



Auswirkungsanalyse zur geplanten Erweiterung eines Aldi Lebensmitteldiscounters in Plettenberg, Herscheider Straße

AUFTRAGGEBER: ALDI Immobilienverwaltung GmbH & Co. KG, Radevormwald

PROJEKTLEITUNG: Birgitt Wachs, Geschäftsleitung

PROJEKTBEARBEITUNG: Beate König, Dipl.-Geogr.

Köln , den 14.12.2020, angepasst im Juli 2022

GMA

Forschen. Beraten. Umsetzen.

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.

Foto Titelblatt: GMA



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 ALDI Immobilienverwaltung GmbH & Co. KG, Radevormwald, erteilte der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse zur geplanten Erweiterung eines Aldi Lebensmitteldiscounters in Plettenberg, Herscheider Straße.

Für die Bearbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse standen der GMA u. a. Daten und Informationen des Statistischen Bundesamtes, des Landesbetriebes für Information und Technik Nordrhein-Westfalen, der Stadt Plettenberg sowie GMA-interne Unterlagen zur Verfügung. Darüber hinaus wurden im November 2020 durch die GMA eine Standortbesichtigung sowie eine Erhebung der untersuchungsrelevanten Wettbewerbsbetriebe in Plettenberg vorgenommen. Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsfindung der am Planungsprozess Beteiligten. Die GMA verpflichtet sich, die Ergebnisse der Untersuchung vertraulich zu behandeln.

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 14.12.2020, angepasst im Juli 2022
WA/KBE-aw

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	5
1. Aufgabenstellung	5
2. Planungsrechtlicher Rahmen	5
2.1 Regelungen der BauNVO	5
2.2 Landesplanung	6
2.3 Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Plettenberg	8
3. Definition und ausgewählte Marktdaten	11
II. Standortbeschreibung und -bewertung	14
1. Makrostandort Plettenberg	14
2. Mikrostandort Herscheider Straße	14
III. Untersuchungsrelevante Angebots- und Nachfragesituation	17
1. Abgrenzung des Einzugsgebietes und Ermittlung des Bevölkerungspotenzials	17
2. Berechnung des projektrelevanten Kaufkraftpotenzials im Einzugsgebiet	19
3. Projektrelevanter Einzelhandelsbestand im Untersuchungsraum	19
IV. Beurteilung des Planvorhabens	21
1. Methodischer Ansatz	21
2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft	21
3. Prognose und Bewertung der Umsatzumverteilung	22
3.1 Methodik	22
3.2 Umsatzumverteilungen	22
3.3 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen	23
4. Vereinbarkeit mit dem Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW)	24
5. Bewertung des Vorhabens vor dem Hintergrund des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Plettenberg	25
6. Auswirkungen auf die Verkehrsentwicklung in Plettenberg	26
V. Zusammenfassende Beurteilung	27
Verzeichnisse	29

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

Die Firma Aldi-Nord betreibt am Standort Herscheider Straße in Plettenberg eine Filiale mit rd. 800 m² Verkaufsfläche.

Geplant ist eine Erweiterung des Marktes um rd. 250 m² auf 1.050 m² VK. Die Filiale liegt im Geltungsbereich des vorhabenbezogenen Bebauungsplanes Nr. 644; der B-Plan weist eine Verkaufsflächenbegrenzung von 800 m² auf. Für das angestrebte Bebauungsplanverfahren ist eine Auswirkungsanalyse auf Basis von § 11 Abs. 3 BauNVO in Verbindung mit den landes- und regionalplanerischen Vorgaben zu erstellen. Die Untersuchung hat hierbei die Aufgabe, die möglichen wettbewerblichen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen des Vorhabens in der Stadt Plettenberg und ggf. im Umland zu untersuchen. Insbesondere ist zu prüfen, welche Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben auf die Betriebe in Plettenberg ausgelöst werden können und welche städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen hieraus ggf. resultieren.

Die vorliegende Analyse gliedert sich in folgende Untersuchungsschritte:

- /// Darstellung der relevanten Rechtsvorschriften zur Bewertung des Einzelhandelsvorhabens
- /// Darstellung und Bewertung des Makrostandortes Plettenberg und des Mikrostandortes Herscheider Straße
- /// Abgrenzung und Zonierung des projektrelevanten Einzugsgebiets sowie Berechnung der sortimentspezifischen Kaufkraftpotenziale
- /// Darstellung und Bewertung der wesentlichen Wettbewerber in Plettenberg sowie im Umfeld des Planvorhabens
- /// Berechnung der Umsatzerwartung und -herkunft auf Grundlage des Marktanteilkonzeptes
- /// Analyse und Bewertung der möglichen wettbewerblichen und städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens
- /// Vereinbarkeit mit den landesplanerischen Vorgaben (LEP NRW)
- /// Vereinbarkeit mit den Aussagen des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Plettenberg.

2. Planungsrechtlicher Rahmen

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die räumliche Planung von Einzelhandelsstandorten stellen das Baugesetzbuch (BauGB) und die Baunutzungsverordnung (BauNVO) 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 Landesplanung

Der Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) trat am 08. Februar 2017 in Kraft.

Er legt folgende Ziele und Grundsätze zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels fest:

„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 Beeinträchtigerungsverbot

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 Kernsortimenten 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 m² 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 Ansiedlungen 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 Ansiedlung bestehender Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche entgegenzuwirken. Darüber hinaus haben sie dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Ansiedlung 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.“

2.3 Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Plettenberg

Über die dargestellten rechtlichen Vorgaben hinaus sind die im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Plettenberg aus dem Jahr 2013 genannten Planungsabsichten zu berücksichtigen¹.

Als wesentliche **Zielsetzungen des Zentrenkonzeptes** sind zu formulieren:

- /// Sicherung der Versorgungsfunktion der Stadt Plettenberg als Mittelzentrum
- /// Entwicklung der Innenstadt als Haupteinzelhandelslage

¹ vgl. GMA, Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Plettenberg, 2013.

