

nennen (SB-Warenhaus HIT und Verbrauchermarkt Kaufland in Gummersbach, sowie SB-Warenhaus Toom in Bergneustadt). Dies wiederum hat zur Folge, dass es bei einzelnen Wettbewerbern außerhalb von Reichshof nur zu marginalen Umsatzverlusten kommen wird. Aufgrund der äußerst geringen absoluten Größe der Umverteilungseffekte sind diese auf einzelbetrieblichem Niveau unterhalb der Nachweisbarkeitsschwelle. Aus Gutachtersicht ist eine existenzielle Gefährdungen einzelner Betriebe grundsätzlich auszuschließen.

Die Umsatzumlenkung bei sonstigen Betrieben mit Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben ist als marginal zu betrachten.

Auch bei Anbietern mit Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben außerhalb der Gemeinde Reichshof werden demnach nur sehr geringe absolute bzw. relative Umsatzumlenkungen ausgelöst.

Abbildung 10 Umverteilungseffekte der geplanten LIDL-Erweiterung

Standort / Lage	derzeitiger Umsatz (Nahversorgung)*	Umsatzverlagerung im nahversorgungsrelevanten Sortiment	
	in Mio. €	in Mio. €	in %
Gemeinde Reichshof** , davon	9,7	0,4	4%
■ Ortsmitten Denklingen, Eckenhagen und Wildbergerhütte	6,1	0,2	3%
■ an sonstigen Standorten	3,6	0,2	5%
diffuse Umverteilung	--	0,1	--
Summe	--	0,5	--

* derzeitiger Umsatz der strukturprägenden Wettbewerber im nahversorgungsrelevanten Sortiment

** Umsatz ohne erweiterungswilligen LIDL-Markt in Reichshof-Eckenhagen

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen (2012), Rundungsdifferenzen möglich.

6.3 Auswirkungen des Planvorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung

Für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden oder die Nahversorgung in Wohngebieten gefährdet wird. Diese negativen Effekte sind zu unterstellen, wenn infolge der geplanten LIDL-Erweiterung solche Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können.

Die BBE Handelsberatung GmbH vertritt die gutachterliche Einschätzung, dass durch die geplante Erweiterung des LIDL-Lebensmittel-Discountmarktes am Standort Reichshof-Eckenhangen „In der Mähbach 2“ keine nachteiligen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung in der Gemeinde Reichshof sowie in umliegenden Städten und Gemeinden zu erwarten sind.

Folgende Gründe sprechen zusammenfassend für diese Einschätzung:

- Es ist zu erwarten, dass die Erweiterung der Verkaufsfläche um rd. 200 m² gegenüber dem Ist-Zustand von den Kunden nur bedingt wahrgenommen werden dürfte, so dass eine Erhöhung der Kundenfrequenzen nur in sehr begrenztem Umfang zu erwarten ist.
- Die Verkaufsflächenerweiterung wird zu einer insgesamt nur relativ geringen Erhöhung der Umsatzleistung des LIDL-Discountmarktes in Höhe von max. 0,6 Mio. € führen.
- Auf den Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente dürfte mit rd. 0,5 Mio. € der größte Umsatzanteil entfallen. Dieser resultiert aus einer intensivierten Abschöpfung im Einzugsgebiet. Der Bereich der sonstigen Nonfood-Sortimente dürfte einen Umsatzzuwachs von rd. 0,1 Mio. € aufweisen.
- Die zu erwartende geringe Umsatzsteigerung des LIDL-Discountmarktes zeigt, dass die Erweiterung nicht der Ausweitung des Angebotes dient, z. B. durch Aufnahme neuer Sortimente, sondern dass mit der Vergrößerung der Verkaufsfläche insbesondere eine Optimierung der internen Logistikabläufe sowie eine großzügigere Warenpräsentation angestrebt werden. Es handelt sich damit um eine bestandssichernde Maßnahme.
- Die zu prognostizierenden Umsatzzumlenkungen sind insgesamt als äußerst gering zu bewerten und bewegen sich im Rahmen üblicher Wettbewerbswirkungen. Am stärksten wird voraussichtlich der Discountmarkt in Reichshof-Wildbergerhütte betroffen sein. Ebenfalls ist gegenüber den in Wildbergerhütte und Denklingen ansässigen Lebensmittelsupermärkten von geringen Umverteilungseffekten auszugehen. Die wirtschaftliche Tragfähigkeit der hier ansässigen Wettbewerber wird nicht infrage gestellt. Die Umsatzverluste gegenüber den Anbietern in den zentralen Versorgungsbereichen der Gemeinde Reichshof werden sich

damit auf einem Niveau bewegen, bei dem die dort jeweils ansässigen Betriebe nicht in ihrer Existenz gefährdet werden.

- Auch die Entwicklungsfähigkeit der zentralen Versorgungszentren und der wohnortnahen Versorgung wird nicht eingeschränkt.
- Negative städtebauliche Auswirkungen auf die wohnungsnahen Versorgungsstrukturen können aufgrund der Höhe der Umverteilung sowie der räumlichen Strukturen somit ebenfalls ausgeschlossen werden.
- Aufgrund der Dimensionierung des Untersuchungsobjektes sind übergemeindliche Auswirkungen für zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung in Nachbarkommunen ebenfalls nicht zu erwarten.
- Für die sonstigen Sortimente / Non-Food-Sortimente, bei denen eine Umsatzsteigerung von rd. 0,1 Mio. € zu erwarten ist, ist davon auszugehen, dass die entsprechende Kaufkraft derzeitig bereits überwiegend von größeren Lebensmittelmärkten in deren Randsortiment gebunden wird. Somit kann unterstellt werden, dass die hierdurch hervorgerufenen Umsatzverlagerungen in erster Linie die im Untersuchungsgebiet ansässigen strukturprägenden Lebensmittelmärkte betreffen werden. Sonstige Einzelhandelsbetriebe wären dagegen nur in einem sehr geringen Maß durch Umsatzumverteilungseffekte tangiert, so dass die wirtschaftliche Tragfähigkeit der Betriebe nicht gefährdet wird.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass aufgrund der Höhe der prognostizierten Umverteilungseffekte keine Gefährdung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit der im Untersuchungsraum ansässigen Wettbewerber zu erwarten ist. Aufgrund der zu erwartenden vergleichsweise geringen zusätzlichen Kaufkraftabschöpfung wird mit der projektierten Erweiterung des Lebensmittel-Discountmarktes auch die Entwicklungsfähigkeit der Versorgungszentren in Reichshof und im Umland nicht wesentlich eingeschränkt.

