



Auswirkungsanalyse zur geplanten Erweiterung eines Netto Lebensmitteldiscounters in

LÜDINGHAUSEN, Olfener Straße

Auftraggeber: B.T. Tenberge GmbH & Co KG

Projektleitung: Monika Kollmar, Dipl.-Geogr.

Projektbearbeitung: Christoph Mathia, Dipl.-Geogr.

Köln, Juni 2013



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Büros in Dresden, Hamburg, Köln, München
Geschäftsführer: Dr. Manfred Bauer, Dr. Stefan Holl
50679 Köln, Siegburger Straße 215
Telefon: 0221 – 989438-0 Telefax: 0221 – 989438-19
Email: office.koeln@gma.biz Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Im Mai 2013 beauftragte die B.T. Tenberge GmbH & Co. KG die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, mit der Erstellung einer Auswirkungsanalyse zur geplanten Erweiterung eines Lebensmitteldiscounters in Lüdinghausen, Olfener Straße. Am Vorhabenstandort ist derzeit ein Netto-Markt mit einer Verkaufsfläche von 791 m² ansässig, welcher auf 1.000 m² Verkaufsfläche erweitert werden soll.

Für die Bearbeitung vorliegender Auswirkungsanalyse standen der GMA u. a. Daten und Informationen des Statistischen Bundesamtes, des Landesbetriebs für Information und Technik Nordrhein-Westfalen sowie der Stadt Lüdinghausen zur Verfügung. Eine aktuelle Vor-Ort-Erhebung der relevanten Wettbewerbssituation wurde vereinbarungsgemäß nicht durchgeführt. Für vorliegende Untersuchung konnte auf GMA-Daten aus dem Jahr 2010 zurückgegriffen werden, welche durch die Stadt Lüdinghausen mit dem gegenwärtigen Bestand abgeglichen wurden. Im Juni 2013 erfolgte eine Begutachtung des Planstandortes.

Die vorliegende Untersuchung zeigt die möglichen wirtschaftlichen, städtebaulichen und raumordnerischen Folgen der geplanten Einzelhandelsnutzung auf und dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung der am Planungsprozess Beteiligten. Die GMA verpflichtet sich, die ihr im Zusammenhang mit der Erarbeitung des Berichtes zugeleiteten Daten und Informationen ebenso vertraulich zu behandeln wie die Aussagen und Ergebnisse des Berichtes.

Vorliegendes Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sofern nicht anders mit dem Auftraggeber vereinbart, ist eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.

G M A

Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, im Juni 2013
MAC / KO-aw

INHALTSVERZEICHNIS

Seite

Vorbemerkung

I. Aufgabenstellung, Rechtsrahmen und Angaben zum Planobjekt	1
1. Aufgabenstellung	1
2. Rechtliche und planerische Grundlagen	2
2.1 Regelungen der BauNVO	2
2.2 Landesplanung	2
2.3 Einzelhandelskonzept der Stadt Lüdinghausen	5
3. Betriebstypendefinition und ausgewählte Marktdaten	5
4. Daten zur Projektplanung	6
II. Standortbeschreibung und Standortbewertung	8
1. Makrostandort Lüdinghausen	8
2. Mikrostandort Olfener Straße	9
III. Projektrelevante Angebots- und Nachfragesituation	12
1. Einzugsgebiet und Bevölkerung	12
3. Projektrelevante Kaufkraft	14
4. Untersuchungsrelevante Angebotssituation	15
5. Bewertung der Angebotssituation	16
IV. Beurteilung des Vorhabens	18
1. Methodischer Ansatz	18
2. Marktanteilkonzept und Umsatzerwartung	18
3. Voraussichtliche Kaufkraftbewegungen	20
4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO	22
5. Vereinbarkeit mit den landesplanerischen Vorgaben	23
6. Vereinbarkeit mit den Aussagen der Einzelhandelskonzeptes der Stadt Lüdinghausen	25
7. Abschließende Bewertung der Versorgungsfunktion des erweiterten Netto-Marktes	26
Verzeichnisse	28

I. Aufgabenstellung, Rechtsrahmen und Angaben zum Planobjekt

1. Aufgabenstellung

In der Stadt Lüdinghausen ist derzeit an der Olfener Straße der Lebensmitteldiscountmarkt Netto ansässig. Nach Angaben des Auftraggebers ist eine Verkaufsflächenerweiterung von derzeit rd. 790 m² auf 1.000 m² vorgesehen. Damit ist das Vorhaben als großflächiger Einzelhandelsbetrieb einzustufen.¹

Die Aufgabe der vorliegenden Untersuchung ist es, die möglichen Auswirkungen im Zusammenhang mit der geplanten Erweiterung des Marktes zu analysieren. Insbesondere ist zu untersuchen, welche Umsatzumverteilungen durch das Planvorhaben auf die Betriebe in den zentralen Versorgungsbereichen sowie auf die Nahversorgungsstruktur der Stadt Lüdinghausen und des Umlandes ausgelöst werden können und welche versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen hieraus ggf. resultieren. Die Untersuchung wird vor dem Hintergrund der Vorschriften des BauGB und der BauNVO in Verbindung mit den entsprechenden Regelungen der Landes- und Regionalplanung Nordrhein-Westfalen erstellt.