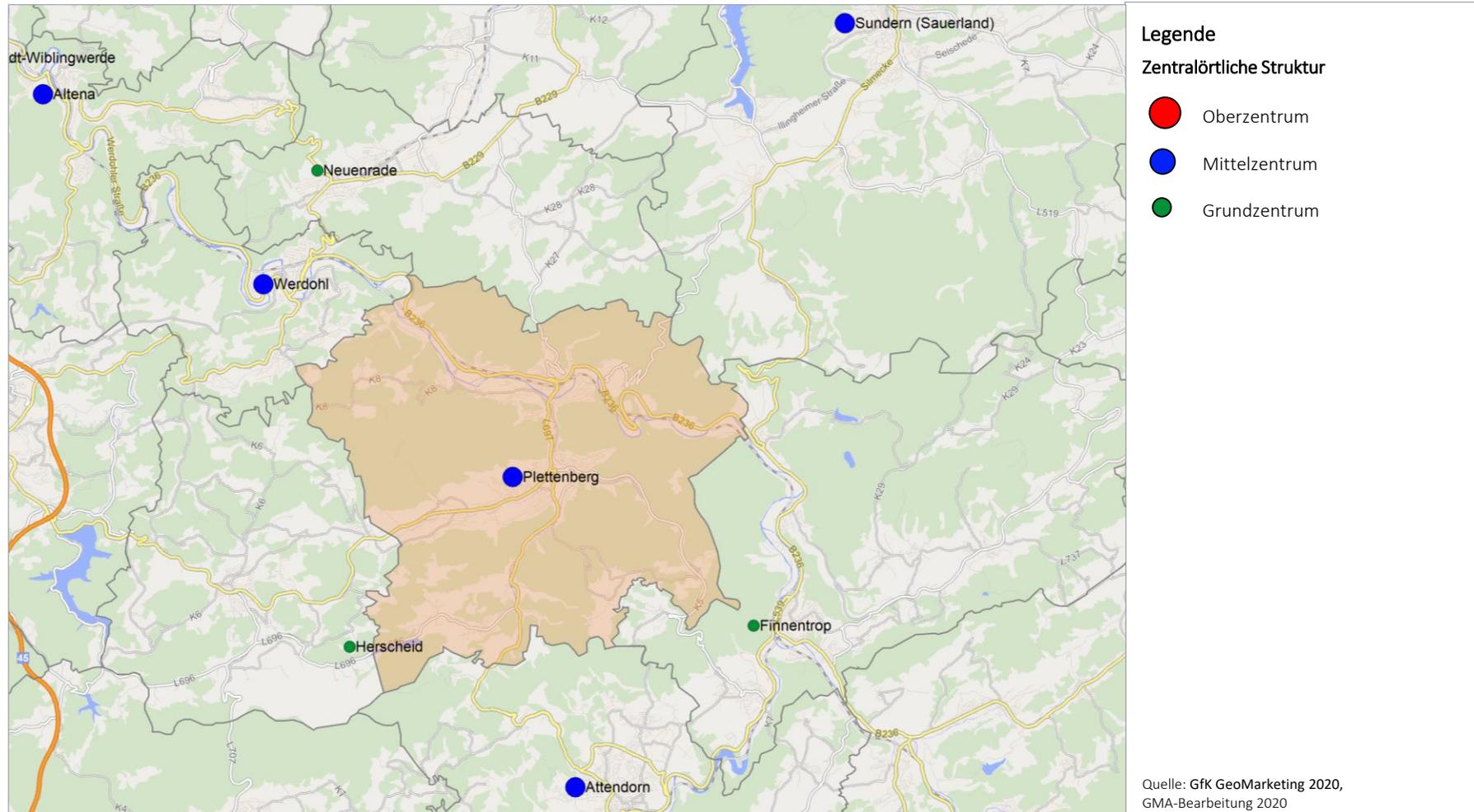
■ Sicherung der wohnortnahen Versorgung mit einer räumlich ausgewogenen Nahversorgungsstruktur

Die Zielsetzungen werden durch das **Sortiments- und Standortkonzept** konkretisiert. Mit dem Sortimentskonzept („**Plettenberger Sortimentsliste**“) werden nahversorgungs- bzw. zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente definiert. Das Planvorhaben führt überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente.

Mit dem Standortkonzept soll eine Funktionsteilung zwischen zentralen Lagen (= zentrale Versorgungsbereiche) und dezentralen Lagen erfolgen. Demnach sollte die Neuansiedlung von großflächigen Betrieben mit nahversorgungs- bzw. zentrenrelevantem Kernsortiment an dezentralen Standorten – im Hinblick auf mögliche negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche – ausgeschlossen werden. Insgesamt wurden im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes zwei zentrale Versorgungsbereiche definiert: die **Innenstadt** sowie das **Ortsteilzentrum Eiringhausen**. Ergänzend dazu wurden zwei Sonder(gebiets)standorte für den nicht zentrenrelevanten, großflächigen Einzelhandel ausgewiesen (Breddestraße und Ziegelstraße / Grafweg).

Das Planareal in der Herscheider Straße ist keiner der o. g. Standortkategorien zugeordnet. Der zentrale Versorgungsbereich **Innenstadt** befindet sich rd. 500 m nördlich des Vorhabenstandortes.

Karte 1: Lage von Plettenberg und zentralörtliche Struktur



3. Definition und ausgewählte Marktdaten

Im Einzelhandel wird zwischen verschiedenen Betriebstypen unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die Differenzierung nach Betriebstypen wird dabei neben der Verkaufsfläche v. a. die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

Als **Verkaufsfläche** eines Handelsbetriebes wird in diesem Bericht die Fläche definiert, auf welcher der Verkauf abgewickelt wird und die dem Kunden zugänglich ist. Hierzu gehören zum einen die tatsächlich mit Waren belegten Flächen (= Nettoverkaufsfläche) im Inneren und im Außenbereich des Gebäudes, zum anderen die hierfür erforderlichen Verkehrs- und Funktionsflächen, also Gangflächen, Thekenbereiche, Kassenzone, Kassenvorzone (inkl. Bereiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Einkaufswagenzone, Leergutautomaten und Windfang.² Ausgenommen sind Läger, Sozialräume, Kunden-WC und Parkierungsflächen, soweit diese als solche genutzt werden.

Die Definitionen für Betriebstypen liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Zur Einordnung und Charakteristik der in Deutschland vorhandenen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels werden die Betriebsformen nachfolgend kurz definiert:³

Supermarkt:

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel⁴ führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.

Großer Supermarkt:

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel⁵ 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 Lebensmitteleinzelhandels-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-

² vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04, Rd. Nr. 26.

³ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2020, Seite 361.

⁴ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

⁵ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

Süßwarenläden sowie handwerklich orientierte Einzelhandelsgeschäfte wie Feinkostgeschäfte, Bäckereien und Fleischereien.

Convenience Store:

Ein Convenience Store ist ein Einzelhandelsgeschäft mit 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 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood-I-Sortiment anbietet.

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 1). Lebensmitteldiscounter heben sich im Vergleich zu Lebensmittelsupermärkten zudem insbesondere durch ein vergleichsweise schmales Sortiment mit einem hohen Anteil an Eigenmarken und durch eine konsequente Niedrigpreisstrategie ab. Als weitere Besonderheit der Discounter 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, Haushaltswaren und Elektrowaren liegt. Letztlich ist die Artikelzusammensetzung jedoch äußerst heterogen.

Bei allen drei Betriebstypen liegt das Schwergewicht auf Waren des kurzfristigen Bedarfs. Während der Umsatzanteil von Lebensmittelsupermärkten im Lebensmittelbereich je nach Anbieter bei ca. 85 – 90 % liegt, beträgt der Umsatzanteil im Food-Bereich bei Lebensmitteldiscountern je nach Anbieter bei ca. 75 – 80 %.⁶

⁶ Quelle: EHI handelsdaten online.