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

7 Fazit

- Die Fa. LIDL plant, die in der Gemeinde Reichshof, Ortsteil Eckenhagen „In der Mähbach 2“ gelegene Bestandsfiliale neu aufzustellen. Im Zuge der geplanten Modernisierung und Neuaufstellung soll die derzeitige genehmigte Verkaufsfläche von rd. 800 m² um rd. 200 m² auf insgesamt rd. 1.000 m² vergrößert werden.
- Die Gemeinde Reichshof verfügt nicht über ein Einzelhandelskonzept. Zentrale Versorgungsbereiche sind bislang nicht abgegrenzt. Der LIDL-Markt ist am Rand der als Zentraler Versorgungsbereich zu definierenden Ortsmitte von Eckenhagen ansässig. Es ist beabsichtigt, den Standort unter Berücksichtigung der geplanten Erweiterung bauleitplanerisch zu ordnen und als SO-Gebiet für großflächigen Einzelhandel mit der Festsetzung „Einzelhandel/Nahversorgung“ gemäß § 11 BauNVO auszuweisen. Mit der Beschränkung auf nahversorgungsrelevante Sortimente wird die Ansiedlung von weiteren Fachmärkten mit zentrenrelevanten Sortimenten, wie z. B. Schuhe oder Bekleidung, ausgeschlossen. Zentrenrelevante Sortimente sind demnach nur in beschränktem Umfang als Randsortiment / Aktionswaren zulässig.
- Das Einzugsgebiet des Planvorhabens – bestehend aus einem Kern- und einem erweiterten Einzugsgebiet - umfasst insgesamt einen Großteil des Gemeindegebiets von Reichshof. Im Einzugsgebiet leben insgesamt rd. 14.500 Einwohner, die über ein Nachfragevolumen in den relevanten Sortimentsgruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren von rd. 32,6 Mio. EUR verfügen. Mit einer Ausdehnung des Einzugsgebietes wird infolge der Neuaufstellung des LIDL-Marktes von Seiten der Gutachter nicht gerechnet. Somit wird auch der erweiterte Lebensmittel-Discounter vornehmlich (Nah-) Versorgungsfunktion für die Bevölkerung der Gemeinde Reichshof übernehmen.
- Gemäß den Prognoseberechnungen erreicht das Gesamtvorhaben eine jährliche Umsatzleistung von insgesamt rd. 5,0 Mio. EUR.
Auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) entfällt ein Anteil von rd. 4,5 Mio. EUR. Für das Erweiterungsvorhaben wird eine jährliche Umsatzerwartung von rd. 0,5 Mio. EUR prognostiziert. Auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente entfallen bei der Erweiterung rd. 0,5 Mio. EUR und auf Nonfood-Sortimente rd. 0,1 Mio. EUR. Bei den Nonfood-Sortimenten handelt es sich vornehmlich um die wöchentlich wechselnden Aktionswaren.
- Für den Lebensmittel-Discountmarkt ist nach der Erweiterung davon auszugehen, dass etwa 91 % des nahversorgungsrelevanten Umsatzes (rd. 4,1 Mio. €) mit Kunden aus dem Einzugsgebiet erzielt werden, lediglich ca. 9 % des Umsatzes (rd. 0,4 Mio. €) werden von außerhalb der Gemeinde Reichshof als Streuumsätze zufließen.

- Der prognostizierte Umsatz wird in erster Linie zu Lasten systemgleicher Wettbewerber (Lebensmittel-Discountmärkte) umverteilt. Es lässt sich festhalten, dass durch die Realisierung des Planvorhabens keine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der wohnungsnahen Versorgung ausgelöst wird. Auch ist aufgrund des vergleichsweise geringen Kaufkraftzuflusses von außerhalb der Gemeinde Reichshof nicht davon auszugehen, dass hier die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche oder der wohnungsnahen Versorgung beeinträchtigt wird und die Zutrittschancen von Betrieben gleicher Marktausrichtung durch das Planvorhaben in Nachbargemeinden eingeschränkt werden.
- **Abschließend lässt sich festhalten, dass im Realisierungsfall der Erweiterung des LIDL-Lebensmittel-Discountmarktes in Reichshof die prognostizierten Umsatzverlagerungen nur so geringe Größenordnungen erreichen, dass nicht mehr als unwesentliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde Reichshof oder in Nachbarkommunen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind.**
- **Ebenso wären Auswirkungen auf die wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich für den Erweiterungsfall auszuschließen.**

Köln, im Januar 2012

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Franz J.W. Hrabak

ANHANG

Definitionen verschiedener Lebensmittel-Vertriebsformen:

Lebensmittel-Discountmarkt

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

SB-Markt

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

Supermarkt

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

Verbrauchermarkt

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

SB-Warenhaus

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

- - -

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

- - -