonzept ist eine Sortimentsliste für die Stadt Meerbusch definiert,⁴ in der die projektrelevanten Sortimente wie folgt zugeordnet werden:

- Das Sortiment **Bau-**, **Heimwerker-** und **Gartenbedarf**, Pflanzen, Pflege, Düngemittel, Gartenartikel (inkl. Gartenmöbel), Gartengeräte (z. B. Rasenmäher) wird den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet.
- Die Sortimente Nahrungs- / und Genussmittel, Schnittblumen, Schreibwaren / Bücher, Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik und Heimtextilien werden den zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten zugeordnet.

_

⁴ a. a. O., Seite 14ff



II. Standortanalyse und -bewertung

1. Makrostandort Meerbusch / Büderich

Die Stadt Meerbusch liegt am nordwestlichen Rand des Ballungskerns Düsseldorf und gehört zum Rhein-Kreis Neuss. Nördlich von Meerbusch liegt Krefeld, westlich Willich, südwestlich Kaarst, südlich Neuss und südöstlich der Stadtbezirk 4 der Stadt Düsseldorf(vgl. Karte 1).

In Meerbusch leben derzeit rd. 58.000 Einwohner⁵. Das rd. 64,3 km² große Stadtgebiet gliedert sich in acht Stadtteile (Büderich, Osterath, Lank-Latum, Strümp, Ossum-Bösinghoven, Nierst, Langst-Kierst, Ilverich). Die höchste Bevölkerungskonzentration weisen die Stadtteile Büderich (rd. 23.200 Einwohner) und Osterath (rd. 13.470 Einwohner) auf.

Im Zehnjahreszeitraum zwischen 2009 und 2019 ist die Einwohnerzahl in der Stadt Meerbusch von rd. 55.240 (2009) um rd. 5 % auf rd. 58.020 Einwohner (2019) angestiegen. Auch für die kommenden Jahre wird eine positive Einwohnerentwicklung prognostiziert.⁶ Die weitere Einwohnerverteilung und -entwicklung der einzelnen Stadtteile Meerbuschs wird zusammenfassend in der nachfolgenden Tabelle dargestellt.

Tabelle 1: Einwohnerverteilung und -entwicklung in der Stadt Meerbusch

Stadtbezirk (Stadtteil)	Einwohner 2009	Einwohr	ner 2019	Entwicklung 2009 – 2019	
	absolut	absolut	in %	absolut	in %
Büderich	21.594	23.033	40	+ 1.439	+ 6,7
Ilverich	656	660	1	+ 4	+ 0,6
Langst-Kierst	1.001	1.088	2	+ 87	+ 8,7
Lank-Latum	9.745	9.702	17	- 43	- 0,4
Nierst	1.391	1.429	2	+ 38	+ 2,7
Ossum-Bösinghoven	2.252	2.270	4	+ 18	+ 0,8
Osterath	12.592	13.467	23	+ 875	+ 6,9
Strümp	6.009	6.219	11	+ 210	+ 3,5
Gesamtstadt	55.240	58.016	100	+ 2.628	+ 5

Quelle: Stadt Meerbusch, Statistisches Jahrbuch, Stand jeweils 31.12. (nur Einwohner mit Hauptwohnsitz), Werte teilweise gerundet

Zum 30.06.2020 waren in Meerbusch rd. 13.900 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort tätig.⁷ Per Saldo übersteigt der Anteil der Auspendler den der Einpendler, im Jahr 2020 standen den 10.392 Einpendlern insgesamt 17.199 Auspendler gegenüber.

Der Stadtteil Büderich, in welchem der Vorhabenstandort lokalisiert ist, befindet sich im südlichen Bereich des Stadtgebietes von Meerbusch und grenzt im Nordwesten an Osterath, im Süden und Osten an Düsseldorf und im Südwesten an Neuss und im Westen an Kaarst. Aktuell leben im Stadtteil Büderich ca. 23.200 Einwohner. Gemessen an der Einwohnerzahl ist Büderich der größte Stadtteil von Meerbusch.

Quelle: Stadt Meerbusch, Stand: 31.12.2019 (nur Hauptwohnsitze).

⁶ Quelle: Information und Technik Nordrhein-Westfalen, Bevölkerungsprognose NRW (Stand: 01.01.2018).

Quelle: Bundesagentur für Arbeit (Stand: 30.06.2020).

AUSWIRKUNGSANALYSE ZUR ERWEITERUNG EINES GARTENCENTERS UND ANSIEDLUNG EINES LEBENSMITTELDISCOUNTERS IN MEERBUSCH, DÜSSELDORFER STRASSE

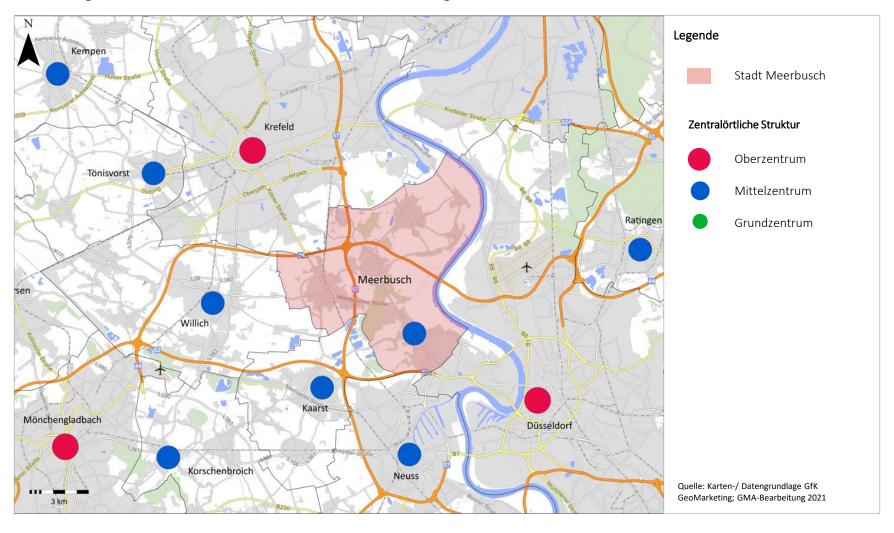


Mit dem Pkw ist der Stadtteil über den Autobahnanschluss "Büderich" (A 52) überörtlich zu erreichen. Darüber hinaus bilden die Düsseldorfer Straße bzw. Moerser Straße die wesentlichen Verkehrsträger innerhalb der Stadt Meerbusch und verbinden Büderich mit dem nördlichen Stadtgebiet.

Eine ÖPNV-Anbindung existiert über die Stadtbahnhaltepunkte Büderich / Landsknecht und Lörick sowie darüber hinaus durch mehrere Buslinien. Darüber hinaus verläuft die Straßenbahnlinie U 70 / 74 / U 76 von Düsseldorf nach Krefeld durch das Meerbuscher Stadtgebiet. Die in Büderich nächstgelegene Haltestelle befindet sich in der Böhlerstraße (D-Lörick).



Karte 1: Lage der Stadt Meerbusch und zentralörtliche Struktur in der Region



office.koeln@gma.biz/www.gma.biz



2. Mikrostandort Düsseldorfer Straße

Der Standort der geplanten Gartencenter-Erweiterung und der Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters befindet sich in Meerbusch-Büderich in der Düsseldorfer Straße. Östlich angrenzend liegt die Böhlerstraße, parallel dazu verläuft die Stadtgrenze zum Düsseldorfer Stadtteil Heerdt.

Der Planstandort befindet sich im südlichen Siedlungsgebiet. Sowohl in südöstlicher, nordöstlicher als auch in westlicher Richtung (jenseits der Neusser Straße) liegen Wohngebiete. Zwischen dem Planvorhaben und der Neusser Straße befinden sich landwirtschaftliche Nutzflächen. Im Jahr 2020 wurde für das sog. "Areal Böhler II" ein städtebaulicher Wettbewerb durchgeführt. Das Gesamtareal umfasst einen Bereich zwischen der Düsseldorfer Straße im Süden, der Böhler Straße im Osten und der Oststraße im Norden. Hier werden zukünftig ca. 350 – 400 Wohneinheiten entstehen. In Nachbarschaft zu dem bereits bestehenden neuen Wohngebiet im Bereich Unter der Mühle / Ruth-Niehaus-Straße wird es somit eine umfassende Wohngebietsentwicklung geben, die die siedlungsräumliche Lücke in diesem Teilbereich Büderichs schließen wird. Der Standort des Gartencenters Bogie's Pflanzenwelt befindet sich in fußläufiger Entfernung zum bestehenden und geplanten Wohngebiet. Somit unterscheidet er sich von den anderen Gartencenter-Standorten durch die Integration und zukünftig stärkere Anbindung an Wohngebiete.

Die nächstgelegenen Wohngebiete in der Nachbarstadt Düsseldorf liegen an der Krefelder Straße im Stadtteil Heerdt. Auch hier ist eine Wohngebietsentwicklung im Bereich der Willstätterstraße, in dessen Zuge rd. 220 Wohneinheiten geschaffen werden sollen.

Mit dem Pkw ist der Standort sowohl aus Düsseldorf über die Krefelder Straße als auch aus Büderich derzeit über die Düsseldorfer Straße zu erreichen. Eine Anbindung mit dem ÖPNV besteht ebenfalls über die an der Düsseldorfer Straße gelegene Bushaltestelle Hoxdelle. Diese wird von der Buslinie 828 (Meerbusch – Neuss) angefahren. Im weiteren östlichen Verlauf der gegenüber verlaufenden Böhlerstraße befindet sich im Übergang zur Hansaallee in ca. 1 km Entfernung eine Stadtbahnstation (Lörick). Diese wird von den Bahnlinien 70, 74 und 76 (Meerbusch – Krefeld) bedient. Geplant ist darüber hinaus die Stadtbahnlinie U81, welche den Flughafen Düsseldorf mit dem Düsseldorfer Stadtbahnnetz verbinden und Anschlussmöglichkeiten nach Neuss, Meerbusch und Krefeld bieten wird. Im direkten Umfeld des Planvorhabens ist nach derzeitigem Planungsstand eine Haltestelle geplant. Insgesamt kann festgehalten werden, dass es sich bei dem Planstandort um einen sowohl mit dem Pkw als auch mit dem ÖPNV gut erreichbaren Standort handelt.

Die spezifischen Eigenschaften eines Standortes können in positive und negative Standortfaktoren gegliedert werden. Diese standortspezifischen Eigenschaften haben einen wesentlichen Einfluss auf die Ausstrahlung, die Marktdurchdringung und die damit korrespondierende Umsatzerwartung eines Planstandortes.

Positive Standortfaktoren:

- + Standort mit Anbindung an Wohngebiete, die durch die Wohnbauentwicklung künftig weiter verstärkt wird
- + ausreichende Grundstücksgröße für das Planvorhaben



- + gute verkehrliche Anbindung und Parkplatzsituation vor Ort
- + Anbindung an das ÖPNV-Netz (Bushaltestelle Hoxdelle / Stadtbahnstation Lörick)

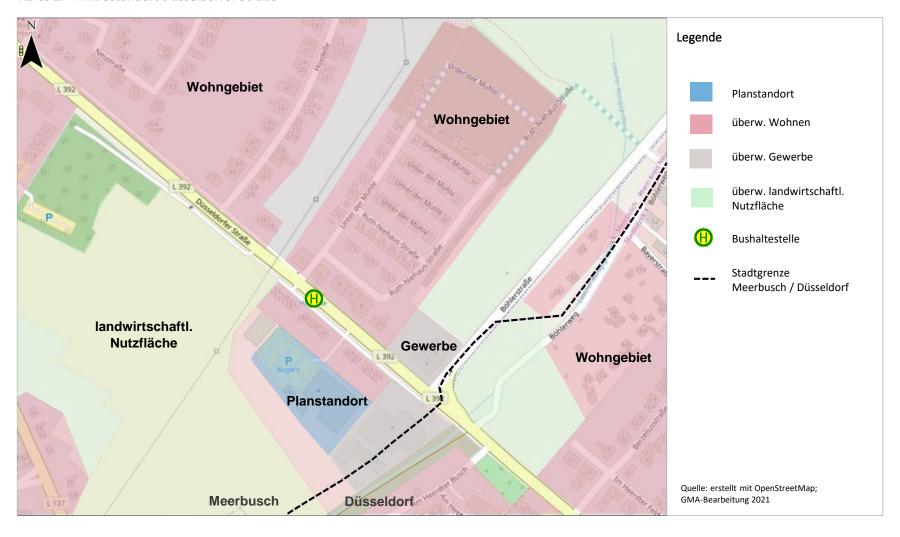
Negative Standortfaktoren:

- Standort befindet sich nicht in einem zentralen Versorgungsbereich

Zusammenfassend ist unter städtebaulichen Gesichtspunkten hervorzuheben, dass es sich bei dem Planstandort einen Standort außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches handelt, der jedoch bereits heute Anbindung an Wohngebiete aufweist. Durch die weitere Wohngebietsentwicklung im direkten Umfeld wird künftig die siedlungsräumliche Lücke in diesem Teilbereich Büderichs geschlossen.



Karte 2: Mikrostandort Düsseldorfer Straße



office.koeln@gma.biz/www.gma.biz



III. Definition und Daten des Planobjektes

1. Definition des Untersuchungsobjektes

Bei dem zu untersuchenden Gartenfachmarkt handelt es sich um den Betriebstyp **Fachmarkt**. Dieser ist wie folgt definiert:⁸

"Der Fachmarkt ist ein meist großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und oft auch tiefes Sortiment aus einem Warenbereich (z. B. Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt), einem Bedarfsbereich (z. B. Sportfachmarkt, Baufachmarkt) oder einem Zielgruppenbereich (z. B. Möbel- und Haushaltswarenfachmarkt für designorientierte Kunden) in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau anbietet.

Der Standort ist i. d. R. autokundenorientiert entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren; bei einigen Sortimenten (z. B. Drogeriemarkt) werden überwiegend Innenstadtlagen gewählt. Je nach Sortiment sind mehr als in anderen Betriebsformen im Einzelhandel die Abnehmer auch gewerbliche Kunden (z. B. Handwerker beim Sanitär- und Fliesenfachmarkt und beim Installationsfachmarkt) oder Dienstleistungsbetriebe (z. B. Gaststätten beim Drogeriemarkt und beim Getränkefachmarkt). Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentsspezifischen Kundenberatung.

Serviceorientierte Fachmärkte bieten neben ihrem Warensortiment auch eine Vielfalt sortimentsbezogener und selbstständig vermarktbarer Dienstleistungen (z. B. Reise-, Versicherungsleistungen), diskontorientierte Fachmärkte verzichten oft auf jedwede Beratung und Dienstleistung zugunsten niedriger Preise. Der Spezialfachmarkt führt Ausschnittssortimente (z. B. Fliesenfachmarkt, Holzfachmarkt) aus dem Programm eines Fachmarktes (z. B. Baumarkt)."

Im Gegensatz zu den meisten Gartencentern befindet sich der Anbieter Bogie in Meerbusch an einem Standort mit Wohngebietsbezug. Nichts desto trotz handelt es sich bei dem etablierten Standort um einen Bereich mit ausreichender Flächenverfügbarkeit für die Umstrukturierung des Bestandsmarktes Bogie sowie für die Neuansiedlung eines Lidl Lebensmitteldiscounters. Hinsichtlich des Aufbaus des Gartencenters Bogie ist festzuhalten, dass es sich um ein klassisches Gartencenter mit Warm- und Kalthalle, überdachter Freifläche und Freifläche handelt.