Tabelle 1: Typische Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten

Hauptwarengruppen	Discounter		Supermarkt		Großer Supermarkt	
	durchschnittliche Artikelanzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Nahrungs- und Genussmittel	1.755	76	8.995	76	15.730	62
Lebensmittelnaher Sortimente (Nonfood I, u. a. Gesundheit, Körperpflege, Tiernahrung)	265	9	2.030	17	4.825	20
Nichtlebensmittelsortimente (Nonfood II, u. a. Textilien, Zei- tungen / Zeitschriften, Elektro- waren, 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

II. Standortbeschreibung und -bewertung

1. Makrostandort Plettenberg

Die Stadt Plettenberg liegt im südlichen Bereich des Märkischen Kreises. Die Landesplanung stuft die Stadt als Mittelzentrum ein. In einem Umkreis von ca. 20 km sind u. a. die Mittelzentren Attendorn, Lüdenscheid, Sundern und Werdohl sowie in einem Umkreis von 70 km die Oberzentren Dortmund, Siegen und Hagen gelegen.

Plettenberg ist nicht direkt an das Autobahnnetz angeschlossen, jedoch wird die regionale verkehrliche Erreichbarkeit durch mehrere Bundes- und Landesstraßen sichergestellt (u. a. L 561, B 236), welche wiederum u. a. den Anschluss an die Autobahn A 45 gewährleisten. Plettenberg verfügt über einen Bahnhof im Ortsteil Eiringhausen. Von dort aus bestehen Anschlüsse in Richtung Siegen und Iserlohn sowie nach Werdohl, Hagen, Bochum und Essen. Der sonstige ÖPNV wird in Plettenberg durch Linienbusse geregelt.

Das Plettenberger Stadtgebiet umfasst rd. 96 km² und gliedert sich in mehrere Ortschaften (u. a. Eiringhausen, Ohle)⁷. Die topographischen Gegebenheiten in Plettenberg sind sehr durch Tallagen geprägt, in denen größtenteils die einzelnen Ortschaften bandartig ansässig sind. Die Erschließung wird durch Land- und Bundesstraßen gewährleistet, zudem befindet sich zwischen dem Stadtzentrum von Plettenberg und der Ortschaft Eiringhausen der Hestenberg-tunnel.

Insgesamt leben in Plettenberg aktuell rd. 25.240 Einwohner⁸. Für den Zeitraum zwischen 2012 und 2019 ist ein Bevölkerungsrückgang von rd. - 2,8 % (ca. 730 Personen) zu ermitteln. Für das Jahr 2030 wird für die Stadt Plettenberg ein Bevölkerungsrückgang von ca. - 6,8 % auf etwa 23.530 Einwohner prognostiziert⁹.

2. Mikrostandort Herscheider Straße

Der zu erweiternde Aldi Lebensmitteldiscounter befindet sich im Stadtzentrum von Plettenberg an der Herscheider Straße 14 – 16. Dem Markt sind Parkplatzflächen zugeordnet, die sich südwestlich der Immobilie befinden. Die Erweiterung des Discounters soll traufseitig erfolgen, zusätzliche Stellplätze werden durch den Ankauf eines weiteren Grundstücks gewährleistet.

Das direkte Umfeld des Marktes ist durch eine gemischte Nutzungsstruktur geprägt. Hier sind sowohl Dienstleistungsbetriebe (u. a. Reisebüro, Immobilienmakler), als auch gewerbliche Nutzungen (u. a. Autohandel) und Geschosswohnungsbau ansässig. Darüber hinaus ist in südlicher Richtung auf Einzelhandelsbetriebe (Bäckerei) und Gastronomien hinzuweisen. Besonders geprägt wird der Planstandort jedoch von der vielbefahrenen Herscheider Straße sowie der Kreuzung An der Lohmühle / Am Wall, die in diesem Bereich zu einem regen Verkehrsaufkommen führen. Das nächstgelegene Wohngebiet grenzt in westlicher Richtung an den Aldi-Markt bzw. die Herscheider Straße an (u. a. Hestenbergstraße, Marler Weg, Moosuferstraße).

⁷ Stadt Plettenberg, Stand: 30.06.2019.

⁸ Landesbetrieb IT.NRW, Stand: 31.12.2019

⁹ Landesbetrieb IT.NRW, Basisberechnung inkl. Wanderungen

Über den Marler Weg und die Straße im Winkel ist die Aldi Filiale von dort aus fußläufig gut zu erreichen (ca. 200 – 300 m fußläufige Entfernung). Weitere kleinere Wohnquartiere in fußläufiger Entfernung zum Planstandort erstrecken sich westlich der Straße Am Wall (Schlieffenstraße, Viktoriastraße, ca. 400 – 500 m fußläufige Entfernung).

Der Planstandort ist gegenwärtig von der Herscheider Straße (Abzweigung Im Winkel) verkehrlich gut erreichbar.

In der Nähe zum Planstandort ist an der Herscheider Straße die gleichnamige Bushaltestelle fußläufig erreichbar.

Foto 1: Erweiterungstandort aus südlicher Richtung



Foto 2: Erweiterungstandort aus nordöstlicher Richtung



GMA 2020

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 Planobjektes.

Positive Standortfaktoren:

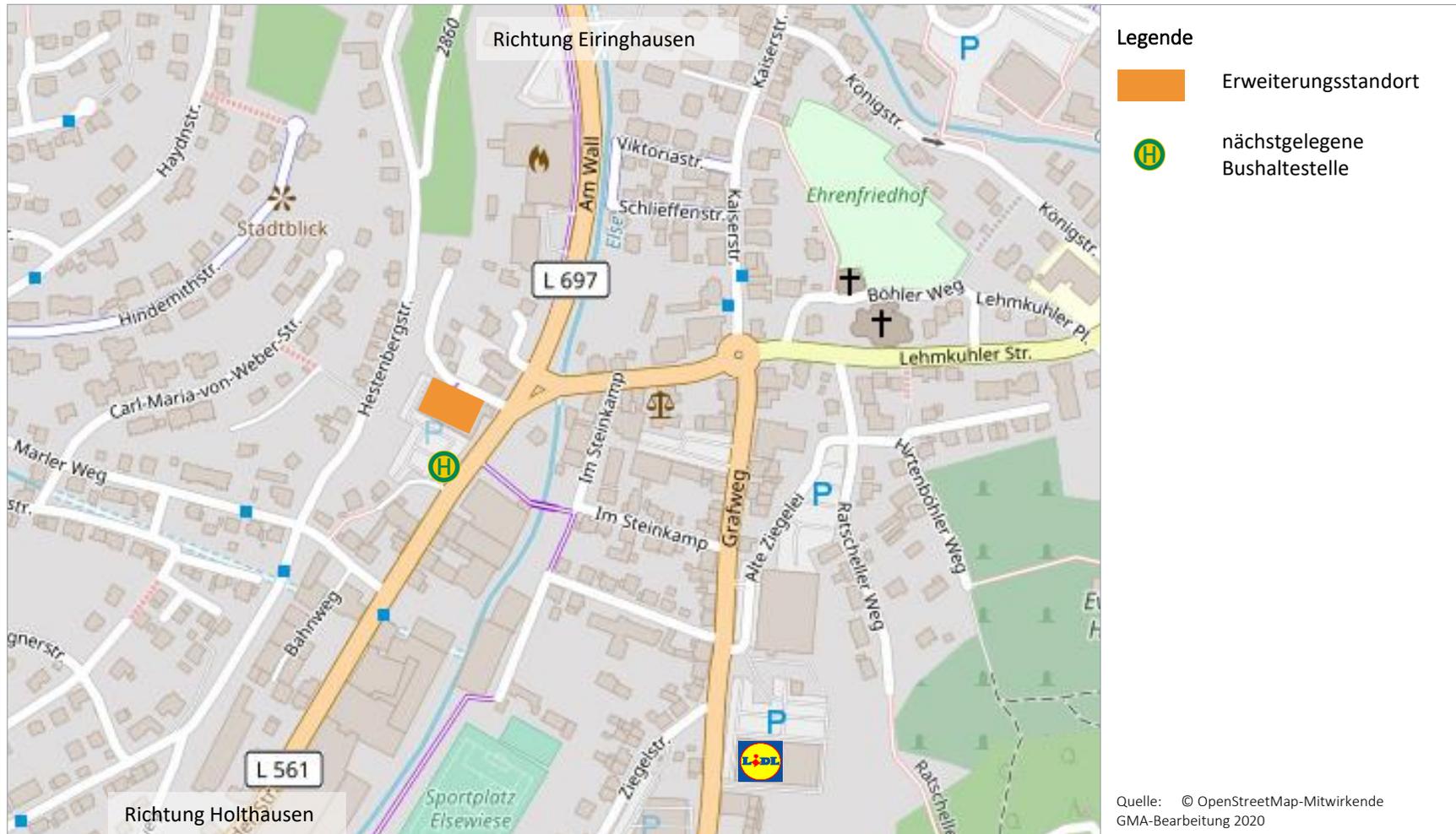
- + Erweiterung und Modernisierung eines bereits eingeführten Einzelhandelsstandortes
- + Wohngebiete im unmittelbaren Standortumfeld
- + ÖPNV-Anbindung gegeben
- + gute verkehrliche Erreichbarkeit für Pkw-Kunden

Negative Standortfaktoren:

- Lage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches

Zusammenfassend ist unter **städtebaulichen Gesichtspunkten** anzuführen, dass der Planstandort nicht innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches liegt. Es handelt sich jedoch um einen städtebaulich integrierten Standort mit Wohngebietsanschluss, der sowohl mit dem Pkw als auch mit dem ÖPNV gut erreichbar ist. Insbesondere für das westlich an die Herscheider Straße angrenzende Wohngebiet übernimmt der Aldi-Markt eine wichtige Nahversorgungsfunktion.

Karte 2: Mikrostandort Herscheider Straße



III. Untersuchungsrelevante Angebots- und Nachfragesituation

1. Abgrenzung des Einzugsgebietes und Ermittlung des Bevölkerungspotenzials

Der Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebietes für das Erweiterungsvorhaben kommt eine wesentliche Bedeutung bei der Beurteilung des Vorhabens zu. So bildet das ermittelte Einzugsgebiet die Grundlage für alle späteren Berechnungen zur Ermittlung des Bevölkerungspotenzials und Kaufkraftpotenzials sowie des Vorhabenumsatzes bzw. der Umsatzherkunft.

Als Einzugsgebiet wird derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen. Zur konkreten Abgrenzung des Einzugsgebietes wurden folgende Kriterien herangezogen:

- /// Lage des Planstandortes innerhalb des Stadtgebietes sowie verkehrliche Erreichbarkeit
- /// Ausstrahlung des Planvorhabens aufgrund des Standortes und der Dimensionierung
- /// projektrelevante Wettbewerbssituation im Umfeld
- /// topographische und siedlungsstrukturelle Gegebenheiten im Untersuchungsgebiet
- /// ausgewählte Zeit- und Distanzwerte.

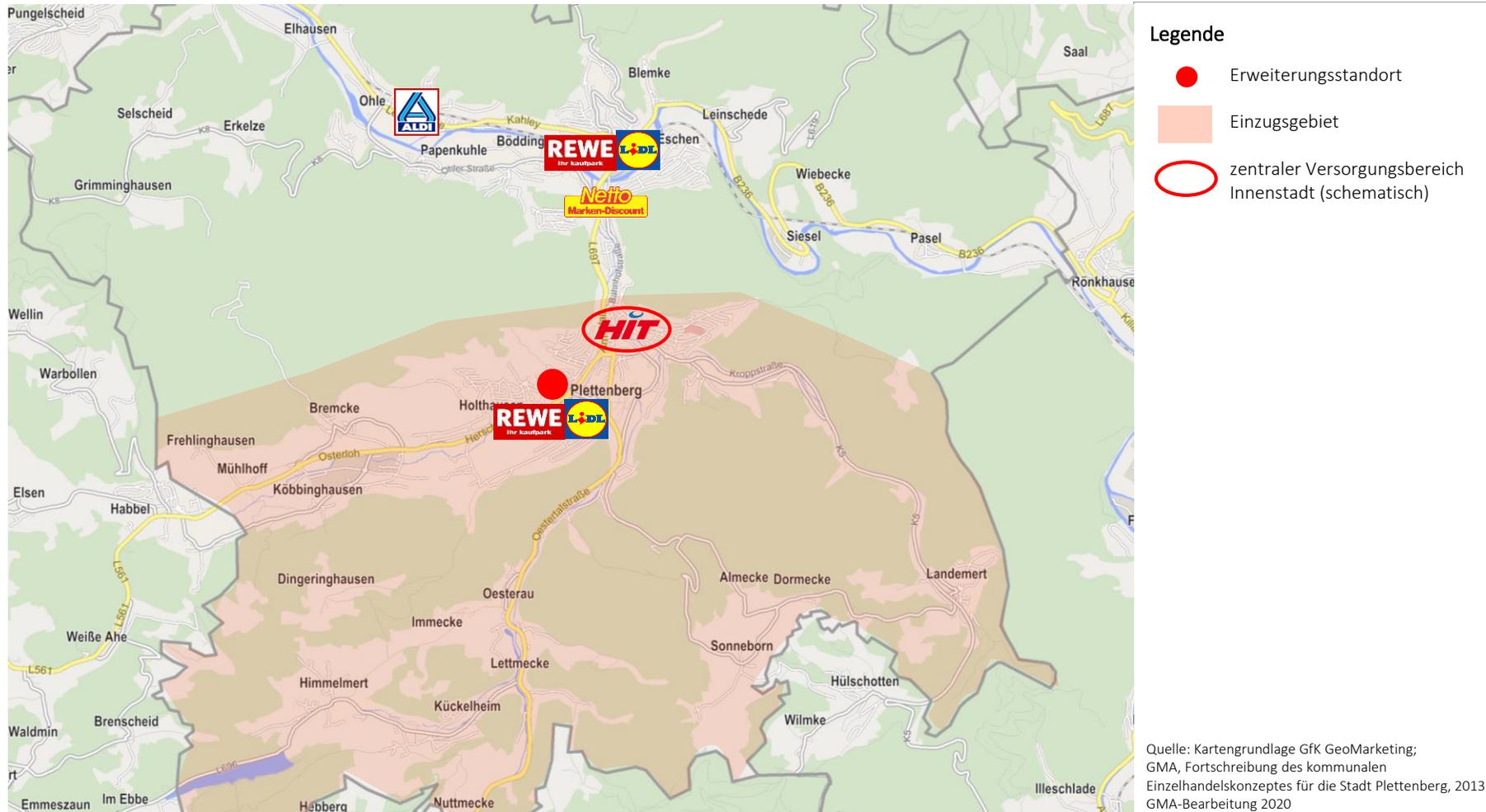
Unter Berücksichtigung der angeführten Kriterien umfasst das Einzugsgebiet den südlichen Teil Plettenbergs. Es handelt sich dabei überwiegend um das Stadtzentrum sowie die Ortschaften Oestertal, Holthausen, Mülhoff und Landemert, bei denen eine ausgeprägte Orientierung auf den zu erweiternden Lebensmittelmarkt zu unterstellen ist. Hier ist von einem Einwohnerpotenzial von ca. 13.200 Personen¹⁰ auszugehen.