Die Analyse beinhaltet folgende Untersuchungsschritte:

- Darstellung der relevanten Rechtsvorschriften zur Bewertung von Einzelhandelsvorhaben in Nordrhein-Westfalen
- Darstellung und Bewertung des Makrostandortes Lüdinghausen und des Mikrostandortes Olfener Straße
- Abgrenzung des projektrelevanten Einzugsgebiets sowie Berechnung des sortimentspezifischen Kaufkraftpotenzials
- Darstellung und Bewertung der wesentlichen Wettbewerber im Umfeld
- Analyse und Bewertung der möglichen wirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens.

¹ Gemäß Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichtes beginnt die Großflächigkeit eines Einzelhandelsbetriebes bei 800 m² Verkaufsfläche (vgl. u. a. BVerwG 4 C 3.05 und 4 C 10.04 vom 24.11.2005).

2. Rechtliche und planerische Grundlagen

2.1 Regelungen der BauNVO

Nach § 11 Abs. 3 BauNVO ist für Neuansiedlungen großflächigen Einzelhandels (ab 1.200 m² Geschossfläche bzw. ca. 800 m² Verkaufsfläche^{1, 2}) die Ausweisung eines Kern- oder entsprechenden Sondergebietes erforderlich. Im Rahmen des erforderlichen Bauleitplanverfahrens ist zu belegen, dass dabei keine raumordnerischen oder städtebaulichen Auswirkungen wie Schädigungen der Umwelt, der infrastrukturellen Ausstattung, des Verkehrs, der Versorgung der Bevölkerung, der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, des Orts- und Landschaftsbildes oder des Naturhaushaltes eintreten können.

2.2 Landesplanung

Bei Einzelhandelsansiedlungen waren bislang die Vorgaben des **Landesentwicklungsprogramms Nordrhein-Westfalen** (LEPro) in der Fassung vom 19.06.2007 zu berücksichtigen. Das LEPro ist allerdings zum 31.12.2011 vollständig **außer Kraft** getreten, so dass in NRW in einer Übergangsphase kein gesetzliches Regelwerk zum Umgang mit großflächigem Einzelhandel existierte.

Aktuell liegt ein Entwurf des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen, Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel vor. Diesen Planentwurf hat das Landeskabinett am 17. April 2012 beschlossen. Er legt in Kapitel 3 „Festlegungen und Erläuterungen zum großflächigen Einzelhandel“ sechs Ziele und drei Grundsätze zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels dar. Da es sich bei dem Sachlichen Teilplan Großflächiger Einzel-

¹ Gemäß aktueller Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichtes beginnt die Großflächigkeit eines Einzelhandelsbetriebes bei 800 m² Verkaufsfläche (vgl. u. a. BVerwG 4 C 3.05 und 4 C 10.04 vom 24.11.2005).

² Verkaufsfläche wird in dieser Analyse wie folgt definiert: „Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Käse-, Fleisch- und Wursttheken), Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche auch Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum sowie Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc. (vgl. hierzu auch BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005).

handel um einen Entwurf handelt, sind die hier genannten Ziele der Raumordnung als in Aufstellung befindliche Ziele zu behandeln. Am 04.06.2013 wurde ein überarbeiteter Entwurf der Landesregierung zum LEP NRW vorgelegt. Die Aussagen dieser aktuellsten Fassung sind nachfolgend dargestellt.

„1 Ziel Standorte 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.

2 Ziel Zentrenrelevante Kernsortimente: Standorte 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.

3 Ziel Beeinträchtungsverbot

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.

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.

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 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.

7 Ziel Überplanung von vorhandenen Standorten

Abweichend von den Festlegungen 1 bis 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.

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.

9 Grundsatz Regionale Einzelhandelskonzepte

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

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

2.3 Einzelhandelskonzept der Stadt Lüdinghausen

Über die dargestellten rechtlichen Vorgaben hinaus sind die relevanten Aussagen des Einzelhandelskonzeptes¹ der Stadt Lüdinghausen aus dem Jahr 2011 zu berücksichtigen. In der Steuerung und Ausrichtung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung im Rahmen künftiger Bauleitplanungen sowie in der Genehmigung von Ansiedlungsvorhaben sollen die Aussagen dieses städtebaulichen Entwicklungskonzeptes der Stadt Lüdinghausen Berücksichtigung finden.