Darüber hinaus ist die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes am Standort geplant. Im Lebensmitteleinzelhandel wird zwischen verschiedenen Betriebstypen unterschieden. Folgende Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels liegen vor:¹⁰

Supermarkt:

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen

Quelle: Katalog E. Begriffsdefinitionen zu Handel und Distribution, 5. Ausgabe; Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln, 2006.

Quelle: Katalog E. Begriffsdefinitionen zu Handel und Distribution, 5. Ausgabe; Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln, 2006.

¹⁰ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2020, Seite 361.



400 und 2.500 m^2 , das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel¹¹ führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II¹² aufweist.

Großer Supermarkt:

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-lund Nonfood-II-Artikel führt.

SB-Warenhaus:

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood-II-Angebot führt.

Discounter:

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood-I-Sortimente sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.

LEH-Fachgeschäft:

Ein LEH-Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft, das auf eine Warengruppe spezialisiert ist und ein tiefes Sortiment führt. Dazu zählen u. a. Spezialitäten-Fachgeschäfte, Getränkeabholmärkte, Obst- und Gemüse-, Süßwarenläden sowie handwerklich orientierte Einzelhandelsgeschäfte wie Feinkostgeschäfte, Bäckereien und Fleischereien.

Convenience Store:

Ein Convenience Store ist ein Einzelhandelsgeschäft ist einer Verkaufsfläche unter 400 m², das ein begrenztes Sortiment aus den Warenbereichen Tabakwaren, Süßwaren, Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte bietet. Ein Convenience Store zeichnet sich durch seine bequeme Erreichbarkeit und übliche Sonntagsöffnung aus. Zu den Convenience Stores gehören Kioske und Tankstellenshops.

Kleines Lebensmittelgeschäft:

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m^2 Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood-I-Sortiment führt.

Das Planvorhaben ist per Definition als Lebensmitteldiscounter einzustufen. Die Betriebstypen unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentsstruktur. Dies wird v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich. Während ein Supermarkt im Mittel ca. 11.830 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt gut das Doppelte an Produkten an. Lebensmitteldiscounter halten dagegen im Schnitt lediglich rd. 2.300 Artikel vor (vgl. Tabelle 2).

Nonfood-I-Artikel: Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

Nonfood-II-Artikel: Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.



Tabelle 2: Typische Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten

Hauptwarengruppen	Discour	nter	Supermarkt		Großer Supermarkt	
		dı	urchschnittlic	he Artikela	nzahl	
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Nahrungs- und Genussmittel	1.755	76	8.995	76	15.730	62
Lebensmittelnahe Sortimente (Nonfood I, u. a. Gesundheit, Körperpflege, Tiernahrung)	265	9	2.030	17	4.825	20
Nichtlebensmittelsortimente (Nonfood II, u. a. Textilien, Zeitungen / Zeitschriften, Elektrowaren, Blumen / Pflanzen; z. B. Aktionswaren)	275	15	805	7	4.450	18
Sortimente insgesamt	2.295	100	11.830	100	25.005	100

Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2019, Seite 90

Lebensmitteldiscounter heben sich im Vergleich zu Lebensmittelvollsortimentern insbesondere durch ein vergleichsweise schmales Sortiment mit einem hohen Anteil an Eigenmarken und durch eine konsequente Niedrigpreisstrategie ab. Als weitere Besonderheit sind wechselnde Randsortimente, sog. Aktionswaren, zu nennen, deren Artikel nicht kontinuierlich geführt werden. Bei Aktionswaren handelt es sich überwiegend, aber nicht ausschließlich, um Angebote außerhalb des Lebensmittelbereichs. Hier kommen ganz unterschiedliche Artikel zum Verkauf, wobei ein gewisser Schwerpunkt bei Bekleidung, Haushaltwaren und Elektrowaren liegt. Letztlich ist die Artikelzusammensetzung jedoch äußerst heterogen.

Die Nichtlebensmittelsortimente umfassen i. d. R. 20 % des Gesamtumsatzes von Lebensmitteldiscountern. Umsatzumverteilungswirkungen in diesen Sortimenten verteilen sich auf eine Vielzahl von Anbietern, welche diese sowohl als Hauptsortimente (u. a. Drogeriemärkte, Zoofachmärkte, Blumengeschäfte, Kioske, Bekleidungs-, Schuh-, Sportanbieter, Haushaltwarenmärkte, Bau- und Gartenmärkte u.v.m.) als auch als Randsortimente (u. a. Lebensmittelmärkte, Drogeriemärkte, Nonfood-Discounter u.v.m.) führen und sind daher quantitativ nicht zu ermitteln.

2. Projektbeschreibung

Am Standort Düsseldorfer Straße in Meerbusch ist die Umstrukturierung des bestehenden Gartencenters Bogie sowie die Ansiedlung eines Lidl Lebensmitteldiscounters¹³ vorgesehen. Während der Markt derzeit über die Düsseldorfer Straße erschlossen wird, soll künftig die Anfahrbarkeit über die Böhlerstraße gewährleistet werden. Mittig zwischen dem geplanten Gartencenter und dem Lebensmittelmarkt ist eine ausreichende Stellplatzfläche vorgesehen. Das Hauptgebäude des künftigen Gartencenters ist in L-Form ausgerichtet, an dass sich ein Ne-

Mit der Prüfung eines Lidl-Discountmarktes wird ein worst-case-Ansatz in Bezug auf die Wirkungen des Vorhabens angesetzt. Ein anderer Betreiber oder Betriebstyp würde unter Berücksichtigung der Angebots- und Nachfragestrukturen keine größeren Auswirkungen auslösen.



bengebäude sowie ein Café mit Außengastronomiefläche anschließt. Nordöstlich des Hauptgebäudes, bestehend aus Warm- und Kalthalle sowie Produktionsbereich, schließt eine überdachte Freifläche an das Hauptgebäude an (vgl. Abbildung 1).

Das **Gartencenter Bogie** weist derzeit rd. 5.900 m² Verkaufsfläche auf, wovon ca. 2.300 m² auf die Warm- und Kalthalle entfallen, rd. 720 m² auf die überdachte Freifläche und ca. 2.850 m² auf die reine Freifläche. Neben dem klassischen Sortiment Gartenbedarf verfügt der Anbieter auch über sog. Randsortimente (u. a. Nahrungs- und Genussmittel, Schnittblumen, Schreibwaren / Bücher, Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik, Heimtextilien, Gartenmöbel).

Anlage 2 (Zur Vorlage FB4/1132/2020)

Zeichenerklärung

Gaftungsperins des Beteilbungsperins des Beteilbungspe

Abbildung 2: Nutzungskonzept

Quelle: Stadt Meerbusch, Bebauungsplan Nr. 314 Meerbusch Büderich

Geplant ist die Erweiterung des Anbieters auf rd. 6.200 m², wobei die vorhandene reine Freifläche zugunsten der Vergrößerung der Warm- und Kalthalle sowie der überdachten Freifläche entfällt.¹⁴ Im Gartencenter soll darüber hinaus ein Café etabliert werden.

Auf Freiflächen (überdacht und unüberdacht) werden z. T. geringere Umsätze erzielt als in überdachten, umbauten Bereichen (Warm- und Kalthallen). Für die Ermittlung der Umsatzleistung eines Bau- und Gartenfachmarktes werden üblicherweise gewichtete Verkaufsflächen verwendet. Die Gewichtung des BHB Bundesverbands Deutscher Heimwerker- und Baumärkte, Köln, die in vorliegendem Gutachten zugrunde gelegt wird, setzt für Innen-Verkaufsflächen (warm und kalt) 100 %, für überdachte Freiflächen (kalt) 50 % und für nicht überdachte Freiflächen (kalt) 25 % der Verkaufsfläche an.

_

¹⁴ Zur überdachten Freifläche wird auch der Bereich des Vordachs und des Eingangsbereichs gezählt.



Für die zentrenrelevanten Randsortimente gemäß Meerbuscher Sortimentsliste wird nachfolgend im Sinne einer worst-case Betrachtung eine Maximalvariante geprüft. Demnach könnten diese künftig bis zu 10% der Gesamtverkaufsfläche (= maximal 615 m²) umfassen. Ein Verkaufsflächenschwerpunkt der Randsortimente wird im Sortiment Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik mit rd. 410 m² liegen. Auf die anderen Randsortimente entfällt ein sehr geringer Verkaufsflächenanteil. Hinsichtlich der Verkaufsflächenstrukturierung ist zu berücksichtigen, dass Warm- und Kalthallen als umbaute Verkaufsfläche zu definieren sind, wobei die Warmhalle im Vergleich zur Kalthalle ganzjährig temperiert wird.

In Branchenstatistiken beruhen sowohl die Flächenangaben als auch die durchschnittlichen Flächenproduktivitäten (= Umsatzleistung in € je m² Verkaufsfläche) auf gewichteten Flächen. Die ungewichtete Verkaufsfläche ist für die baurechtliche Beurteilung ausschlaggebend, während die gewichtete Verkaufsfläche die Grundlage für die Umsatzermittlung (und die daraus folgende Beurteilung der möglichen Auswirkungen auf die Angebotsstrukturen) bildet.

Darüber hinaus ist die Ansiedlung eines **Lidl Lebensmitteldiscounters** mit rd. 800 m² Verkaufsfläche geplant, der im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel führt. Als Randsortimente führt der Anbieter u. a. Drogeriewaren, Tiernahrung und Aktionswaren. Die Verkaufsflächenveränderung je Sortiment kann der nachfolgenden Tabelle entnommen werden.

Tabelle 3: Nutzungskonzept für das Planvorhaben

		Bestand i	n m² VK		Planung in m² VK				Differenz
	Bogie				Bogie		e		Bestand / Planung in
	WH / KH	ÜFF	FF	Gesamt	WH/KH	ÜFF	Lidl**	Gesamt	m ² VK
Gartenbedarf	1.995	720	2.850	5.565 (3.380)*	3.365	2.200	-	5.565 (5.100)*	+ / - 0 (+1.720)*
Nahrungs- und Genussmittel	20	-	-	20	70	-	800	870	850
Schnittblumen	40	-	-	40	65	-	-	65	25
Schreibwaren / Bücher	15	-	-	15	30	-	-	30	15
Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik	205	-	-	205	410	-	-	410	205
Heimtextilien	20	-	-	20	40	-	-	40	20
Sonstige Sorti- mente (u. a. Mö- bel, Gartenlam- pen)	15	-	-	15	15	-	-	15	+/- 0
Gesamt	2.310	720	2.850	5.880	4.000	2.200	800	7.000	+ 1.115

^{*} gewichtete Verkaufsfläche / WH = Warmhalle, KH = Kalthalle, ÜFF = überdachte Freifläche, FF = Freifläche; ** ohne Aufteilung der Gesamtverkaufsfläche durch regelmäßig wechselnde Randsortimente / Quelle: Angaben des Auftraggebers, GMA-Zusammenstellung 2021

_

Die Maximalvariante beruht auf der Annahme, dass maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche durch zentrenrelevante Sortimente belegt werden.

AUSWIRKUNGSANALYSE ZUR ERWEITERUNG EINES GARTENCENTERS UND ANSIEDLUNG EINES LEBENSMITTELDISCOUNTERS IN MEERBUSCH, DÜSSELDORFER STRASSE



Insgesamt ist demnach eine Verkaufsflächenausweitung am Standort von rd.1.120 m² Verkaufsfläche abzuleiten, wobei es lediglich in den Sortimenten Gartenbedarf (+ 1.720 m² = gewichtete Verkaufsfläche), Nahrungs- und Genussmittel (+ rd. 850 m²) und Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik (+ rd. 205 m² Verkaufsfläche) zu einer wesentlichen Verkaufsflächenzunahme kommt. In den weiteren Randsortimenten sind so geringe Verkaufsflächenerweiterungen geplant (max. 25 m²), sodass nur eine minimale Umsatzzunahme abzuleiten ist. Bereits an dieser Stelle des Gutachtens können demnach städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen für die weiteren Randsortimente (Schnittblumen, Schreibwaren / Bücher, Heimtextilien, sonstige Sortimente (u. a. Möbel, Gartenlampen)) ausgeschlossen werden.



IV. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

1. Einzugsgebiet und Bevölkerung

Die Bevölkerungszahlen stellen eine der wesentlichen Grundlagen zur Ermittlung der Kaufkraft im einzelhandelsrelevanten Einzugsbereich dar. Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen.

Bei der **Einteilung und Abgrenzung des Einzugsgebietes** des geplanten Gartenfachmarktes und Lebensmitteldiscounters wurden insbesondere folgende Aspekte berücksichtigt:

- Projektkonzeption (insbesondere hinsichtlich Dimensionierung, Sortimentsstruktur, Fristigkeit der angebotenen Waren, Attraktivität des Betreibers) und zu erwartende Wirkungen auf die künftige Einkaufsorientierung der Bevölkerung
- / mikrostandörtliche Lage des Planareals innerhalb Meerbuschs
- Erreichbarkeit des Standortes für potenzielle Kunden im Untersuchungsraum¹⁶ unter Berücksichtigung verkehrlicher und topografischer Bedingungen (v. a. Autobahnen, innerstädtische Hauptverkehrsachsen, Rheinbrücken)
- Strukturdaten des Untersuchungsraums (z. B. Bevölkerungsschwerpunkte, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- Einzelhandelsausstattung der Standort- und Umlandkommunen, Lage der Einzelhandelsschwerpunkte und verkehrliche Erreichbarkeit
- relevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum sowie Wettbewerbsplanungen (u. a. Lidl-Markt Schiessstraße Düsseldorf)
- grundsätzliche Einkaufsorientierung der Verbraucher im Untersuchungsraum (z. B. aufgrund administrativer, geografischer oder historischer Bindungen)
- ausgewählte Zeit- und Distanz-Werte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte).

Um Unterschiede in der Nachfrageintensität und -frequenz zu erfassen, wurde das Einzugsgebiet des Planobjektes in drei Zonen unterteilt (vgl. Karte 3). Die verschiedenen Zonen repräsentieren dabei die unterschiedliche Intensität der Kundenbindung. Während in der Zone I (Kerneinzugsgebiet) eine hohe Kundenbindung zum Standort vorliegt, besteht in den Zonen II und III (Ferneinzugsgebiet) bereits eine Polyorientierung zu verschiedenen Standorten. Zusätzlich sind auch Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes zu erwarten, z. B. Berufspendler. Diese werden im weiteren Verlauf der Analyse als sog. Streukunden berücksichtigt.

.

Als Untersuchungsraum werden die Städte Meerbusch, Düsseldorf (linksrheinisch), Neuss (nördliches Stadtgebiet) und Kaarst (Kernstadt)in die Untersuchung einbezogen.