Die Erreichbarkeit zwischen dem nördlichen Teil von Plettenberg und dem Erweiterungsvorhaben wird zwar über die vielbefahrene Landstraße 697 sichergestellt, wobei jedoch v. a. der Hestenbergtunnel auch eine gewisse Barrierewirkung entfaltet. Zudem ist in Ohle ein weiterer Aldi Lebensmitteldiscounter ansässig, so dass hier kaum Kaufkraftflüsse in Richtung des Planvorhabens zu erwarten sind. Eine weitere Ausdehnung des Einzugsgebietes ist demnach nicht anzunehmen, zumal die Wettbewerbssituation im Norden Plettenbergs – auch im Discountsegment - sehr ausgeprägt ist. Die hier ansässigen Kunden sind stärker auf die eigenen Märkte orientiert.

Dennoch ist im gewissen Umfang auch von Umsätzen mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsbereichs auszugehen (z. B. Pendler); diese werden in den nachfolgenden Berechnungen als sog. Streuumsätze berücksichtigt.

¹⁰ Einwohnerberechnung auf Grundlage von GfK GeoMarketing, 2020

Karte 3: Einzugsgebiet des Planvorhabens und wesentliche projektrelevante Anbieter



2. Berechnung des projektrelevanten Kaufkraftpotenzials im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante¹¹ Kaufkraft einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung derzeit **ca. 6.210 €**.

Davon entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel ca. 2.285 € und auf die sonstigen Nichtlebensmittel ca. 3.925 €.

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau¹² zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau für Plettenberg mit 102,1 leicht über dem Bundesdurchschnitt (= 100,0).

Für das abgegrenzte Einzugsgebiet beläuft sich das untersuchungsrelevante Kaufkraftpotenzial bei **Nahrungs- und Genussmitteln** auf **ca. 30,8 Mio. €**.

3. Projektrelevanter Einzelhandelsbestand im Untersuchungsraum

Die Beurteilung der Wettbewerbssituation beruht auf einer Vor-Ort-Erhebung des projektrelevanten Einzelhandels in Plettenberg, die im November 2020 von der GMA durchgeführt wurde. Aufgrund der Flächengröße, des Betriebstyps und des spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung ist davon auszugehen, dass insbesondere andere Lebensmittelmärkte wie Lebensmitteldiscounter, Supermärkte, SB-Warenhäuser und große Getränkemärkte als Hauptwettbewerber zum Erweiterungsvorhaben einzustufen sind.

Im **Einzugsgebiet** ist zunächst auf den großflächigen Hit-Markt hinzuweisen, welcher dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zugeordnet ist und als leistungsfähig einzustufen ist. Darüber hinaus sind im Bereich Ziegelstraße / Grafweg ein Rewe – Ihr Kaufpark Vollsortimenter (inkl. Getränkemarkt) sowie ein Lidl-Markt ansässig, die durch einen toom Getränkemarkt ergänzt werden. Diese Anbieter bilden den Sonderstandort Ziegelstraße / Grafweg, der neben dem Hit-Markt in der Innenstadt die Lebensmittelversorgung des Stadtzentrums sowie der südlichen angrenzenden Ortschaften gewährleisten. Insgesamt beläuft sich hier die Verkaufsfläche im Nahrungs- und Genussmittelsegment auf rd. 7.100 m², auf denen ein Umsatz von rd. 29 – 30 Mio. € erwirtschaftet wird.

Außerhalb des Einzugsgebietes sind im Bereich Breddestraße die Lebensmittelmärkte Lidl und Rewe – Ihr Kaufpark zu erwähnen, die sich in räumlicher Nähe zueinander befinden und demnach einen gemeinsamen, jedoch autokundenorientierten Versorgungsstandort (Sonderstandort Breddestraße) bilden. An der Scharnhorststraße liegt ein Netto Lebensmitteldiscounter, der aufgrund seiner Lage und Größe überwiegend eine Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Wohnquartiere erfüllt. In der Ortschaft Ohle befindet an der Lennestraße ein Aldi Lebensmittelanbieter, der über einen modernen Marktauftritt verfügt und trotz der räumlichen Entfernung Schnittstellen mit dem Erweiterungsvorhaben aufweist. Die Verkaufsfläche

¹¹ Einzelhandel im engeren Sinne (ohne Brennstoffe, Kraftfahrzeuge etc.).

¹² Quelle: MB Research, 2020.

aller außerhalb des Einzugsgebietes in der Stadt Plettenberg ansässigen Anbieter liegt insgesamt bei rd. 4.500 m²; der Umsatz im Bereich Nahrungs- und Genussmittel kann auf rd. 19 – 20 Mio. €. beziffert werden.

IV. Beurteilung des Planvorhabens

1. Methodischer Ansatz

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

- / 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 sowie im Umfeld eingeschätzt. Damit wird aufgezeigt, wo – und in welchem Umfang – dem bestehenden Einzelhandel Umsätze verloren gehen.

2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft

Das Marktanteilkonzept geht von einer Gegenüberstellung des relevanten Angebotes mit dem für das Einzugsgebiet ermittelten Nachfragevolumen (= Kaufkraft) aus. Als wesentliche Kriterien bei der Ermittlung der Marktanteile werden die Art und Dimensionierung der vorgesehenen Einzelhandelsnutzung, die Lage und das Standortumfeld sowie die Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und im weiteren Umfeld berücksichtigt. Vor diesem Hintergrund sind die nachfolgend dargestellten Marktanteile und Umsatzleistungen zu erwarten.

Tabelle 2: Umsatzprognose für den projektierten Aldi Lebensmitteldiscounter mit rd. 1.050 m² VK

	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €
Einzugsgebiet	30,8	16	4,9 – 5,0
Streuumsätze (ca. 10 %)			0,5 – 0,6
gesamt Nahrungs- und Genussmittel			5,5
Randsortimente (ca. 20 %)			1,3 – 1,4
Umsatz gesamt			6,8 – 6,9

GMA-Berechnungen 2022 (ca.-Werte, Rundungsdifferenzen möglich)

Für den zu erweiternden Aldi Nord Lebensmitteldiscounter wird ein Umsatz von insgesamt ca. 6,8 – 6,9 Mio. € prognostiziert. Davon entfallen rd. 5,5 Mio. € auf Nahrungs- und Genussmittel; rd. 1,3 – 1,4 Mio. € sind dem Nonfood-Bereich zuzuordnen.

Aus dem über das Marktanteilkonzept ermittelten Umsatz lässt sich unter Zugrundelegung der geplanten Verkaufsfläche von ca. 1.050 m² eine Flächenproduktivität für das Gesamtobjekt von rd. 6.550 € je m² Verkaufsfläche ableiten. Somit liegt diese lt. Hahn Retail Real Estate Report Germany 2020 / 2021 geringfügig unter dem Durchschnitt für einen Aldi Nord Lebens-

mitteldiscounter. Unter Berücksichtigung der für Aldi Nord überdurchschnittlichen Verkaufsflächengröße¹³ des Vorhabens bildet der ermittelte Umsatz jedoch einen realistischen worst-case-Ansatz ab.

Da es sich bei dem Vorhaben jedoch **nicht um eine Neuansiedlung, sondern um eine Erweiterung** handelt, sind bei der weiteren Bewertung möglicher Umsatzumverteilungseffekte insbesondere die **zusätzlichen Umsatzleistungen** zu berücksichtigen. Dem prognostizierten Gesamtumsatz des erweiterten Lebensmitteldiscounters wird demnach der Bestandsumsatz abgezogen. 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.“¹⁴

Mit der Verkaufsflächenerweiterung um ca. 250 m² ergibt sich ein modellhafter Umsatzzuwachs von ca. 1,6 Mio. €, wobei hiervon rd. 1,2 – 1,3 Mio. € auf Nahrungs- und Genussmittel und ca. 0,3 – 0,4 Mio. € auf Randsortimente entfallen.

3. Prognose und Bewertung der Umsatzumverteilung

3.1 Methodik

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein Rechenmodell zum Einsatz, welches auf dem Prinzip des Gravitationsmodells basiert.

Im Wesentlichen fließen dabei zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden. Als Berechnungsfaktoren sind hierbei zu nennen:

- ▀ die Attraktivität der jeweiligen Wettbewerbsstandorte, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächengröße bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- ▀ der Distanzwiderstand, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Standorten ergibt.

3.2 Umsatzumverteilungen

Es ist davon auszugehen, dass der zusätzliche Umsatz des Aldi Lebensmitteldiscounters insbesondere zu Lasten von Systemwettbewerbern, d. h. anderen Lebensmitteldiscountern erwirtschaftet wird. Dies wird im Rahmen der nachfolgenden Berechnungen berücksichtigt; d. h. die sog. Systemwettbewerber werden hinsichtlich der zu erwartenden Umverteilungen stärker gewichtet als andere Lebensmittelanbieter. Außerdem wird angenommen, dass die Lagen, die

¹³ Die durchschnittliche Verkaufsfläche einer Aldi Nord-Filiale liegt lt. Hahn Retail Real Estate Report Germany 2020 / 2021 bei ca. 903 m².

¹⁴ vgl. Bundesverwaltungsgericht 4 B 3.09 vom 12.02.2009, RN 6.

aktuell eine wichtige Versorgungsbedeutung für die Bewohner des Einzugsgebietes einnehmen, stärker von Umverteilungen betroffen sein werden als Lagen mit aktuell geringerer Versorgungsbedeutung.

Insgesamt sind die durch die geplante Erweiterung des Lebensmitteldiscounters ausgelösten Wirkungen wie folgt zu prognostizieren:

Tabelle 3: Prognose der Umsatzumverteilungen bei Nahrungs- und Genussmitteln durch das Erweiterungsvorhaben

Lagen	Umsatzumverteilung*	
	in Mio. €	in %
Einzugsgebiet	0,8 – 0,9	3
Sonstige Standorte in Plettenberg	0,2 – 0,3	1 – 2
Sonstige Lagen außerhalb von Plettenberg	0,1 – 0,2	n. a.
Summe insgesamt	1,2 – 1,3	

* Nahrungs- und Genussmittel, ohne Anteil Randsortimente / Nicht-Lebensmittel; n. a. = nicht ausweisbar
GMA-Berechnungen 2020, Werte leicht gerundet

Die zu erwartenden Umsatzumverteilungen bei Nahrungs- und Genussmitteln betreffen im Wesentlichen die Lebensmittelmärkte in der Stadt Plettenberg. Der Großteil der Umverteilung wird hier wettbewerbswirksam (ca. 1,1 Mio. €). Lediglich max. 0,1 – 0,2 Mio. € dürfte auf Anbieter außerhalb von Plettenberg entfallen.

3.3 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen

Auf Basis der zuvor getätigten Annahmen zu möglichen Umsatzumverteilungen sind folgende städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen durch die Erweiterung des Lebensmitteldiscounters zu erwarten:

- Die Umsatzumverteilung im Einzugsgebiet**, die im Falle einer Erweiterung des Aldi Nord Lebensmitteldiscounters abzuleiten sind, lässt v.a. Wettbewerbswirkungen gegenüber dem Lidl-Markt am Grafweg erwarten. Diese können zwar spürbar sein, eine nachhaltige Schwächung des Anbieters ist jedoch aufgrund der insgesamt sehr geringen Umsatzumverteilungen nicht zu konstatieren. Der Anbieter kann als leistungsfähig eingestuft werden, zudem stellt er einen gemeinsamen Sonderstandort mit dem Kaufpark-Markt dar. Die sonstigen Lebensmittelmärkte im Einzugsgebiet sind lediglich untergeordnet von den ausgelösten Umsatzumverteilungen betroffen und demnach ebenfalls nicht im Bestand gefährdet.
- Außerhalb des Einzugsgebietes** kann es zu Umverteilungseffekten in Höhe von rd. 1 – 2 % bei Nahrungs- und Genussmitteln (rd. 0,2 – 0,3 Mio. €) kommen. Hiervon werden insbesondere die hier ansässigen Lebensmitteldiscounter (Netto, Aldi Nord) betroffen sein. Eine Umsatzumverteilung in dieser Größenordnung dürfte von den Märkten problemlos kompensiert werden können, sodass versorgungsstrukturelle oder städtebauliche Auswirkungen durch die Erweiterung des Lebensmitteldiscounters nicht zu erwarten sind.
- Gegenüber den **sonstigen Anbietern in den umliegenden Kommunen** werden max. 0,1 – 0,2 Mio. € umverteilt. Unter Berücksichtigung der Vielzahl an Lebensmittelmärkten und der geringen Höhe der Umsatzumverteilungen sind hier keine nachhaltigen Betriebsgefährdungen abzuleiten.