Unter Berücksichtigung der genannten Aspekte umfasst das Einzugsgebiet des geplanten Gartenfachmarktes und des Lidl Lebensmitteldiscounters am Standort Düsseldorfer Straße folgende Zonen mit folgendem Einwohnerpotenzial¹⁷:

	Zone la:	Meerbusch	(Stadtteil Büderich)	ca. 23.210 Einwohner
--	----------	-----------	----------------------	----------------------

Zone lb: Düsseldorf (Stadtteile Heerdt und Lörick) ca. 19.910 Einwohner

Zone II: Düsseldorf (Stadtteile Oberkassel und Niederkassel)

Barbaraviertel),

ca. 25.130 Einwohner

Zone Illa: Meerbusch (weiteres Stadtgebiet) ca. 34.810 Einwohner

Zone IIIb: Neuss (Stadtteile Morgensternsheide, Furth-Süd, Furth-Mitte, Fuhrt Nord, Weißenberg, Vogelsang,

ca. 39.330 Einwohner

Insgesamt leben im abgegrenzten Einzugsgebiet derzeit ca. 142.390 Einwohner, wovon rd. 43.120 Einwohner auf das die Zone I entfällt (rd. 30 %). ¹⁸ Die Zone Ia umfasst den Meerbuscher Stadtteil Büderich, Zone Ib die Düsseldorfer Stadtteile Heerdt und Lörick. Die Zone II des Einzugsgebietes erstreckt sich auf die Düsseldorfer Stadtteile Oberkassel und Niederkassel mit rd. 25.130 Einwohnern (rd. 18 %). Die Zone III umfasst die Neusser Stadtteile Morgensternsheide, Furth-Süd, Furth-Mitte, Furth-Nord, Weißenberg, Vogelsang und Barabaraviertel sowie das weitere Meerbuscher Stadtgebiet mit rd. 74.140 Einwohnern (rd. 52 %).

Für den Lidl-Markt sind aus Zone Ia die höchsten Marktanteile anzusetzen, da der Lebensmittelmarkt eine geringere räumliche Ausstrahlung haben wird als das Gartencenter. Bereits aus Zone Ib, die räumlich ebenfalls sehr nahegelegen ist, ist eine geringe Marktbedeutung zu unterstellen, da hier eine deutlich ausgeprägtere Wettbewerbssituation im Lebensmittelsegment vorhanden ist. Gleichwohl sind aufgrund der Standortkombination auch Kundenzuführeffekte aus anderen Teilräumen zu erwarten, die jedoch als gering einzustufen sind (vgl. Marktanteilkonzept in Kapitel VI, 2.).

Aufgrund der Entfernung der genannten Stadtteile zum Vorhabenstandort ist in Zone II und III von einer geringeren Kundenorientierung auf den geplanten Gartenfachmarkt auszugehen. Des Weiteren spielen hier auch weitere Wettbewerbsstandorte in Meerbusch (u. a. Gartencenter Selders Toni, Pflanzencenter Schubert, Jentjens-Grünoase, Gartencenter Wantikow), Kaarst (u. a. Gartencenter Hoevels, Gartencenter Schmitz und Gartencenter Groß in Grün) sowie das Gartencenter Selders und das Gartencenter des Baumarktes Obi in Neuss eine Rolle.

Darüber hinaus wirkt sich in Richtung Osten auf der rechten Rheinseite die erhebliche Fahrzeit durch das Düsseldorfer Kernstadtgebiet sowie die Einkaufsorientierung der Bewohner des rechtsrheinischen Düsseldorfs auf alternative Einzelhandelsstandorte (u. a. Bilker Gartencenter, Obi Gartencenter, Dehner Gartencenter; vgl. Karte 3) einzugsgebietsbeschränkend aus. Dennoch wird das Vorhaben auch von einigen Kunden, die außerhalb des Einzugsgebietes wohnen (z. B. Berufspendler) aufgesucht werden. Diese werden nachfolgend als sog. Streukunden berücksichtigt.

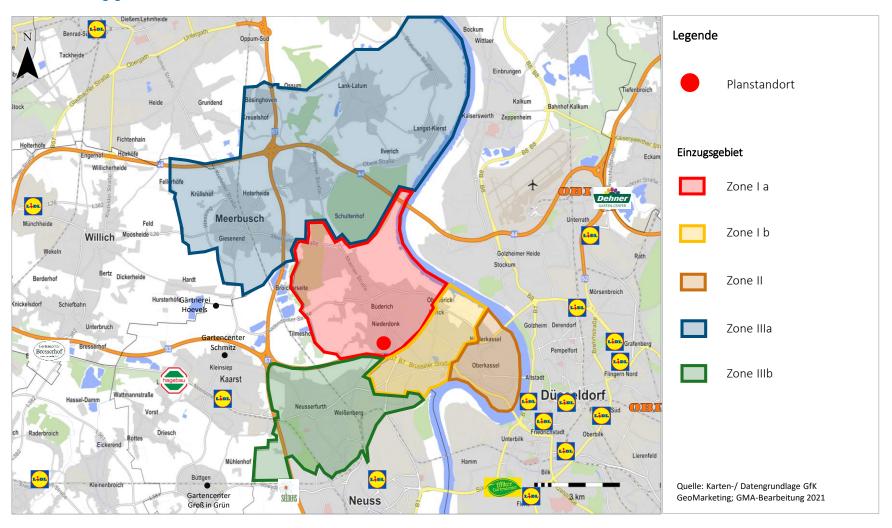
-

Quellen: Stadt Meerbusch, Stand: 12 / 2019, Stadt Düsseldorf Stand: 21.12.2020 / Stadt Neuss, Stand: 31.12.2019.

Um die möglichen Auswirkungen der Ansiedlung nach Städten differenziert darstellen zu können, wurde die Zone I in die Zone Ia und Ib und die Zone III in Zone IIIa und IIIb unterteilt.



Karte 3: Einzugsgebiet des Vorhabens



office.koeln@gma.biz/www.gma.biz



2. Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet

Unter Zugrundelegung der ermittelten Einwohnerzahlen im abgegrenzten Einzugsgebiet kann die projektrelevante Kaufkraft berechnet werden. Grundlage für die Berechnungen der Nachfrage nach Waren und Dienstleistungen ist das sog. Nettosozialprodukt zu Faktorkosten, aus dem das verfügbare Einkommen der privaten Haushalte abgeleitet werden kann. Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland derzeit bei ca. € 6.370.

Davon entfallen auf

Nahrungs- und Genussmittel ca. € 2.445 p. a.

Nichtlebensmittel ca. € 3.925 p. a.

Für die Ermittlung der projektrelevanten Kaufkraft sind die Verbrauchsausgaben für die projektrelevanten Sortimente im Planvorhaben zugrunde zu legen. Diese sind in der nachfolgenden Tabelle jeweils pro Kopf und Jahr der Bevölkerung in Deutschland dargestellt:

Tabelle 4: Pro-Kopf-Ausgaben der Bevölkerung

Sortiment	Pro-Kopf-Ausgabewert in € (caWerte)
Gartenbedarf	225
Nahrungs- und Genussmittel	2.445
Haushaltswaren ¹⁹ , Glas / Porzellan / Keramik	40

GMA-Marktforschung und -Zusammenstellung 2021

Darüber hinaus ist das örtliche Kaufkraftniveau zu berücksichtigen. Hier wurden Kaufkraftkennziffern von MB Research, Nürnberg, zugrunde gelegt, die für die einzelnen Postleitzahl-Bereiche und damit auf vergleichsweise kleinräumiger Ebene das Kaufkraftniveau abbilden.²⁰ Im Meerbuscher Teil des Einzugsgebietes (PLZ 40667) liegt die Kaufkraftkennziffer bei 133,5, im Düsseldorfer PLZ-Gebiet 40549 (Heerdt) bei 125,3, im PLZ-Gebiet 40547 (Lörick und Niederkassel) bei 134,8, im PLZ-Gebiet 40545 (Oberkassel) bei 142,4 und damit auf einem überdurchschnittlichen bis deutlich überdurchschnittlichem Niveau. Im Neusser Teil des Einzugsgebietes (Zone IIIb) liegt das Kaufkraftniveau zwischen 94,7 und 95,9 und fällt damit leicht unterdurchschnittlich aus. Im weiteren Stadtgebiet von Meerbusch (Zone IIIa) liegt das Kaufkraftniveau deutlich oberhalb des Bundesdurchschnitts (zwischen 128,8 und 131,8).

Unter Berücksichtigung der örtlichen Kaufkraftkoeffizienten im abgegrenzten Einzugsgebiet ist ein **planobjektrelevantes Kaufkraftvolumen** von insgesamt 474,4 Mio. € zu erwarten. Hiervon entfallen ca. 39,4 Mio. € auf das Sortiment Gartenbedarf, ca. 428,0 Mio. € auf das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel und rd. 7,0 Mio. € auf das Sortiment Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik.

Da die zentrenrelevanten Randsortimente des Gartenmarktes nur gartenmarktspezifische Sortimente beinhalten, wurden hier z. T. nur anteilige Kaufkraftdaten verwendet. (Bsp. Haushaltswaren: Hier liegt die Kaufkraft insgesamt bei knapp 100 €, darin sind jedoch typische Sortimente eines Haushalts-Fachgeschäftes (Bestecke, Geschenkartikel etc.) enthalten, die der projektierte Gartenmarkt nicht führen wird. Für die gartenmarktspezifischen Haushaltssortimente werden daher anteilig 40 € zugrunde gelegt.)

Verwendung örtlicher Kaufkraftkennziffern auf PLZ-Ebene von Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, Stand 2020, Bundesdurchschnitt (= 100).



Tabelle 5: Projektrelevante Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet für den Gartenfachmarkt und den Lebensmitteldiscounter

Einzugsgebiet	Gartenbedarf	Nahrungs- und Genussmittel	Haushaltswaren, GPK*	Gesamt
		Mio.	€ p.a.	
Zone la	7,0	75,7	1,2	83,9
Zone Ib	5,8	62,8	1,0	69,6
Zone II	7,9	86,3	1,4	95,6
Zone IIIa	10,2	111,1	1,8	127,9
Zone IIIb	8,5	92,1	1,6	106,2
Gesamt	39,4	428,0	7,0	474,4

GPK = Glas / Porzellan / Keramik; GMA-Berechnungen 2021

In Bezug auf die räumliche Herkunft ist ein Anteil von ca. 32 % des Kaufkraftvolumens der Zone I zuzuordnen, ca. 20 % der Zone II und ca. 47 % der Zone III.



V. Wettbewerbssituation

Die Beurteilung der projektrelevanten **Wettbewerbssituation** beruht auf einer aktuellen Vor-Ort-Erhebung des projektrelevanten Einzelhandels, die im März / April 2021 durchgeführt wurde. Als Wettbewerber gelten grundsätzlich alle Einzelhandelsbetriebe, die Sortimente anbieten, die in dem Planobjekt geführt werden. In Folge der Flächengröße und der Vertriebsform des Planobjektes ist allerdings davon auszugehen, dass die wettbewerbliche Auseinandersetzung in erster Linie mit Anbietern des gleichen Betriebstyps, d. h. großflächigen Gartencentern sowie Lebensmittelmärkten erfolgen wird.

Das nachfolgend untersuchte projektrelevante Einzelhandelsangebot umfasst die Sortimente Gartenbedarf, Nahrungs- und Genussmittel und Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik.²¹

Die Wettbewerbserhebung im Einzugsgebiet erfolgte nach einem differenzierten Verfahren:

- Alle im Einzugsgebiet liegenden zentralen Versorgungsbereiche²² wurden hinsichtlich möglicher Sortimentsüberschneidungen mit dem projektierten Gartenfachmarkt und Lebensmitteldiscounter untersucht. Hierunter fallen im Sortiment Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik auch Betriebe, die nur eine geringe Verkaufsfläche aufweisen. Im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel hingegen wurden die wesentlichen Systemwettbewerber, d. h. Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, SB-Warenhäuser und große Getränkemärkte (über 400 m² Verkaufsfläche) erfasst.
- Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche wurden im gesamten Einzugsgebiet alle **Großflächenstandorte**, die das Sortiment Gartenbedarf führen, als Hauptwettbewerber erhoben. Darüber hinaus wurden im Einzugsgebiet alle weiteren größeren Lebensmittel- und Getränkemärkte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche erfasst (vgl. Karte 4 und 5).
- **Außerhalb des Einzugsgebietes** (v. a Kaarst) wurden vorhandene Gartencenter und die entsprechenden Flächen für Gartenbedarf von Baumärkten untersucht.

Zu allen erhobenen Betrieben wurden neben der Verkaufsfläche auch die projektrelevanten Umsätze²³ ermittelt. Das projektrelevante Einzelhandelsangebot ist den folgenden Übersichten (Tabellen 6 und 7) zu entnehmen.

In den weiteren Randsortimente des Vorhabens wie bspw. Schnittblumen, Schreibwaren / Bücher und Haus- und Heimtextilien sind nur geringe Umsatzausweitungen zu erwarten, sodass bereits an dieser Stelle des Gutachtens städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen ausgeschlossen werden können (vgl. Kapitel III.2).

Als Grundlage für die Abgrenzung der zentralen Lagen wurden der Rahmenplan Einzelhandel der Stadt Düsseldorf, 2016, und das Einzelhandelskonzept für die Stadt Meerbusch 2021 herangezogen. Darüber hinaus wurde das Einzelhandelskonzept der Stadt Neuss aus dem Jahr 2016 berücksichtigt, wobei sich im nördlichen Stadtgebiet der Stadt Neuss ausschließlich Nahversorgungszentren befinden, die eine große räumliche Distanz zum Planvorhaben aufweisen und lediglich nahversorgungsrelevante Sortimente führen. Aufgrund der großen Distanz zum Planvorhaben ist in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten von keiner wesentlichen Wettbewerbsauseinandersetzung auszugehen.

Die genannten Umsätze umfassen nur die auf den projektrelevanten Verkaufsflächen erzielten Umsätze (d. h. keine branchenfremde Anteile). Sie wurden in individueller Bewertung der Einzelbetriebe auf Basis durchschnittlicher Betriebskennziffern geschätzt, wobei GMA-Erfahrungswerte aus zahlreichen Befragungen des Einzelhandels eingeflossen sind. Die Umsatzleistungen der Anbieter mit überdachten oder unüberdachten Freiflächen wurden mit Hilfe von gewichteten Verkaufsflächen ermittelt. Die gewichtete Verkaufsfläche errechnet sich als Summe aus 100 % der Innenflächen, 50 % der überdachten Freiflächen sowie 25 % der unüberdachten Freiflächen. An diesem Standard orientiert sich auch die vorliegende Untersuchung. Freiflächen werden deshalb nur anteilig in Ansatz gebracht, da diese erfahrungsgemäß eine deutlich geringere Flächenumsatzleistung aufweisen (z. B. saisonal bedingter Freilandverkauf).



1. Wettbewerbssituation in Meerbusch

Das Stadtgebiet von Meerbusch ist zu differenzieren in die Zone Ia des Einzugsgebietes, das sich auf den Stadtteil Büderich erstreckt sowie das weitere Stadtgebiet, was aufgrund der Wettbewerbssituation der Zone IIIa des Einzugsgebietes des Vorhabens zugeordnet wird. Innerhalb der Zone Ia des Einzugsgebietes befinden sich folgende wesentliche Einzelhandelslagen:

- Das Nahversorgungszentrum Büderich / Deutsches Eck ist der zum Vorhabenstandort nächst gelegene zentrale Versorgungsbereich und wird im Wesentlichen durch die Anbieter denn's Biomarkt und Alnatura geprägt. Darüber hinaus befindet sich im zentralen Versorgungsbereich die Drogeriemärkte dm und Rossmann sowie weiterer kleinteiliger Einzelhandel.
- Der zentrale Versorgungsbereich **Stadtteilzentrum Büderich** umfasst im Wesentlichen das Umfeld der Einmündung Moerser Straße / Düsseldorfer Straße / Dorfstraße. In der Dorfstraße sind die Lebensmittelmärkte Edeka und Netto innerhalb einer Passage ansässig. Darüber hinaus befinden sich im Stadtteilzentrum verschiedene kleinteilige Einzelhandelsbetriebe mit dem Sortiment Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik (u. a. Boogs, Mehr Lebensstil).