- Etwa 0,3 – 0,4 Mio. € werden im Nichtlebensmittelsegment umsatzumverteilungswirksam. Dies verteilt sich auf mehrere Sortimente (u. a. Drogeriewaren, Tiernahrung, Bekleidung, Elektrowaren, Haushaltsartikel) und damit auf eine Vielzahl von Anbietern, welche diese Sortimente sowohl als Hauptsortimente (u. a. Drogeriemärkte, Zoofachmärkte, Bekleidungs-, Schuh-, Sportanbieter, Haushaltswarenmärkte u.v.m.) als auch als Randsortimente (u. a. Lebensmittelmärkte, Drogeriemärkte, Nonfood-Discounter u.v.m.) führen. Diese Anbieter verteilen sich auf mehrere Standortlagen (z.B. die Innenstadt, die Sonderstandorte Breddestraße und Grafweg / Ziegelstraße), sodass für einzelne Anbieter und Lagen städtebauliche Auswirkungen auszuschließen sind.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die durch die Erweiterung des Lebensmitteldiscounters in Plettenberg ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte aufgrund ihrer geringen Höhe weder zu städtebaulichen noch zu versorgungsstrukturellen Beeinträchtigungen führen werden.

4. Vereinbarkeit mit dem Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW)

Zur Bewertung der raumordnerischen bzw. landesplanerischen Zulässigkeit des Erweiterungsvorhabens sind die Regelungen bzw. Prüfkriterien des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen heranzuziehen (vgl. Kapitel I., 2.2). Im Hinblick auf die ermittelten Auswirkungen des Vorhabens am Standort Plettenberg, Herscheider Straße, sind hierzu folgende Anmerkungen zu treffen:

- Den landesplanerischen Aussagen **zu Ziel 6.5-1** wird aktuell nicht entsprochen, da sich der projektierte Standort außerhalb von Allgemeinen Siedlungsbereichen (ASB) befindet. Eine entsprechende Anpassung des Regionalplans ist jedoch vorgesehen. Im aktuellen Entwurf der Fortschreibung des Regionalplans wird die Fläche als ASB dargestellt.¹⁵
- Das **Ziel 6.5-2** (städtebauliches Integrationsgebot) wird durch den zu erweiternden Lebensmitteldiscounter aus den folgenden Gründen ausnahmsweise eingehalten:
 - Bei **Einhaltung einer Verkaufsflächenobergrenze für nicht nahversorgungsrelevante Sortimente** bis max. 105 m² (= 10 % der Gesamtverkaufsfläche) kann davon ausgegangen werden, dass der zu erweiternde Lebensmitteldiscounter mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 1.050 m² hinsichtlich seines Warenangebotes die Anforderungen an einen Nahversorger erfüllt.¹⁶
 - Bei dem Vorhabenstandort handelt es sich um eine **städtebaulich integrierte Lage**. Für die westlich gelegenen Wohngebiete besteht eine gute fußläufige Anbindung. Zudem ist ein guter Anschluss an den ÖPNV (Bushaltestelle Herscheider Straße) im unmittelbaren Standortumfeld vorhanden (siehe Kapitel II., 2.).
 - Im näheren Standortumfeld des zu erweiternden Lebensmitteldiscounters (rd. 300 – 400 m Luftliniendistanz) befindet sich der lt. Einzelhandelskonzept der Stadt Plettenberg 2013 ausgewiesene zentrale Versorgungsbereich Innenstadt Plettenberg. Nach intensiver Besichtigung und Überprüfung durch die GMA konnten innerhalb

¹⁵ vgl. Regionalplan Arnsberg – Räumlicher Teilplan Märkischer Kreis, Kreis Olpe, Kreis Siegen-Wittgenstein. Entwurf, Stand: November 2020.

¹⁶ Für das konkrete Vorhaben ist hier noch ein Nachweis durch den Antragsteller zu erbringen.

des Zentrums sowie in dessen unmittelbaren Umgebung, aufgrund der vorhandenen baulichen Struktur, keine Potenzialflächen für die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes identifiziert werden. Rund 2,6 – 2,7 km nördlich des Vorhabenstandortes (Luftlinienentfernung bis zum südlichen Randbereich des Zentrums) befindet sich darüber hinaus der zentrale Versorgungsbereich Ortsteilzentrum Eiringhausen. Auch hier konnte keine potenzielle Entwicklungsfläche für die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmitteldiscounters erkannt werden. Da das Ortsteilzentrum Eiringhausen zudem einem anderen Versorgungsraum (Ortsteil Eiringhausen) zugeordnet ist, eignet sich dieser zentraler Versorgungsbereich nicht als Ausweichstandort für das Vorhaben. Demnach liegen aus gutachterlicher Sicht **städtebauliche bzw. siedlungsstrukturelle Gründe** für eine Lage des Vorhabens außerhalb der umliegenden zentralen Versorgungsbereiche vor.

- Bei der zu erweiternden Aldi Filiale handelt es sich um den einzigen Lebensmittelmarkt nördlich bzw. westlich der Hauptverkehrsachse Herscheider Straße / Am Wall. Demnach übernimmt der Aldi-Markt bereits heute eine **wichtige Nahversorgungsfunktion** für die Wohngebiete westlich bzw. nördlich dieser Verkehrsachse, welche durch die Erweiterung und Modernisierung des Anbieters gestärkt und gefördert wird.
- Städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen sind durch die Erweiterung des Lebensmitteldiscounters auszuschließen, **wodurch keine zentralen Versorgungsbereiche beeinträchtigt werden.**

/// Im Hinblick auf **Ziel 6.5-3** (Beeinträchtigungsverbot) sind keine negativen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen in Plettenberg oder im Umland zu erwarten (vgl. Kapitel IV., 3).

/// Das **Ziel 6.5-5** sowie die **Grundsätze 6.5-4, -6 und -9 LEP NRW** sind für die Bewertung des Vorhabens nicht relevant.

/// **Ziel 6.5-7** ist hier nicht relevant, weil das Vorhaben den Ausnahmekriterien von Ziel 6.5-2 entspricht.