Tabelle 6: Projektrelevanter Einzelhandelsbestand in Zone Ia

Sortiment	Zone Ia (= Meerbusch, Büderich)							
	NVZ Am de	utschen Eck	STZ Bü	iderich	sonstige Lage			
	VK in m²	Umsatz in Mio. €	VK in m²	Umsatz in Mio. €	VK in m²	Umsatz in Mio. €		
Gartenbedarf	-	-	-	-	7.920	3,5		
Nahrungs- und Genussmittel	1.090	5,4	2.110	7,8	3.680	18,8		
Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik	n.a	n.a.	155	0,5	750	0,8		
projektrelevante Sortimente gesamt	1.090	n.a.	2.265	8,3	12.350	23,1		

 ${\sf NVZ} = {\sf Nahversorgungszentrum}; \, {\sf STZ} = {\sf Stadtteilzentrum}$

n. a. = aus Datenschutzgründen erfolgt teilweise keine Umsatzausweisung der einzelnen Randsortimente / nicht ausweisbar; GMA-Erhebung März / April 2021, GMA-Berechnung 2021 (ggf. Rundungsdifferenzen)

Im sonstigen Siedlungsgebiet von Büderich befindet sich in der Düsseldorfer Straße der Lebensmittelmarkt Edeka mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.300 m². Darüber hinaus sind im südwestlichen Bereich des Stadtteils am Hessenweg die Lebensmittelanbieter Aldi und Rewe ansässig.

In dezentraler Lage befinden sich die beiden Hauptwettbewerber im Sortiment Gartenbedarf, so sind in der Badendonker Straße das Gartencenter Selders Toni und im Apelter Weg das Gartencenter Terra Viridis vorhanden. Bei dem Anbieter Selders handelt es sich um den Hauptwettbewerbsstandort im Sortiment Gartenbedarf zum Vorhaben Bogie in der Zone Ia des Einzugsgebietes. Der Anbieter präsentiert sich mit einem modernen und gepflegtem Marktauftritt und ausreichender Parkplatzsituation vor dem Markt.

In der Zone Illa des Einzugsgebietes ist in der Stadt Meerbusch auf die Stadtteilzentren Osterath (u. a. Rewe, Action) und Lank-Latum (u. a. Edeka, Netto) hinzuweisen. Darüber hinaus befinden sich in Osterath die Lebensmittelmärkte Edeka und Aldi in räumlicher Nähe zueinander



außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Beide Anbieter präsentieren sich mit einem modernen Marktauftritt. Des Weiteren ist in der Rudolf-Diesel-Straße an einem dezentralen Standort der Lebensmitteldiscounter Netto ansässig sowie im Stadtteil Strümp der Lebensmittelmarkt Edeka in integrierter Lage. Im Sortiment Gartenbedarf ist darüber hinaus in Meerbusch v. a. auf folgende weitere Anbieter hinzuweisen, die sich alle außerhalb des Einzugsgebietes befinden:

- **Gartencenter Wantikow**: dezentrale Lage im Stadtteil Ilverich, rd. 5.170 m² Verkaufsfläche²⁴, moderner Marktauftritt, ausreichende Parkplatzsituation.,
- **Pflanzencenter Schubert:** dezentrale Lage im Stadtteil Strümp, rd. 3.600 m² Verkaufsfläche²⁵, großer Außenbereich, Baumschule.
- **Jentjens-Grünoase:** dezentrale Lage im Stadtteil Osterath, rd. 3.000 m² Verkaufsfläche²6, zeitgemäßer Marktauftritt.
- ✓ Globus Baumarkt: dezentrale Lage im Stadtteil Osterath, insgesamt über 9.000 m² Verkaufsfläche, davon knapp 2.000 m² Gartenbedarf.

Tabelle 7: Projektrelevanter Einzelhandelsbestand in Zone III (Teil Meerbusch)

Sortiment	Zone III (= Meerbusch, restl. Stadtgebiet ohne Büderich)							
	STZ Os	sterath	STZ Lan	k-Latum	sonstige Lage			
	VK in m²	Umsatz in Mio. €	VK in m²	Umsatz in Mio. €	VK in m²	Umsatz in Mio. €		
Gartenbedarf	n.a	n.a.	-	-	12.580	8,6		
Nahrungs- und Genussmittel	840	5,4	1.510	6,2	7.500	33,1		
Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik	315	0,8	n.a	n.a.	1.300	1,9		
projektrelevante Sortimente gesamt	1.215	n.a.	1.590	n.a.	21.380	43,6		

STZ = Stadtteilzentrum / n. a. = aus Datenschutzgründen erfolgt teilweise keine Umsatzausweisung der einzelnen Randsortimente / nicht ausweisbar; GMA-Erhebung März / April 2021, GMA-Berechnung 2021 (ggf. Rundungsdifferenzen)

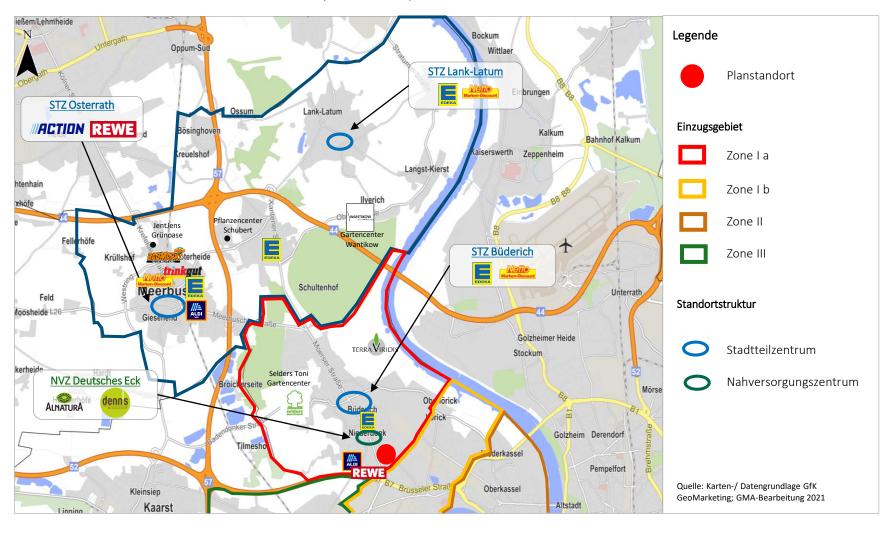
Verkaufsflächen gemäß Fachgutachten zur 113. Änderung des Flächennutzungsplans Meerbusch, CIMA, 2017.

Verkaufsflächen gemäß Fachgutachten zur 113. Änderung des Flächennutzungsplans Meerbusch, CIMA, 2017

Verkaufsflächen gemäß Fachgutachten zur 113. Änderung des Flächennutzungsplans Meerbusch, CIMA, 2017.



Karte 4: Wesentliche Wettbewerber in Meerbusch (Zone I und IIIa)



office.koeln@gma.biz/www.gma.biz



2. Wettbewerbssituation in Düsseldorf

Die Stadtteile Heerdt und Lörick bilden die **Zone Ib** des Einzugsgebietes, während die Stadtteile Ober- und Niederkassel der Zone II des Einzugsgebietes zugeordnet sind. In diesem Bereich befinden sich folgende wesentliche projektrelevante Einzelhandelsstandorte:

- In Zone Ib ist auf den zentralen Versorgungsbereich Kleines Stadtteilzentrum Nikolaus-Knopp-Platz hinzuweisen, der derzeit keinen Lebensmittelmarkt aufweist. Als wesentlicher Wettbewerber ist hier lediglich der Sonderpostenmarkt Action anzuführen. Hierbei ist jedoch zu berücksichtigen, dass die Firma Lidl einen Markt in der Schiessstraße plant, der künftig zum zentralen Versorgungsbereich zählt²⁷.
- Hinzu kommen mehrere projektrelevante Wettbewerber in Gewerbegebietslage des Stadtteils. Dazu zählen die Lebensmitteldiscounter Aldi, Netto und Penny am Sonderstandort Nahversorgung Wiesenstraße, die sich mit weiteren Einzelhandelsbetrieben (u. a. kik, Tedi, Das Futterhaus, Dänisches Bettenlager) in einer Standortagglomeration befinden. Die genannten Märkte teilen sich eine großzügige Parkplatzanlage und verfügen über ein zeitgemäßes Marktkonzept. Im nördlichen Bereich des Stadtteils Heerdt an der Schiessstraße ist des Weiteren das SB-Warenhaus real in Gewerbegebietslage ansässig. Das real SB-Warenhaus weist einen durchschnittlichen Marktauftritt auf und verfügt über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 7.000 m². Zu berücksichtigen ist, dass sich im Stadtteil Heerdt derzeit ein größeres Wohnbauprojekt im Bau befindet. Im Zuge dessen ist der zentrale Versorgungsbereich Willstätterstraße in Planung, der zukünftig einen Lebensmittelvollsortimenter sowie einen Drogeriemarkt umfassen wird. Für den Vollsortimenter ist eine Verkaufsfläche von rd. 1.500 m² zulässig. Aufgrund der Tatsache, dass der Markt vor der Eröffnung des geplanten Vorhabens in Meerbusch fertig gestellt sein wird, wird dieser als Bestandsmarkt gewertet. Im Stadtteil Heerdt ist darüber hinaus auf den Bau- und Gartenfachmarkt Obi in der Heerdter Landstraße hinzuweisen, der über ein umfassendes Gartensegment verfügt.
- Im benachbarten Stadtteil **Düsseldorf-Lörick** wird das Einzelhandelsangebot allein durch den Lebensmitteldiscounter Netto am Grevenbroicher Weg geprägt. Der Markt befindet sich in integrierter Lage und umfasst eine Verkaufsfläche von rd. 600 m². Die Netto-Filiale verfügt über eine kleine Parkplatzanlage und weist einen durchschnittlichen Marktauftritt auf. Darüber hinaus ist die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes am Standort Wickrather Straße mit rd. 800 m² Verkaufsfläche geplant. Da auch bei diesem Anbieter von der Realisierung vor der Eröffnung des Vorhabens in Meerbusch auszugehen ist, ist der Markt als Bestandsmarkt zu werten.

Die Anpassung des zentralen Versorgungsbereiches erfolgt laut Angaben der Stadt Düsseldorf parallel zum Bebauungsplan.



Tabelle 8: Projektrelevanter Einzelhandelsbestand in Zone Ib

Sortiment	Zone Ib (= Düsseldorf, Heerdt / Lörick)										
		kleines STZ Nikolaus- Knoop-Platz		NVZ Willstätter- straße*		sonstige Lage Heerdt		sonstige Lage Lörick*			
	VK in m²	Umsatz in Mio. €	VK in m²	Umsatz in Mio. €	VK in m²	Umsatz in Mio. €	VK in m²	Umsatz in Mio. €			
Gartenbedarf	60	n.a.	-	-	3.750	5,3	-	-			
Nahrungs- und Genussmittel	40	n.a.	1.500	n.a.	8.275	34,5	1.350	n.a.			
Haushaltswa- ren, Glas / Porzellan / Keramik	200	n.a.	-	-	600	1,1	-	-			
projektrele- vante Sortimente gesamt	300	n.a.	1.500	n.a.	12.625	40,9	1.350	n.a.			

NVZ = Nahversorgungszentrum; STZ = Stadtteilzentrum

n. a. = aus Datenschutzgründen erfolgt teilweise keine Umsatzausweisung der einzelnen Randsortimente / nicht ausweisbar; GMA-Erhebung März / April 2021, GMA-Berechnung 2021 (ggf. Rundungsdifferenzen)

^{*} Die geplanten Anbieter im Nahversorgungszentrum Willstätterstraße und in der sonstigen Lage in Lörick (Wickrather Straße) wurden als Bestand gewertet, da diese Märkte voraussichtlich bei der Umsetzung des Vorhabens in Meerbusch bereits realisiert sein werden. Hierbei wurden die zu erwartenden Umsatzverluste der Bestandsmärkte für beide Neuansiedlungen berücksichtigt.



In **Zone II** des Einzugsgebietes befinden sich folgende wesentliche Einzelhandelslagen:

- Im Düsseldorfer Stadtteil Oberkassel befindet sich das große Stadtteilzentrum Luegallee. Dieses erstreckt sich entlang der Luegallee zwischen Belsenplatz im Westen und Luegplatz im Osten. An der Theo-Champion-Straße befindet sich zum einem ein Rewe-City mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.000 m², zum anderen der Anbieter SuperBio-Markt, der eine Verkaufsfläche von ca. 500 m² verzeichnet. Beide Betriebe haben einen modernen Marktauftritt und können als leistungsstark eingestuft werden. Zudem befinden sie sich in einer Standortagglomeration mit dem Drogeriemarkt Rossmann. In unmittelbarer Nähe ist der Lebensmitteldiscounter Aldi-Süd an der Hansaallee vertreten. Bei dem Aldi-Markt handelt es sich um eine kleinflächige Filiale mit rd. 500 m² Verkaufsfläche, die über ein durchschnittliches Marktkonzept verfügt. Aufgrund der unmittelbar räumlichen Nähe zu den Anbietern an der Theo-Champion-Straße (Rewe City, SuperBioMarkt) kann von Kopplungskäufen ausgegangen werden. Im weiteren Verlauf der Luegallee ist mit einer Verkaufsfläche von ca. 800 m² eine weitere Filiale von Rewe-City ansässig. Im Sortiment Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik sind mehrere kleinteilige Anbieter ansässig, die jedoch nur untergeordnet eine Überschneidung mit dem Randsortiment des Gartencenters Bogie aufweisen.
- Im Stadtteil **Düsseldorf-Niederkassel** ist lediglich eine Netto-City Filiale an der Oberkasseler Straße in sonstigen Lage ansässig. Der Netto-Markt weist eine Verkaufsfläche von ca. 800 m² auf und verfügt über einen modernen Marktauftritt.

Tabelle 9: Projektrelevanter Einzelhandelsbestand in Zone II

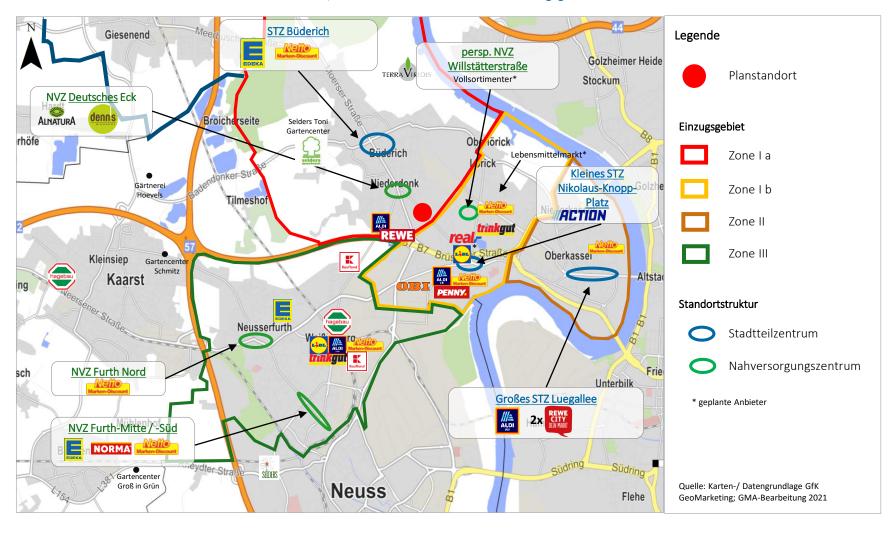
Sortiment	Zone II (= Düsseldorf, Niederkassel / Oberkassel)								
	Großes ST	Z Luegallee	sonstige Lage	Niederkassel					
	VK in m²	Umsatz in Mio. €	VK in m²	Umsatz in Mio. €					
Gartenbedarf	-	-	-	-					
Nahrungs- und Genussmittel	3.320	12,3	600	n.a.					
Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik	445	1,2	-	-					
projektrelevante Sortimente gesamt	3.765	13,5	600	n.a.					

NVZ = Nahversorgungszentrum; STZ = Stadtteilzentrum

n. a. = aus Datenschutzgründen erfolgt teilweise keine Umsatzausweisung der einzelnen Randsortimente / nicht ausweisbar; GMA-Erhebung März / April 2021, GMA-Berechnung 2021 (ggf. Rundungsdifferenzen)



Karte 5: Wesentliche Wettbewerber in den Zonen Ib, II und IIIb sowie außerhalb des Einzugsgebietes



office.koeln@gma.biz/www.gma.biz



3. Wettbewerbssituation in Neuss

Im Neusser Teil des Einzugsgebietes ist im Wesentlichen auf verschiedene Lebensmittelanbieter sowie den Baumarkt Hagebau in der Normannenstraße hinzuweisen, der auf rd. 2.000 m² ebenfalls das Sortiment Gartenbedarf führt. Darüber hinaus befindet sich im direkt angrenzenden Siedlungsgebiet eine Vielzahl an Lebensmittelmärkten, die überwiegend einen zeitgemäßen bis modernen Marktauftritt aufweisen. Als wesentliche Wettbewerbsstandorte, die für den Lidl-Markt einzugsgebietsbegrenzend wirken, sind folgende Lagen aufzuführen:

- **Kaufland**, Neuss-Vogelsang, Bataverstraße, dezentrale Lage, über 5.000 m² Verkaufsfläche.
- Fachmarktzentrum in der Römerstraße: u. a. Kaufland mit über 5.000 m² Verkaufsfläche, Netto mit rd. 700 m² Verkaufsfläche, Hagebaumarkt mit rd. 2.000 m² projektrelevanter Verkaufsfläche, weitere nicht projektrelevante Anbieter (u. a. Siemes Schuhcenter, Adler Modemarkt), ausreichende Parkplatzanlage, dezentraler Standort.
- **Lidl**, dezentrale Lage, Normannenstraße, rd. 1.100 m² Verkaufsfläche, zeitgemäßer Marktauftritt in räumlicher Nähe zum Hagebaumarkt.
- Aldi, dezentrale Lage in der Normannenstraße, rd. 500 m² Verkaufsfläche, zeitgemäßer Marktauftritt.

4. Großflächige Wettbewerber im Sortiment Gartenbedarf außerhalb des Einzugsgebietes

Außerhalb des Einzugsgebietes wird die Wettbewerbssituation im Gartenmarktsegment v. a. durch folgende Anbieter in Neuss und Kaarst geprägt²⁸:

- **Bau- und Gartenmarkt Obi**, Neuss, Kölner Straße, über 3.000 m² Verkaufsfläche Gartenbedarf, dezentrale Lage.
- Selders Blumen- und Pflanzencenter, Neuss, Rheydter Straße, integrierte Lage in einem Wohngebiet, ca. 1.400 m² Verkaufsfläche.
- **Gartencenter Schmitz**, Kaarst, Neusser Straße, über 1.000 m² Verkaufsfläche, dezentrale Lage.
- **Gärtnerei Hoevels**, Kaarst, Tönisfeld, rd. 3.000 m² Verkaufsfläche, dezentrale Lage.
- **Gartencener Groß im Grün**, Kaarst, Baumschule Schmitz Straße, rd. 6.000 m² Verkaufsfläche, dezentrale Lage.
- Hagebaumarkt, Kaarst, Gustav-Heinemann-Straße, rd. 2.000 m² Verkaufsfläche Gartenbedarf, dezentrale Lage.

5. Fazit der Wettbewerbsanalyse

Während innerhalb der Zone Ia des Einzugsgebietes mit zwei Gartencentern in Meerbusch-Büderich sowie einer Vielzahl an Lebensmittelmärkten ein verhältnismäßig starker Wettbewerb festzustellen ist, sind in Zone Ib und II (Stadtgebiet Düsseldorf) lediglich im Lebens-

Ungewichtete Verkaufsfläche.



mittelbereich sowie in den weiteren zentrenrelevanten Randsortimenten wesentliche Wettbewerbsstandorte vorhanden. Im Sortiment Gartenbedarf befindet sich hier nur im Stadtteil Heerdt (Zone Ib) der Bau- und Gartenmarkt Obi. Auch in Zone III des Einzugsgebietes sind verschiedene Lebensmittelanbieter vorhanden, während in Neuss das Sortiment Gartenbedarf auf größerer Verkaufsfläche lediglich durch den Anbieter Hagebau in der Normannenstraße geführt wird. Im Meerbusch Teil der Zone III des Einzugsgebietes besteht hingegen mit einer Vielzahl an Gartencentern und dem Baumarkt Globus ein vergleichsweiser starker Wettbewerb in diesem Sortiment.

Überschneidungen mit zentralen Versorgungsbereichen bestehen in den Nahversorgungszentren im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel sowie in den Stadtteilzentren darüber hinaus deutlich untergeordnet im Sortiment Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik. Hier verteilen sich die Angebote i. d. R. auf eine Vielzahl von kleineren Betrieben, die dieses Sortiment oft als Teilsortiment führen. Fachgeschäfte mit größeren direkten Sortimentsüberschneidungen mit dem Gartencenter Bogie sind nur in geringem Maße vorhanden, da das Gartencenter keine klassischen Haushaltswaren führt. Die stärksten Wettbewerbsauseinandersetzungen in diesem Sortiment sind mit den Randsortimenten der verschiedenen Gartencenter und Baumärkte innerhalb des Einzugsgebietes zu erwarten.



VI. Mögliche ökonomische, raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen

1. Methodischer Ansatz

Großflächige Neuansiedlungen im Einzelhandelssektor haben bei unveränderter Kaufkraft i. d. R. Umsatzveränderungen bei bestehenden Anbietern zur Folge. Je nach Größenordnung und Sortimentsausrichtung der Ansiedlung werden von der Umsatzumverteilung Einzelbetriebe an einem Mikrostandort, Betriebe einer bestimmten örtlichen Standortlage oder auch Betriebe einer Region im Sinne von möglichen Folgen für das zentralörtliche System tangiert.

Die zu erwartenden wirtschaftlichen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Erweiterungsobjektes werden im Folgenden vor dem Hintergrund der zur Verfügung stehenden Kaufkraftvolumina und der dargelegten Angebotsstrukturen ermittelt. Hierzu werden zwei Berechnungsschritte durchgeführt:²⁹

- Ein erster Ansatz, das Marktanteilkonzept, stellt die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens (= Marktanteile) aus dem Einzugsgebiet dar und verdeutlicht, aus welchen Teilräumen dem Vorhaben die Kaufkraft der Endverbraucher zufließt.
- Mit einem zweiten Ansatz, dem Umsatzumverteilungsmodell, werden die voraussichtlichen Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Angebote im Einzugsgebiet bzw. im Umland eingeschätzt. Damit wird aufgezeigt, wo und in welchem Umfang dem Einzelhandel Umsätze verloren gehen.

Bei der Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen (= Umsatzumverteilungen) von Einzelhandelsvorhaben ist grundsätzlich zu unterscheiden zwischen Wettbewerbswirkungen und möglichen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Beeinträchtigungen. Wettbewerbliche Wirkungen können zwar zu – ggf. befristeten – Beeinträchtigungen von Betrieben in der Leistungsfähigkeit führen; das interkommunale Abstimmungsgebot gemäß § 2 Abs. 2 BauGB schützt jedoch nicht den bestehenden Einzelhandel in den Nachbarkommunen vor Konkurrenz. Es geht hierbei vielmehr darum zu bewerten, ob sich die Ansiedlung eines Einzelhandelsvorhabens negativ auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung in der Nachbarkommune auswirkt³⁰. Insofern ist zu prüfen, inwiefern die potenziellen wettbewerblichen Auswirkungen aufgrund der Umsatzumverteilungseffekte in negative städtebauliche Auswirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen umschlagen können.

Zur Ableitung möglicher städtebaulicher und versorgungsstruktureller Auswirkungen wird von der Rechtsprechung bzw. in der Verwaltungspraxis häufig ein Schwellenwert von 10 % Umsatzumverteilung angesetzt. In den vergangenen Jahren hat diesbezüglich eine etwas andere Akzentuierung stattgefunden. So reicht das alleinige Abstellen auf die voraussichtlichen Umsatzumverteilungsquoten zur Bewertung möglicher Auswirkungen eines Einzelhandelsvorhabens auf einen zentralen Versorgungsbereich nicht aus. Vielmehr sind hier im Einzelfall auch andere Kriterien wie beispielsweise die konkrete städtebauliche Situation der möglicherweise betroffenen zentralen Versorgungsbereiche zu berücksichtigen (vgl. Urteile OVG Münster vom 11.12.2006, 7 A 964/05 und Bundesverwaltungsgericht vom 11.10.2007, 4 C 7.07). Aus gutachterlicher Sicht ist zu ergänzen, dass schon bei Umverteilungsquoten von unter 10 % städtebauliche Beeinträchtigungen eintreten können, wenn z. B. die Schwächung wesentlicher

_

Die nachfolgenden Berechnungen stellen sowohl hinsichtlich der Umsatzerwartung des Vorhabens als auch der möglichen Umsatzumverteilungen gegenüber den Wettbewerbern einen sog. worst-case-Ansatz dar.

³⁰ Vgl. hierzu die Urteile des OVG Münster vom 06.06.2005, 10 D 145/04.NE und 10 D 148/04.NE.



Magnetbetriebe eines zentralen Versorgungsbereiches zu prognostizieren ist. Gleichzeitig müssen aber bei Umverteilungen von über 10 % nicht zwangsläufig negative städtebauliche Auswirkungen auftreten. Das Umschlagen wettbewerblicher in städtebauliche Effekte ist abhängig von der Leistungsfähigkeit der betroffenen Betriebe, deren Funktion innerhalb eines Zentrums (z. B. Magnetbetrieb) sowie der Stabilität der betroffenen Lage. In die Bewertung ist darüber hinaus die Bedeutung der jeweiligen Branche für das Zentrum (z. B. Leitbranche, ergänzendes Sortiment) einzustellen.

Bei nicht zentrenrelevanten Sortimenten kann nach Auswertungen, die im Rahmen der GMA-Langzeitstudien³¹ vorgenommen wurden (zuletzt unter Federführung des DSSW 2017 neu erarbeitet), von einer verträglichen Umverteilungsquote von 20 % ausgegangen werden³². Jedoch ist auch hier darauf hinzuweisen, dass dieser Wert keinen absoluten Schwellenwert darstellt, sondern nach oben und nach unten hin offen ist.

2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft

Anhand des Marktanteilkonzeptes kann für das projektierte Vorhaben eine Umsatzerwartung von ca. 15,0 Mio. € errechnet werden (vgl. Tabelle 9). Davon entfallen ca. 6,7 Mio. € auf das Sortiment Gartenbedarf, 5,6 Mio. € auf das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel und weitere ca. 2,7 Mio. € auf die Randsortimente des Gartencenters und Lebensmitteldiscounters.

Differenziert nach der räumlichen Herkunft der Kunden teilt sich der zu erwartende Umsatz des Planobjektes folgendermaßen auf:

ca. 9,7 Mio. €	(ca. 65 %)	aus Meerbusch-Büderich (Zone Ia) und dem rest- lichen Stadtgebiet (Zone IIIa)
ca. 3,0 Mio. €	(ca. 20 %)	aus Düsseldorf Heerdt, Lörick, Oberkassel, Niederkassel (Zone Ib und II)
ca. 1,1 Mio. €	(ca. 7 %)	aus Neuss (nördliches Siedlungsgebiet) = Zone IIIb)
ca. 1;2 Mio. €	(ca. 8 %)	von außerhalb des Einzugsgebietes (Streukunden).

Zur Bewertung der Umsatzleistung ist die Flächenproduktivität (Umsatz je m² Verkaufsfläche) heranzuziehen.

Hierzu sind die Verkaufsflächen des Anbieter Bogie zunächst zu gewichten, da nur für gewichtete Flächen Branchenstatistiken zum Vergleich zur Verfügung stehen (vgl. Tabelle 3 in Kapitel III., 2.). Ausgehend von der gewichteten Verkaufsfläche von rd. 5.100 m² errechnet sich für das erweiterte Vorhaben eine Flächenleistung von ca. 1.630 € je m² Verkaufsfläche. Dieser Wert liegt über dem Bundesdurchschnitt der führenden Gartencenter von 1.578 € je m² Verkaufsfläche im Jahr 2019³³, was die überdurchschnittliche Kaufkraftsituation in den Zonen I und II des Einzugsgebietes widerspiegelt, wobei zu berücksichtigen ist, dass in der Stadt Meerbusch eine ausgeprägte Wettbewerbssituation im Sortiment Gartenbedarf besteht.

³¹ Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft im Deutschen Verband für Wohnungswesen, Städtebau und Raumordnung e. V. (DSSW / DV), Langzeitwirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, 2017.

³² Bezogen auf alle Standortlagen.

³³ Quelle: Dähne-Verlag Statistik Bau + Garten 2020, Flächenleistung 2019.



Für den Anbieter Lidl mit rd. 800 m² Verkaufsfläche ist ein Umsatz von ca. 6,7 Mio. € aus dem Marktanteilkonzept abzuleiten, wovon rd. 5,3 Mio. € auf das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel sowie weitere 1,4 Mio. € auf Nichtlebensmittel entfallen. Der Gesamtumsatz entspricht einer Flächenproduktivität von rd. 8.350 € je m² Verkaufsfläche. Damit liegt der Umsatz des Marktes deutlich über der Flächenleistung einer durchschnittlichen Lidl-Filiale.³⁴ Bei der Bewertung des Umsatzes ist auf der einen Seite zu berücksichtigen, dass sich der Planstandort direkt an der Stadtgrenze zur Nachbarstadt Düsseldorf befindet, in der in der Schiessstraße ein weiterer Lidl-Markt geplant ist. Die Distanz zwischen beiden Vorhaben beträgt rd. 1,2 km, sodass sich beide Vorhaben stark auf das Einzugsgebiet des jeweils anderen Marktes und die Umsatzerwartung auswirken werden. Auf der anderen Seite wird der Markt jedoch von der überdurchschnittlich hohen Kaufkraft in Meerbusch und von der Nähe zum Gartencenter profitieren können. Insgesamt wird somit ein realitätsnaher worst-case zugrunde gelegt.³⁵

Da es sich bei dem Planvorhaben im Falle des Anbieters Bogie um eine Erweiterung eines bestehenden Betriebes handelt, sind nur die zusätzlichen Umsätze zu berücksichtigen. Nur diese Umsätze können tatsächlich umverteilungswirksam werden, während der heutige Umsatz des Anbieters bereits vom Markt absorbiert wurde.