/// Da der Aldi-Markt auch nach dessen Erweiterung weiterhin einen Solitärstandort darstellt, wird **Ziel 6.5-8** (Agglomerationsverbot) entsprochen.

/// Die Aufstellung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplans ist unter der Voraussetzung, dass es im Hinblick auf Ziel 6.5-1 zu einer Änderung des Regionalplans kommt, in dem projektierten Sachverhalt zulässig. **Ziel 6.5-10** wird sodann eingehalten.

Mit Ausnahme von Ziel 6.5-1 (hier ist eine Änderung des Regionalplans notwendig; welche im Entwurf der Fortschreibung des Regionalplans bereits berücksichtigt wird) erfüllt das Vorhaben sämtliche relevante Voraussetzungen des LEP NRW, insbesondere die Ausnahmevoraussetzungen und -kriterien des Ziels 6.5-2 zur Festsetzung von Sondergebieten außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs.

5. Bewertung des Vorhabens vor dem Hintergrund des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Plettenberg

Die GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Büro Köln, hat im Jahr 2013 die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Plettenberg erarbeitet¹⁷. Neben dem

¹⁷ vgl. GMA, Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Plettenberg, 2013.

Standort- und Sortimentskonzept wurden im Rahmen der „Grundsätze zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung“ auch die mögliche Erweiterung bestehender Einzelhandelsbetriebe thematisiert. Diese sollte zur Sicherung und zur marktgerechten Entwicklung des Standortes möglich sein, insofern „keine negativen Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen in Plettenberg und im Umland“ ermittelt werden können.

Im Rahmen vorliegender Analyse konnte festgestellt werden, dass die Erweiterung des Aldi Nord-Marktes weder städtebauliche noch versorgungsstrukturelle Auswirkungen in Plettenberg oder im Umland zur Folge hätte. Demnach entspricht das Erweiterungsvorhaben den Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Plettenberg.

6. Auswirkungen auf die Verkehrsentwicklung in Plettenberg

Durch die geringfügige Verkaufsflächenerweiterung des Aldi-Marktes am Standort Herscheider Straße um ca. 250 m² sind keine wesentlichen Veränderungen des Anlieferungs- und Kundenverkehrs zu erwarten. Für den Emissionsschutz ergeben sich keine Probleme.

V. Zusammenfassende Beurteilung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens	
Planvorhaben / Planstandort	<ul style="list-style-type: none"> ▪ In der Stadt Plettenberg soll am Standort Herscheider Straße ein Aldi Nord Lebensmitteldiscounter von aktuell rd. 800 auf 1.050 m² Verkaufsfläche erweitert werden
Rechtsrahmen und Untersuchung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Auswirkungenanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO
Standortrahmen- bedingungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Makrostandort: Plettenberg, rd. 25.240 Einwohner ▪ Gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Plettenberg liegt der Planstandort außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches. ▪ Der Standort befindet sich an der Herscheider Straße; die nächsten Wettbewerber sind im Bereich Ziegelstraße / Grafweg (u. a. Rewe – Ihr Kaufpark, Lidl) und in der Innenstadt (Hit) vorhanden
Einzugsgebiet und Kauf- kraftpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Das Einzugsgebiet des Vorhabens erstreckt sich auf den südlichen Teil von Plettenberg (u. a. Stadtzentrum, die Ortschaften Oestertal, Holthausen, Mülhoff und Landemert) ▪ Das Einzugsgebiet umfasst insgesamt rd. 13.200 Einwohner mit einem Kaufkraftpotenzial im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel von rd. 30,8 Mio. €
Umsatzerwartung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ insgesamt ca. 6,8 – 6,9 Mio. €, davon ca. 5,5 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel und rd. 1,3 – 1,4 Mio. € Nonfood ▪ Verkaufsflächenerweiterung eines bereits existierenden Marktes: Umsatzzuwachs von ca. 1,6 Mio. € (davon rd. 1,2 – 1,3 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel und ca. 0,3 – 0,4 Mio. € Nonfood).
Bewertung der versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO	<ul style="list-style-type: none"> ▪ höchste Umsatzumverteilung gegenüber den Anbietern im Einzugsgebiet mit rd. 0,8 – 0,9 Mio. € bzw. max. 3 % (Nahrungs- und Genussmittel) ▪ insgesamt sind keine betriebsgefährdenden Wirkungen auf einzelne Lebensmittelbetriebe festzustellen, demnach sind auch weder städtebauliche noch versorgungsstrukturelle Auswirkungen durch das Erweiterungsvorhaben zu konstatieren
Bewertung hinsichtlich der Landesplanung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ziel 6.5.-1 wird aktuell nicht entsprochen, da sich der Vorhabenstandort außerhalb von Allgemeinen Siedlungsbereichen (ASB) befindet. Hier ist eine Anpassung des Regionalplans notwendig. Im aktuellen Entwurf der Fortschreibung des Regionalplans wird die Fläche bereits als ASB dargestellt. ▪ Aus GMA-Sicht greift die Ausnahmeregelung von Ziel 6.5.-2. ▪ Das Vorhaben entspricht dem Beeinträchtigungsverbot gemäß Ziel 6.5.-3. ▪ Die Prüfung der Grundsätze 6.5.-4, 6.5.-6 und 6.5.-9 sowie der Ziele 6.5.-5, 6.5.-7 und 6.5.-8 entfällt. ▪ Die Aufstellung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplans ist unter der Voraussetzung, dass es im Hinblick auf Ziel 6.5-1 zu einer Änderung des Regionalplans kommt, in dem projektierten Sachverhalt zulässig. Ziel 6.5-10 wird so dann eingehalten.
Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Plettenberg	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Im Rahmen vorliegender Analyse konnte festgestellt werden, dass die Erweiterung des Aldi Nord-Marktes weder städtebauliche noch versorgungsstrukturelle Auswirkungen in Plettenberg oder im Umland zur Folge hätte. Demnach entspricht das Erweiterungsvorhaben den Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Plettenberg.

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

Fazit

- Der Standort Aldi Nord, Herscheider Straße erfüllt eine wichtige Nahversorgungsfunktion. Mit einer Erweiterung der Verkaufsfläche auf ca. 1.050 m² gehen keine negativen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen einher.

Verzeichnisse

	Seite
Fotoverzeichnis	
Foto 1: Erweiterungstandort aus südlicher Richtung	15
Foto 2: Erweiterungstandort aus nordöstlicher Richtung	15
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage von Plettenberg und zentralörtliche Struktur	10
Karte 2: Mikrostandort Herscheider Straße	16
Karte 3: Einzugsgebiet des Planvorhabens und wesentliche projektrelevante Anbieter	18
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Typische Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten	13
Tabelle 2: Umsatzprognose für den projektierten Aldi Lebensmitteldiscounter mit rd. 1.050 m ² VK	21
Tabelle 3: Prognose der Umsatzumverteilungen bei Nahrungs- und Genussmitteln durch das Erweiterungsvorhaben	23