Darüber hinaus ist die geplante Wohnbauentwicklung auf dem sog. "Areal Böhler II" in direkter räumlicher Nähe zum Vorhaben zu berücksichtigen. Hier werden zukünftig ca. 350 – 400 Wohneinheiten entstehen, sodass bei einer vorsichtigen Schätzung von einer Steigerung der Einwohnerzahl um rd. 700 Personen auszugehen ist. Der Umsatz des Planvorhabens, der mit den Kaufkraftpotenzialen der neuen Einwohner erwirtschaftet wird, wirkt sich nicht negativ gegenüber vorhandenen Angebotsstrukturen aus. Somit ist der Umsatz als **umverteilungsneutral** zu bewerten. Im Sinne eines worst-case-Ansatzes wird die zusätzliche Kaufkraft durch die neuen Einwohner jedoch nicht in Gänze als umverteilungsneutral gewertet, sondern ein vorsichtiger Ansatz von rd. 30 % angesetzt. Dieser Teil der Kaufkraft wird demnach von der zu erwartenden Umsatzleistung der Planvorhaben abgezogen und fließt folglich nicht in die Umverteilungsberechnung ein.

Quelle: Lt. Hahn Retail Real Estate Report 2020 / 2021 liegt die durchschnittliche Flächenleistung aktuell bei ca. 7.420 € je m² Verkaufsfläche.

Mit der Prüfung eines Lidl-Discountmarktes wird ein worst-case-Ansatz in Bezug auf die Wirkungen des Vorhabens angesetzt. Ein anderer Betreiber oder Betriebstyp würde unter Berücksichtigung der Angebotsund Nachfragestrukturen keine größeren Auswirkungen auslösen. Dies zeigt sich auch an der Flächenproduktivität, die mit über 8.000 € / m² deutlich höher ist als der Durchschnitt im Lebensmitteleinzelhandel.



Tabelle 10: Zu erwartende Umsatzleistung des Vorhabens

Sortiment	Zone la		Zone Ib		Zone II		Zone III a + b			Streuumsätze		Umsatz			
	Kaufkraft in Mio. €	Markt- anteil in %	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Markt- anteil in %	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Markt- anteil in %	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	l anteil in	Umsatz in Mio. €	in % des Umsat- zes	in Mio. €	gesamt
Gartenbedarf	7,0	35	2,5	5,8	20	1,2	8,0	11	0,9	18,7	8	1,5	10	0,7	6,7
Nahrungs- und Genussmittel	75,7	5 – 6	4,4	62,8	< 1	0,3	86,3	< 1	0,2	203,2	< 1	0,4	5	0,3	5,6
Haushaltswaren, GPK*	1,2	30	0,4	1,0	15	0,2	1,4	10	0,1	3,4	8	0,2	10	0,1	1,0
Randsortimente Lidl (u. a. Drogeriewaren, Tiernahrung, Aktionswaren)										1,4					
Randsortimente E	Randsortimente Bogie (u. a. Schnittblumen, Haus- und Tischwäsche, Gartenmöbel, Brennholz)											0,4			
Umsatz gesamt															15,0

^{*} GPK = Glas / Porzellan / Keramik; GMA-Berechnungen 2021, ggf. Rundungsdifferenzen



3. Wettbewerbliche Auswirkungen

Die Neuetablierung oder Erweiterungen von Einzelhandelsobjekten löst **Umsatzumverteilungsprozesse** gegenüber dem bestehenden Einzelhandel aus. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen eines zu untersuchenden Vorhabens dar.

Zur Ermittlung der Umsatzumverteilung für den Einzelhandel werden die aus dem Marktanteilkonzept berechneten Umsätze nach Zonen gewichtet. In der Modellrechnung wurden folgende Kriterien berücksichtigt:

- die aktuelle Ausstattung in den Zonen des Einzugsgebietes und die Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben
- die Versorgungsbedeutung einzelner Standortbereiche des Einzelhandels
- die aktuellen Kaufkraftströme im Untersuchungsraum
- die Wettbewerbssituation inkl. der Überlagerung durch sonstige Einzelhandelsstandorte

In die Berechnung fließen damit die derzeitigen Einzelhandelsausstattungen konkurrierender Einzelhandelsstandorte als Attraktivitätsfaktor und die Distanz zum Planstandort als Widerstandsfaktor ein. Eine weitere Grundannahme der nachfolgenden Berechnungen ist, dass die Einkaufslagen, welche die größten Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben aufweisen, quantitativ am stärksten von Umsatzumverteilungen betroffen sein werden.

Für die nachfolgende Betrachtung der Auswirkungen der geplanten Erweiterung des Gartencenters Bogie ist **nur der zu erwartende Zusatzumsatz von Relevanz**, sodass dem prognostizierten Gesamtumsatz des erweiterten Lebensmitteldiscounters der Bestandsumsatz abgezogen wird. Dieses Vorgehen ist allgemein üblich, da die Wettbewerbswirkungen der Bestandsflächen bereits eingetreten sind. Das Bundesverwaltungsgericht hat dazu u. a. in einem Urteil vom 12.02.2009 ausgeführt, dass

"von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen [ist]. Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt."³⁶

Mit der Verkaufsflächenerweiterung des Anbieters Bogie von derzeit rd. 5.880 m² Verkaufsfläche (gewichtete Verkaufsfläche 3.380 m²) auf rd. 6.200 m² Verkaufsfläche (gewichtete Verkaufsfläche rd. 5.100 m²) sowie der Ansiedlung des Lebensmitteldiscounters Lidl mit rd. 800 m² Verkaufsfläche werden voraussichtlich folgende **Umverteilungswirkungen** ausgelöst:

Für den bestehenden Anbieter Bogie wird im Sinne eines worst-case-Ansatzes ein Umsatz von rd. 5,4 Mio. € angesetzt, wovon rd. 4,6 Mio. € auf das Sortiment Gartenbedarf, rd. 0,1 Mio. € auf das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel und rd. 0,4 Mio. € auf das Sortiment Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik entfallen. Darüber hinaus erwirtschaftet der bestehende Anbieter rd. 0,3 Mio. € mit den weiteren Randsortimenten (u. a. Schnittblumen, Schreibwaren, Bücher, Haus- und Heimtextilien, Gartenmöbel). Dieser Umsatz im Bestand bleibt ohne Auswirkungen auf den Wettbewerb. Hier ist nur der Zusatzumsatz des Anbieters von Relevanz.

-

vgl. Bundesverwaltungsgericht 4 B 3.09 vom 12.02.2009, RN 6.



- In Bezug auf die "neuen" Einwohner auf dem sog. "Areal Böhler II" (ca. 700 Einwohner) werden zwei Prämissen zugrunde gelegt:
 - Grundsätzlich wirkt sich der Umsatz des Planvorhabens, der mit den Kaufkraftpotenzialen der neuen Einwohner erwirtschaftet wird, nicht negativ gegenüber vorhandenen Angebotsstrukturen aus. Somit ist dieser Teil des Umsatzes als umverteilungsneutral zu bewerten. Im Sinne eines worst-case-Ansatzes wird die zusätzliche Kaufkraft durch die neuen Einwohner jedoch nicht in Gänze als umverteilungsneutral gewertet, sondern ein vorsichtiger Ansatz von rd. 30 % angesetzt (= rd. 0,6 Mio. € im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel). Der größte Teil des Umsatzes wird daher in die Umverteilung gegenüber anderen Standorten gegeben.
 - Die bestehenden Einzelhandelsanbieter innerhalb des Einzugsgebietes und im übrigen Untersuchungsraum werden real von den steigenden Kaufkraftpotenzialen profitieren. Im Rahmen des worst-case-Ansatzes wird der künftig höhere Bestandsumsatz der Wettbewerber jedoch in der vorliegenden Untersuchung nicht berücksichtigt.
- Für das Gesamtvorhaben (inkl. Lidl) ist ein Umsatz von 15,0 Mio. € zu erwarten, wovon 6,7 Mio. € auf das Sortiment Gartenbedarf, 5,6 Mio. € auf das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel und rd. 1,0 Mio. € auf das Sortiment Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik entfallen. Insgesamt kommt es damit zu einer Umsatzausweitung am Standort von rd. 8,8 Mio. €, davon rd. 2,1 Mio. € im Kernsortiment Gartenbedarf sowie rd. 4,9 Mio. € im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel und rd. 0,5 Mio. € im Sortiment Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik.

Tabelle 11: Umsatzausweitung am Standort durch das Vorhaben in Mio. €

Sortiment	Planu	ıng	Bestand	umverteilungs- neutraler Um-	Zusatzumsatz	
	Bogie	Lidl	Bogie	satz		
	1	2	3	4	= 1 + 2 - 3 - 4	
Gartenbedarf	6,7	< 0,1	4,6	< 0,1	2,1	
Nahrungs- und Genussmittel	0,2	5,3	0,1	0,6	4,9	
Haushaltswaren, GPK*	0,9	<0,1	0,4	< 0,1	0,5	
weitere Randsortimente	0,5	1,2	0,3	< 0,1	1,3	
Gesamt	8,3	6,7	5,4	0,7	8,8	

^{*} GPK = Glas / Porzellan / Keramik; GMA-Berechnungen 2021, ggf. Rundungsdifferenzen

- Wie bereits in Kapitel III., 2. erläutert, kommt es in den weiteren Randsortimenten des Gartencenters Bogie und des Lebensmitteldiscounters Lidl nur zu einer geringen Umsatzausweitung je Sortiment. Die einzelnen weiteren Randsortimente wie bspw. Schnittblumen, Drogeriewaren, Schreibwaren / Bücher und Haus- und Heimtextilien werden nur auf geringer Verkaufsfläche angeboten bzw. im Lidl Lebensmitteldiscounter z. T. nur als Aktionsware. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen in diesen Sortimenten können bereits an dieser Stelle ausgeschlossen werden.
- In **Zone Ia** (Meerbusch-Büderich) sind durch das Vorhaben in den untersuchungsrelevanten Sortimenten³⁷ Umverteilungswirkungen von rd. 2,6 Mio. € zu ermitteln. Von den

Untersuchungsrelevante Sortimente sind zu definieren als Gartenbedarf, Nahrungs- und Genussmittel sowie Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik.



Umverteilungswirkungen entfällt der überwiegende Teil (rd. 1,9 Mio. €) auf das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel, während rd. 0,6 Mio. € dem Gartenbedarf zugeordnet werden können. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die zentralen Versorgungsbereiche Nahversorgungszentrum Am deutschen Eck und Stadtteilzentrum Büderich nur ein geringes bzw. keine Einzelhandelsangebote in den Sortimenten Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik und Gartenbedarf aufweisen. Lediglich im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel sind mehrere Anbieter in den Zentren vorhanden, sodass hier Wettbewerbswirkungen vorliegen. Gegenüber dem Nahversorgungszentrum sind im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel Umverteilungswirkungen von rd. 0,4 Mio. € bzw. 6 – 7 % abzuleiten, gegenüber dem Stadtteilzentrum ebenfalls von rd. 0,4 Mio. € bzw. 4 – 5 %. In den sonstigen Lagen sind im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel ebenfalls Umverteilungswirkungen von rd. 6 % zu erwarten, wobei jedoch die stärkste Wettbewerbsauseinandersetzung mit dem Vorhaben im Sortiment Gartenbedarf eintreten wird (Umverteilungswirkung von rd. 18 %).

- In **Zone Ib** des betrieblichen Einzugsgebietes (Düsseldorfer Stadtteile Heerdt und Lörick) werden rd. 1,5 Mio. € bzw. max. 3 % in den untersuchungsrelevanten Sortimenten, bezogen auf einen Bestandsumsatz von ca. 50,6 Mio. €, wettbewerbswirksam. In allen untersuchten Sortimenten liegen die Umverteilungswirkungen in Zone Ib auf einem moderaten Niveau, wobei die höchste Umverteilungswirkung im Sortiment Gartenbedarf mit rd. 0,3 Mio. € bzw. 6 % gegenüber der sonstigen Lage im Stadtteil Heerdt zu erwarten ist (v. a. ggü. Anbieter Obi).
- In Zone II des betrieblichen Einzugsgebietes (Düsseldorfer Stadtteile Niederkassel und Oberkassel) werden rd. 0,2 Mio. € wettbewerbswirksam. Die Umverteilungsquote beläuft sich auf rd. 1 2 %, bezogen auf einen Bestandsumsatz von 15,6 Mio. € in den untersuchungsrelevanten Sortimenten. Hierbei liegen die Umverteilungswirkungen im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel und Gartenbedarf auf einem sehr niedrigen Niveau bzw. unterhalb einer gutachterlich nachweisbaren Größenordnung. Lediglich im Sortiment Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik sind marginal höhere Umverteilungswirkungen von unter 0,1 Mio. € bzw. 5 % zu abzuleiten, die sich gegenüber dem Großen Stadtteilzentrum Luegallee auswirken werden.
- Gegenüber der Zone III (nördliches Siedlungsgebiet der Städte Meerbusch und Neuss) sind ebenfalls nur äußerst geringe Umsatzumverteilungswirkungen zu erwarten bzw. die Umverteilungswirkungen liegen sogar unterhalb einer gutachterlich nachweisbaren Größenordnung. Lediglich im Sortiment Gartenbedarf werden v. a. die sonstigen Lagen der Stadt Meerbusch mit einer Vielzahl an Gartencentern stärkere Umsatzeinbußen von rd. 0,5 Mio. € bzw. 6 % zu erwarten haben.
- Außerhalb des Einzugsgebietes (v. a. Neuss, Kaarst) sind Umverteilungswirkungen von rd. 0,8 Mio. € zu prognostizieren. Darüber hinaus sind Umsatzeinbußen der weiteren Lidl-Standorte im Umfeld der Stadt Meerbusch zu prognostizieren, wobei sich auch diese auf einem moderaten Niveau bewegen.



Tabelle 12: Prognose der Umsatzumverteilungen in den untersuchungsrelevanten Sortimenten

Zone	Standortlagen	Garter	nbedarf	Nahrun Genus	gs- und smittel	Haushaltswaren, GPK*		
		in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	
Bestandsumsatz Bogie		4,6	-	0,1	-	0,4	-	
Umverteilungsneutraler Umsatz		<0,1	-	0,6	-	< 0,1	-	
la	NVZ Am deutschen Eck	n.a.	n.a.	0,4	6 - 7	n.a.	n.a.	
	STZ Büderich	n.a.	n.a.	0,4	4 – 5	n.a.	n.a.	
	sonstige Lage Büderich	0,6	18	1,1	6	< 0,1	10 – 11	
	Zone I a gesamt	0,6	18	1,9	6	0,1	9 - 10	
lb	Kleines STZ Nikolaus- Knopp-Platz	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	
	perspektivisches NVZ Willstätterstraße	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	
	sonstige Lage Heerdt	0,3	6	0,9	2 – 3	0,1	5 - 6	
	sonstige Lage Lörick	n.a.	n.a.	0,1	1-2	n.a.	n.a.	
	Zone I b gesamt	0,3	6	1,1	2-3	0,1	5	
II	Großes STZ Luegallee	n.a.	n.a.	0,1	<1	<0,1	5	
	sonstige Lage Niederkas- sel	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	
	Zone II gesamt	n.a.	n.a.	0,1	<1	<0,1	5	
III und	STZ Osterath	n.a.	n.a.	< 0,1	2	n.a.	n.a.	
außer- halb	STZ Lank-Latum	n.a.	n.a.	< 0,1	2	n.a.	n.a.	
Haib	sonstige Lage Meer- busch	0,5	6	0,8	2 – 3	0,1	7 – 8	
	nördliches Siedlungsge- biet Neuss	0,1	2-3	0,5	<1	n.a.	n.a.	
	Kaarst	0,4	3 – 4	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	
	weiteres Umland	0,1	-	0,3	-	n.a.	-	
	Zone III und außerhalb gesamt	1,1	-	1,4	-	0,3	-	
Summe		6,7	-	5,6	-	1,0	-	

^{*} GPK = Glas / Porzellan / Keramik; n. a. = nicht ausweisbar, Wert unterhalb einer gutachterlichen Nachweisschwelle / keine Umsatzumverteilung; GMA-Berechnungen 2021 (ca.-Werte, gerundet)

4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen

Im Folgenden werden die durch das Planvorhaben hervorgerufenen Umsatzumverteilungen hinsichtlich ihrer möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen bewertet.



4.1 Zone la

In Zone Ia des betrieblichen Einzugsgebietes (= Meerbusch-Büderich) werden die höchsten Umsatzumverteilungseffekte erreicht:

- Gegenüber dem Nahversorgungszentrum Am Deutschen Eck sind lediglich im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel Umverteilungswirkungen von rd. 0,4 Mio. € bzw. 6 7 % zu erwarten. Maßgeblich betroffen sein werden hiervon die beiden Supermärkte Alnatura und denn's Biomarkt. Aufgrund weiterer kleinteiliger Betriebe im Bereich Lebensmittel (u. a. Bäckereien), zwei Drogeriemärkten und ergänzenden Anbietern ist das Nahversorgungszentrum hinsichtlich der Anzahl der ansässigen Betriebe und des Branchenmixes als leistungsfähig zu bewerten. Die Umverteilung aufgrund des geplanten Lidl Lebensmitteldiscounters in Büderich kann zwar spürbare Auswirkungen auslösen, wird angesichts der Leistungsfähigkeit der ansässigen Betriebe sowie des gesamten Nahversorgungszentrums nicht mit betrieblichen und städtebaulichen Auswirkungen verbunden sein.
- Auch gegenüber dem **Stadtteilzentrum Büderich** liegen, abgesehen vom Sortiment Nahrungs- und Genussmittel, alle weiteren Umverteilungswirkungen unterhalb einer gutachterlich nachweisbaren Größenordnung. Im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel sind Umverteilungswirkungen von 0,4 Mio. € bzw. 4 − 5 % zu ermitteln. Im Stadtteilzentrum befinden sich die Lebensmittelanbieter Edeka und Netto, die von Synergieeffekten am Standort profitieren und einen zeitgemäßen Marktauftritt aufweisen, sodass keine langfristige Betriebsschädigung zu erwarten ist. Städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen lassen sich daraus nicht ableiten.
- In den sonstigen Versorgungslagen im Stadtteil Büderich sind aufgrund der Angebotsüberschneidungen mit dem Vorhaben Bogie und Lidl die höchsten Wettbewerbsauseinandersetzungen zu ermitteln. Im Sortiment Gartenbedarf sind Umverteilungswirkungen von rd. 0,6 Mio. € bzw. 18 % und im Sortiment Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik von unter 0,1 Mio. € bzw. 10 - 11 % zu erwarten. Als wesentliche Wettbewerbsstandorte sind hier die Gartencenter Selders Toni in der Badendonker Straße und Terra Viridisim Apelter Weg abzuleiten. Der Hauptwettbewerber Selders Toni präsentiert sich mit einem modernen Marktauftritt. Aufgrund der Tatsache, dass es sich hierbei um Anbieter an dezentraler Lage mit einem nicht zentrenrelevanten Kernsortiment handelt, sind die Wirkungen lediglich als wettbewerbliche Wirkungen ohne städtebauliche Relevanz zu bewerten. Darüber hinaus ist vor dem Hintergrund der Leistungsfähigkeit des direkten Wettbewerbers Selders nicht von einer Aufgabe des Anbieters infolge der Erweiterung des Gartencenters Bogie zu erwarten. Im Sortiment Nahrungsund Genussmittel sind Umverteilungswirkungen von rd. 1,1 Mio. € bzw. 6 % zu erwarten. Hiervon werden v. a. die beiden Lebensmittelmärkte Aldi und Rewe am Hessenweg sowie nachrangig auch der Edeka Supermarkt an der Düsseldorfer Straße betroffen sein. Aufgrund der Leistungsfähigkeit der Anbieter sind langfristige negative Auswirkungen auszuschließen.

4.2 Zone Ib und Zone II

Gegenüber den Anbietern in **Zone Ib** sind die höchsten Wettbewerbsauseinandersetzungen mit der sonstigen Lage in Heerdt zu erwarten, in der mehrere Systemwettbewerber ansässig sind (Ob, Aldi, Netto, Penny, real, Tedi):

Gegenüber dem kleinen Stadtteilzentrum Nikolaus-Knopp-Platz sowie dem perspektivischen Nahversorgungszentrum Willstätterstraße sind in allen untersuchungsrelevanten



- Sortimente entweder keine Umsatzumverteilungswirkungen oder in einer solchen Größenordnung zu erwarten, die unterhalb einer gutachterlichen Nachweisschwelle liegt.
- Gegenüber der sonstigen Lage in Heerdt sind im Sortiment Gartenbedarf Umverteilungswirkungen von rd. 0,3 Mio. € bzw. 6 % zu erwarten, die sich in erster Linie gegenüber der Gartenmarktabteilung des Baumarktes Obi in der Heerdter Landstraße auswirken werden. Der Anbieter präsentiert sich mit einem leistungsfähigen Marktauftritt und stellt den einzigen Bau- und Gartenmarktanbieter im Stadtbezirk 4 der Stadt Düsseldorf dar. Eine langfristige Betriebsschädigung ist vor dem Hintergrund der Höhe der Umsatzumverteilungswirkungen und dessen Leistungsfähigkeit nicht zu erwarten. Der Anbieter ist darüber hinaus in seinem Randsortiment Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik von Umverteilungswirkungen von rd. 5 – 6 % betroffen, wobei hier untergeordnet auch der Anbieter Tedi als Wettbewerbsstandort aufgeführt werden muss. Da es sich hierbei lediglich um ein Randsortiment handelt, ist keine langfristige Betriebsschädigung abzuleiten. Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass sich beide Anbieter in dezentraler Lage befinden, sodass die Wirkungen lediglich als wettbewerbliche Wirkungen ohne städtebauliche Relevanz zu bewerten sind. Gleiches ist auch in Bezug auf die Umverteilungswirkungen von rd. 0,9 Mio. € bzw. 2 – 3 % im Sortiment Nahrungsund Genussmittel zu benennen, die sich v. a. gegenüber dem SB-Warenhaus real sowie den Lebensmitteldiscountern Aldi, Netto und Penny auswirken werden. Vor dem Hintergrund der Höhe der Umsatzumverteilungswirkungen können darüber hinaus langfristige Betriebsschädigungen ausgeschlossen werden.
- Gegenüber dem Anbieter Netto im **Stadtteil Lörick** sowie der Lebensmittelplanung in der Wickrather Straße sind Umverteilungswirkungen von rd. 0,1 Mio. € bzw. 1 2 % zu erwarten. Vor dem Hintergrund der geringen Umverteilungswirkungen sowie der Tatsache, dass es sich bei dem Anbieter Netto sowie bei dem künftigen Lebensmittelmarkt in der Wickrather Straße um Anbieter mit einem modernen bis durchschnittlichen Marktauftritt handelt bzw. handeln wird, sind keine versorgungsstrukturellen Auswirkungen abzuleiten. In allen weiteren Sortimenten liegt die Umverteilungswirkung unterhalb einer gutachterlich nachweisbaren Größenordnung.
- Gegenüber der Zone II des Einzugsgebietes sind Umverteilungswirkungen von rd. 0,2 Mio. € zu erwarten, sodass in allen untersuchungsrelevanten Sortimenten gegenüber dem Großen Stadtteilzentrum Luegallee sowie den weiteren Lagen städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen ausgeschlossen werden können. Alleine im Sortiment Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik sind geringe Umverteilungswirkungen von unter 0,1 Mio. € bzw. 5 % zu erwarten, die sich gegenüber dem Stadtteilzentrum Luegallee auswirken werden. Die ansässigen Anbieter weisen keine direkte Sortimentsüberschneidung mit den Randsortimenten des Gartencenters Bogie auf und profitieren von dem weiteren Einzelhandelsangebot im Stadtteilzentrum. Vor dem Hintergrund der geringen Umsatzumverteilungswirkungen können städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen ausgeschlossen werden.

4.3 Zone III und außerhalb des Einzugsgebietes

In der Zone Illa des Einzugsgebietes ist von den Umverteilungswirkungen v. a. die sonstige Lage der Stadt Meerbusch betroffen. Hier sind im Sortiment Gartenbedarf Umverteilungswirkungen von rd. 0,5 Mio. € bzw. 6 % zu erwarten, die sich v. a. gegenüber den vorhandenen Gartencentern und der Gartenabteilung des Globus Baumarktes auswirken werden. Vor dem Hintergrund der Leistungsfähigkeit der Anbieter, ist keine Betriebsaufgabe eines Marktes infolge der Erweiterung des Anbieters Bogie abzuleiten. Darüber hinaus handelt es sich um dezentrale



Standorte, sodass die Auswirkungen lediglich als wettbewerbliche Wirkungen ohne städtebauliche Relevanz zu bewerten sind. Gegenüber den weiteren Stadtteilzentren in der Stadt Meerbusch liegen die Umverteilungswirkungen in allen untersuchungsrelevanten Sortimenten unterhalb einer gutachterlich nachweisbaren Größenordnung.

Gegenüber der **Zone IIIb** (Bereiche von Neuss) des Einzugsgebietes sind Umsatzumverteilungswirkungen von insgesamt rd. 0,5 Mio. € bzw. unter 1 % zu erwarten. Vor dem Hintergrund der geringen Umverteilungswirkungen sowie der Tatsache, dass v. a. dezentrale bzw. leistungsfähige Standorte wie Kaufland, Lidl, Aldi und Hagebaumarkt im Bereich der Römerstraße / Normannenstraße und Kaufland in der Bataverstraße betroffen sind, sind städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen auszuschließen.

Auch in der Stadt **Kaarst** sind lediglich geringe Umverteilungswirkungen von rd. 3-4% im Sortiment Gartenbedarf zu erwarten, die sich ähnlich wie in der Stadt Meerbusch v. a. gegenüber den Gartencentern in dezentraler Lage auswirken werden.

Darüber hinaus werden im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel v. a. die weiteren Lidl-Standorte im Düsseldorfer Stadtgebiet sowie in Krefeld geringe Umsatzeinbußen zu erwarten haben, die jedoch vor dem Hintergrund der Höhe der Umverteilungswirkungen nicht zu einer Betriebsschädigung führen werden. Außerhalb des Einzugsgebietes sind demnach keine städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen infolge des Vorhabens zu erwarten.

4.4 Summationsbetrachtung mit der Lebensmittelplanung Schiessstraße in Düsseldorf

Bei der Betrachtung der Auswirkungen im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel ist zu berücksichtigen, dass die Firma Lidl einen weiteren Markt in der Schiessstraße im Nahversorgungszentrum Nikolaus-Knopp-Platz plant. Für den Markt ist eine Verkaufsfläche von rd. 1.600 m² vorgesehen, der ein Einzugsgebiet aufweisen wird, das sich im Wesentlichen auf die Stadtteile Heerdt und Lörick ausdehnt. Darüber hinaus sind auch Streuumsätze aus den weiteren Düsseldorfer Stadtteilen (v. a. Niederkassel, Oberkassel) sowie stark untergeordnet aus Meerbusch zu erwarten. Aufgrund der Tatsache, dass im Stadtteil Büderich nunmehr ein weiterer Lidl-Markt geplant ist, ist für den Markt in der Schiessstraße nur noch von geringen Kaufkraftzuflüssen aus der Stadt Meerbusch auszugehen.

Insgesamt ist für den Markt in der Schiessstraße eine **Umsatzerwartung** von rd. 9,0 Mio. € bzw. 7,2 Mio. € im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel zu ermitteln. Die höchsten Wettbewerbsauseinandersetzungen des Anbieters an der Schiessstraße werden mit der sonstigen Lage im Stadtteil Heerdt (u. a. real, Aldi, Penny, Netto) zu erwarten sein. Darüber hinaus werden auch Umsatzumverteilungswirkungen gegenüber dem perspektivischen Nahversorgungszentrum Willstätterstraße abzuleiten sein.



Tabelle 13: Summation der Umsatzumverteilungen in den relevanten Standortlagen in Düsseldorf und Meerbusch

Stadt	Standortlagen	Vorhaben M	leerbusch	Lidl-Planung Düsseldorf		Summation	
		in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
	NVZ Am deutschen Eck	0,4	6 - 7	n.a.	n.a.	0,4	7 – 8
Meerbusch	STZ Büderich	0,4	4 – 5	0,1 – 0,2	2	0,5	6 – 7
	sonstige Lage Büderich	1,1	6	0,6	3 – 4	1,7	9 – 10
	Kleines STZ Nikolaus-Knopp-Platz	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
	perspektivisches NVZ Willstätterstraße	n.a.	n.a.	0,4	8 – 9	0,4	9 – 10
Düsseldorf	Großes STZ Luegallee	0,1	<1	0,6	4 – 5	0,7	5 – 6
	sonstige Lage Heerdt	0,9	2 – 3	4,2	12	5,1	14 – 15
	sonstige Lage Lörick	0,1	1 – 2	0,2	5 – 6	0,3	6 – 7
	sonstige Lage Niederkassel	n.a.	n.a.	<0,1	n.a.	0,1	3-4

n. a. = nicht ausweisbar, Wert unterhalb einer gutachterlichen Nachweisschwelle / keine Umsatzumverteilung; GMA-Berechnungen 2021 (ca.-Werte, gerundet)

Betrachtet man die Auswirkungen, die beide Lidl-Planungen in Düsseldorf und Meerbusch auslösen werden, sind die höchsten Umsatzumverteilungswirkungen im Stadtteil Heerdt zu erwarten:

- Gegenüber der sonstigen Lage in Heerdt sind Umverteilungswirkungen von rd. 5,1 Mio. € bzw. 14 15 % abzuleiten, die v. a. die dort ansässigen Lebensmitteldiscounter und das SB-Warenhaus real in dezentraler Lage betreffen werden. Trotz der Höhe der Umsatzumverteilungswirkungen sind aufgrund der dezentralen Lage der Anbieter keine städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen abzuleiten. Des Weiteren können die vorhandenen Anbieter die Umsatzverluste aufgrund ihres stabilen Marktauftritts kompensieren.
- Darüber hinaus sind Umverteilungswirkungen von rd. 0,4 Mio. € bzw. 9 10 % gegenüber dem perspektivischen Nahversorgungszentrum Willstätterstraße zu erwarten. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die Planung in Büderich kaum Auswirkungen gegenüber dieser Lage entfaltet, sondern die Umsatzumverteilungswirkungen fast ausschließlich aufgrund der Planung an der Schiessstraße ausgelöst werden. An diesem Standort ist die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes geplant, der sich demnach künftig mit einem modernen Marktauftritt präsentieren wird. Hier sind Umsatzeinbußen zu prognostizieren, dennoch ist die Einstellung der Planung bzw. die spätere Betriebsaufgabe des Marktes infolge der Lebensmitteldiscounter-Planung in Düsseldorf und Meerbusch nicht zu erwarten. Vielmehr werden sich die Vorhaben gegenseitig umsatzseitig tangieren, da alle Anbieter sehr modern und zeitgemäß sein werden.
- Gegenüber des **Großen Stadtteilzentrums Luegallee** mit rd. 5-6 % und gegenüber den sonstigen Lagen in Lörick (rd. 7 %), und Niederkassel (rd. 3-4 %) bewegen sich die Umverteilungswirkungen auf einem moderaten Niveau bzw. können von den vorhandenen Anbietern aufgrund ihrer Leistungsfähigkeit kompensiert werden.



Gegenüber Meerbusch-Büderich erhöhen sich in der Betrachtung der Summationswirkung ebenfalls die Umverteilungswirkungen, wovon v. a. die sonstige Lage in Büderich betroffen sein wird. Die Umverteilungswirkungen von rd. 1,7 Mio. € bzw. 9 − 10 % wirken sich in erster Linie gegenüber den Anbietern am Hessenweg (Aldi, Rewe) sowie untergeordnet gegenüber dem Edeka-Markt in der Düsseldorfer Straße aus. Vor dem Hintergrund der Leistungsfähigkeit der Anbieter ist trotz der Höhe der Umsatzumverteilungswirkungen nicht mit der Betriebsaufgabe eines einzelnen Marktes zu rechnen. Gegenüber dem Nahversorgungszentrum Am deutschen Eck (rd. 7 − 8 %) und dem Stadtteilzentrum Büderich (rd. 6 − 7 %) erhöhen sich die Umsatzumverteilungswirkungen ebenfalls leicht, städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen sind jedoch nicht zu erwarten. Die vorhandenen Märkte werden Umsatzeinbußen erfahren, die jedoch nicht zu einer Schließung eines Marktes führen werden.

Hinsichtlich der Umverteilungswirkungen innerhalb der Stadt Düsseldorf ist darüber hinaus festzuhalten, dass die stärkste Umverteilungswirkung durch die Planung an der Schiessstraße ausgelöst wird und deutlich untergeordnet durch den Anbieter Lidl in Meerbusch. Gleiches ist auch für die Stadt Meerbusch anzunehmen. Die stärksten Umsatzeinbußen haben die Wettbewerber hier durch die Lidl-Planung in Büderich zu erwarten und nur untergeordnet durch den geplanten Lidl-Markt in Düsseldorf. Bei der Abgrenzung des Einzugsgebietes für die Planung in Meerbusch wurde bereits berücksichtigt, dass eine Lidl-Planung am Standort Schiessstraße in Düsseldorf besteht.

5. Raumordnerische Auswirkungen

Zur Bewertung der raumordnerischen bzw. landesplanerischen Zulässigkeit des Ansiedlungsvorhabens sind die Regelungen bzw. Prüfkriterien des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen heranzuziehen. Im Hinblick auf die ermittelten Auswirkungen des Anbieters Bogie am Standort Büderich in Meerbusch sind hierzu folgende Anmerkungen zu treffen:

- Das Vorhaben steht im Einklang mit Ziel 6.5-1, da sich der Standort im Allgemeinen Siedlungsbereich befindet.
- Hinsichtlich des Ziels 6.5-2 sind folgende Aussagen zu treffen:
 - Für den Anbieter Bogie ist das Ziel 2 nicht relevant, da es sich um ein Vorhaben mit dem Schwerpunkt bei nicht zentrenrelevanten Sortimenten handelt.
 - Der Lebensmittelmarkt ist mit einer Verkaufsfläche von 800 m² und damit als nicht großflächiger Betrieb geplant und unterfällt damit ebenfalls nicht den Regelungen des Ziels 6.5-2.
- Das Vorhaben erfüllt das Beeinträchtigungsverbot (Ziel 6.5-3), da die geplanten Einzelhandelsnutzungen weder städtebauliche noch versorgungsstrukturelle Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in Meerbusch, Düsseldorf und Neuss zur Folge haben.
- Das Vorhaben Bogie entspricht dem **Grundsatz 6.5-4**, da der zu erwartende Gesamtumsatz für die geplante Einzelhandelsnutzung (ca. 8,3 Mio. €) die Kaufkraft der Einwohner der Stadt Meerbusch im Sortiment Gartenbedarf (ca. 17,2 Mio. €) nicht überschreitet. Für die Lebensmitteldiscounterplanung ist der Grundsatz nicht relevant.
- **Ziel 6.5-5** wird vom Anbieter Bogie entsprochen, da ein Anteil von weniger als 10 % der Gesamtverkaufsfläche auf zentrenrelevante Randsortimente entfällt (knapp 10 %). Für die Lebensmitteldiscounterplanung ist das Ziel nicht relevant.



- Grundsatz 6.5-6 wird eingehalten, da der Umfang der Randsortimente des Anbieters Bogie unterhalb von 2.500 m² liegt; nach vorliegender Projektplanung liegt der Wert bei ca. 615 m². Für die Lebensmitteldiscounterplanung ist der Grundsatz nicht relevant.
- Ziel 6.5-7 erlaubt nach seinem Satz 3 bei Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel eine geringfügige Erweiterung der Verkaufsflächen. Vorliegend soll das bestehende Gartencenter von einer Verkaufsfläche von derzeit 5.900 m² auf eine Verkaufsfläche von 6.200 m² und damit um ca. 5 % vergrößert werden. Da von dieser geringfügigen Erweiterung wie oben gezeigt keine wesentlichen Beeinträchtigungen auf zentrale Versorgungsbereiche ausgehen, ist das Vorhaben von Ziel 6.5-7 gedeckt. Der nicht großflächige Lebensmittelmarkt unterfällt nicht den Regelungen des LEP und ist damit auf diesen Befund ohne Einfluss.
- In Bezug auf Ziel 6.5-8 sind folgende Aspekte zu berücksichtigen: Das Ziel beinhaltet einen Regelungsauftrag für Kommunen, ungeplanten / ungeregelten Einzelhandelsagglomerationen entgegenzuwirken. Bei dem Vorhaben in Büderich handelt es sich jedoch um eine geplante Nutzung, für die ein Sondergebiet ausgewiesen wird. Eine ungeregelte Ansiedlung weiterer Einzelhandelsbetriebe ist auf Grundlage der geplanten Sondergebietsausweisung bauplanungsrechtlich nicht möglich. Ziel 6.5-8 wird daher durch das Ansiedlungsvorhaben nicht berührt.
- **Grundsatz 6.5-9** ist hier nicht von Belang, da das vorliegende Gutachten als Grundlage für die Abwägung und Entscheidungsfindung im Bauleitplanverfahren und nicht bei der Aufstellung oder Änderung von Regionalplänen dient.
- **Ziel 6.5-10** wird mit Bezug auf einen möglichen vorhabenbezogenen Bebauungsplan entsprochen, da das Planvorhaben den Anforderungen der Festlegungen 1, 4, 5, 6, 7 und 8 im Wesentlichen entspricht (sofern relevant).

6. Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Meerbusch

Das Einzelhandelskonzept der Stadt Meerbusch³⁸ benennt als wesentliche Ziele der Einzelhandelssteuerung u. a.:

- die Sicherung der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Meerbusch
- sowie auch die Sicherung und den Ausbau der wohnortnahen Versorgung mit Angeboten des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels.

Die Realisierung der Erweiterung des Anbieters Bogie sowie der Ansiedlung eines nicht großflächigen Lebensmitteldiscounters am Standort wird den Zielen des Einzelhandelskonzeptes gerecht.

Infolge der Erweiterung und Umstrukturierung des Anbieters Bogie wird ein bereits vorhandener einzelhandelsprägender Markt in Büderich in seinem Bestand gestärkt. Durch die Ansiedlung des Lebensmitteldiscounters können bestehende räumliche Versorgungslücken im südöstlichen Stadtteilgebiet geschlossen werden, sodass der Empfehlung des Einzelhandelskonzeptes für den Stadtteil Büderich entsprochen wird. Mit der Planung wird die Empfehlung des Einzelhandelskonzeptes, den Ausbau der wohnortnahen Versorgung unterhalb der Großflächigkeit im südöstlichen Stadtteilbereich entlang der Düsseldorfer Straße / Böhlerstraße anzustreben, umgesetzt.

_

Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Meerbusch, GMA, 2019 angepasst 2021.



Die Planung der Erweiterung des Anbieters Bogie sowie die Ansiedlung eines nicht großflächigen Lebensmitteldiscounters entsprechen damit den Zielen des Einzelhandelskonzeptes.

7. Abschließende Bewertung

Für das Vorhaben der Erweiterung des Gartencenters Bogie sowie der Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters am Standort sind folgende wesentliche Ergebnisse festzuhalten:

- Bei dem **Standort** handelt es sich um einen Standort mit Wohngebietsbezug, der direkte Anbindung an Wohngebiete aufweist. Insbesondere im Lebensmittelbereich bestehen gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Meerbusch räumliche Versorgungslücken, die durch die Ansiedlung des Anbieters Lidl geschlossen werden können.
- Das Einzugsgebiet des Vorhabens erstreckt sich in Zone Ia auf den Stadtteil Büderich der Stadt Meerbusch, in Zone Ib auf die Stadtteile Heerdt und Lörick in Düsseldorf sowie in Zone II auf die Stadtteile Oberkassel und Niederkassel. Die Zone III des betrieblichen Einzugsgebietes umfasst das restliche Meerbuscher Stadtgebiet (III a) die Neusser Stadtteile Morgensternsheide, Furth-Süd, Furth-Mitte, Furth-Nord, Weißenberg, Vogelsang und Barbaravierteil (IIIb). Insgesamt leben im betrieblichen Einzugsgebiet ca. 142.390 Personen. In den Kernsortimenten Gartenbedarf besteht ein Kaufkraftpotenzial von rd. 39,4 Mio. € und im Lebensmittelbereich von 428,0 Mio. €.
- Insgesamt ist für das Vorhaben ein **Umsatz** von rd. 14,2 Mio. € zu erwarten, wobei rd. 6,7 Mio. € auf das Sortiment Gartenbedarf und rd. 4,9 Mio. € auf das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel entfallen. Die weiteren Randsortimente der Anbieter weisen nur sehr geringe Verkaufsflächengrößen und Umsatzleistungen auf, wobei hier auf das Sortiment Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik hinzuweisen ist, das als einziges Randsortiment mit rd. 410 m² Verkaufsfläche und einer Umsatzleistung von 1,0 Mio. € einen größeren Flächen- und Umsatzanteil ausmacht.
- Hinsichtlich der Umsatzumverteilungswirkung des Vorhabens ist festzuhalten, dass die höchsten Wettbewerbsauseinandersetzungen im Kernsortiment Gartenbedarf mit den weiteren Gartencentern in der Stadt Meerbusch sowie untergeordnet mit den Baumärkten in der Zone Ib und Zone III des betrieblichen Einzugsgebietes zu erwarten sind:
 - Die Umsatzumverteilungswirkungen im Sortiment **Gartenbedarf** betreffen ausschließlich dezentrale Standorte, sodass diese lediglich als wettbewerbliche Wirkungen ohne städtebauliche Relevanz zu klassifizieren sind. Darüber hinaus ist durch die Erweiterung des Gartencenters Bogie nicht von einer derartigen Betriebsschädigung eines einzelnen Anbieters auszugehen, dass es zu einer Betriebsschließung kommen wird.
 - Im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel sind die höchsten Wettbewerbsauseinandersetzungen mit Zone Ia des Einzugsgebietes abzuleiten, die die verschiedenen Lebensmittelanbieter im Nahversorgungszentrum Am Deutschen Eck, im Stadtteilzentrum Büderich sowie in der sonstigen Lage des Stadtteils Büderich betreffen werden. Alle Märkte präsentieren sich mit einem leistungsfähigen Marktauftritt, sodass eine langfristige Betriebsschädigung eines einzelnen Anbieters ausgeschlossen werden kann. Im weiteren Einzugsgebiet liegen die Umsatzumverteilungswirkungen im Bereich Nahrungs- und Genussmittel auf einem sehr niedrigen Niveau, sodass keine städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen vorliegen.



- Im Sortiment Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik sind die höchsten Wettbewerbsauseinandersetzungen mit den Randsortimenten der vorhandenen Gartencenter zu erwarten, die jedoch nicht zu einer langfristigen Betriebsschädigung eines einzelnen Anbieters führen werden. Darüber hinaus sind diese Wirkungen lediglich als wettbewerbliche Wirkungen ohne städtebauliche Relevanz zu klassifizieren. Eine Schädigung eines zentralen Versorgungsbereiches in der Stadt Meerbusch oder in Düsseldorf ist durch die Erweiterung des Gartencenters nicht zu erwarten.
- Auch in den weiteren Randsortimenten des Anbieters Bogie und des Lebensmitteldiscounters Lidl können städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen ausgeschlossen werden. Die Umsatzausweitung in den einzelnen Sortimenten fällt äußerst gering aus.

Zusammenfassend ist die geplante Erweiterung des Gartencenters Bogie und die Ansiedlung des Lebensmitteldiscounters Lidl sowohl raumordnerisch, städtebaulich als auch als versorgungsstrukturell als verträglich zu bewerten. Die Umsetzung der Projektplanung wird zwar zu einer Intensivierung des Wettbewerbs in den betrachteten Sortimenten führen, ohne dass dadurch jedoch zentrale Lagen oder entsprechende Versorgungsstrukturen in der Stadt Meerbusch oder in den Nachbarstädten Düsseldorf und Neuss bzw. Kaarst in ihrer Versorgungsfunktion wesentlich beeinträchtigt werden.

Betrachtet man die Summation mit dem geplanten Vorhaben Lidl in der Schiessstraße in Düsseldorf wird deutlich, dass bei der Realisierung beider Vorhaben v. a. Kannibalisierungseffekte zwischen den Discountern eintreten werden. Umsatzverluste innerhalb der Einzelhandelslagen in der Stadt Düsseldorf werden in erster Linie durch die Lidl-Planung in der Schiessstraße ausgelöst und deutlich untergeordnet durch die Planung in Meerbusch-Büderich. Insgesamt kommt es zu einer Verschärfung der Wettbewerbswirkungen, wobei auch hier keine städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen erwartet werden.



Verzeichnisse

		Seite
Abbildungsve	rzeichnis	
Abbildung 1:	Ziele des Einzelhandelskonzeptes	11
Abbildung 2:	Nutzungskonzept	22
Kartenverzeio	:hnis	
Karte 1:	Lage der Stadt Meerbusch und zentralörtliche Struktur in der Region	15
Karte 2:	Mikrostandort Düsseldorfer Straße	18
Karte 3:	Einzugsgebiet des Vorhabens	27
Karte 4:	Wesentliche Wettbewerber in Meerbusch (Zone I und IIIa)	33
Karte 5:	Wesentliche Wettbewerber in den Zonen Ib, II und IIIb sowie außerhalb des Einzugsgebietes	37
Tabellenverze	eichnis	
Tabelle 1:	Einwohnerverteilung und -entwicklung in der Stadt Meerbusch	13
Tabelle 2:	Typische Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten	21
Tabelle 3:	Nutzungskonzept für das Planvorhaben	23
Tabelle 4:	Pro-Kopf-Ausgaben der Bevölkerung	28
Tabelle 5:	Projektrelevante Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet für den Gartenfachmarkt und der Lebensmitteldiscounter	n 29
Tabelle 6:	Projektrelevanter Einzelhandelsbestand in Zone Ia	31
Tabelle 7:	Projektrelevanter Einzelhandelsbestand in Zone III (Teil Meerbusch)	32
Tabelle 8:	Projektrelevanter Einzelhandelsbestand in Zone Ib	35
Tabelle 9:	Projektrelevanter Einzelhandelsbestand in Zone II	36
Tabelle 10:	Zu erwartende Umsatzleistung des Vorhabens	43
Tabelle 11:	Umsatzausweitung am Standort durch das Vorhaben in Mio. €	45
Tabelle 12:	Prognose der Umsatzumverteilungen in den untersuchungsrelevanten Sortimenten	47
Tabelle 13:	Summation der Umsatzumverteilungen in den relevanten Standortlagen in Düsseldorf u Meerbusch	ınd 51