3. Betriebstypendefinition und ausgewählte Marktdaten

Zur Einordnung des Vorhabens sowie zur Abgrenzung gegenüber den sonstigen im Umfeld vertretenen Betriebsformen werden nachfolgend ausgewählte Definitionen für verschiedene Vertriebskonzepte des Lebensmitteleinzelhandels wiedergegeben.²

Im **Lebensmitteleinzelhandel** wird u. a. zwischen den Betriebstypen Lebensmitteldiscounter, Supermarkt und großer Supermarkt unterschieden.

„Ein **großer Supermarkt** ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 qm, das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I und Nonfood II-Artikel führt.“

„Ein **Supermarkt** ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 qm, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.“

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

„Unter dem Begriff **Food** werden Lebensmittel sowie Getränke verstanden. (...) [Dazu gehören] folgende Warenbereiche: Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost sowie Trockensortiment.“

„**Nonfood** umfasst Waren, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. (...) [Es] wird zwischen Nonfood I (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung) und Nonfood II (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.) unterschieden.“

¹ GMA, Gutachten zum kommunalen Einzelhandelskonzept für die Stadt Lüdinghausen, Mai 2011

² Quelle: EHI, Köln, 2012.

Die Betriebstypen unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentstruktur. Dies wird v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich. Während ein Supermarkt im Schnitt ca. 10.100 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt mehr als das Doppelte an Produkten an. Lebensmitteldiscountmärkte halten dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.000 Artikel vor. Hinzu kommen meist wöchentlich wechselnde Randsortimente (sog. „Aktionsware“), d. h. diese Sortimente werden nicht kontinuierlich geführt. Bei der Aktionsware handelt es sich überwiegend um Angebote aus dem Nichtlebensmittel-Sektor mit einem Schwerpunkt bei Bekleidung, Haushaltswaren und Elektrowaren. Letztlich ist die Artikelzusammensetzung jedoch äußerst heterogen. Bei allen drei Betriebstypen liegt der Schwerpunkt auf Waren des kurzfristigen Bedarfs.

Ordnet man den projektrelevanten Lebensmittelmarkt in Lüdinghausen in die aufgezeigten Vertriebskonzepte sowie die aktuellen Marktentwicklungen im Nahrungs- und Genussmittelsektor ein, so ist Folgendes festzuhalten:

- Per Definition ist der zu erweiternde Netto-Markt als „Discountmarkt“ einzustufen.
- Im Discountsegment werden für Neubauten mittlerweile Verkaufsflächen zwischen 800 und 1.300 m² seitens der Betreiber als marktgerecht angesehen. Der Discounter liegt mit einer aktuellen Verkaufsfläche von ca. 800 m² an der unteren Grenze der derzeit üblicherweise angestrebten Größenordnung.

4. Daten zur Projektplanung

Gegenwärtig ist in der Stadt Lüdinghausen an der Olfener Straße ein Netto Lebensmittel-discountmarkt mit rd. 790 m² VK ansässig. Davon entfällt der ganz überwiegende Verkaufsflächenanteil auf das **Nahrungs- und Genussmittelsegment**. In deutlich untergeordneter Form sind weitere nennenswerte Verkaufsflächenanteile dem Sortiment **Drogeriewaren** und den sog. **Aktionswaren** zuzuordnen. Dabei handelt es sich um ein wöchentlich wechselndes Angebot, welches verschiedene Sortimente (u. a. Lebensmittel, Bekleidung, Haushaltswaren, Sportartikel, Elektrogeräte) umfasst. Zukünftig soll der Markt auf 1.000 m² VK erweitert werden. Es ist darauf hinzuweisen dass der Betreiber Netto

üblicherweise auf einem Verkaufsflächenanteil von unter 3 %¹ Aktionswaren anbietet und damit deutlich unterhalb des Flächenanteils der Discounter Aldi oder Lidl (etwa 10 - 15 %²) liegt. Der Ausbau des Marktes in der dargestellten Größenordnung dient in aller Regel der Verbesserung der Warenpräsentation (breitere Gänge, niedrigere Regale) sowie der Erleichterung interner logistischer Abläufe. Eine Ausweitung der Sortimentstiefe und -breite ist nicht vorgesehen.

¹ Angabe Firma Netto

² GMA-Erhebungen

II. Standortbeschreibung und Standortbewertung

1. Makrostandort Lüdinghausen

Die im Münsterland gelegene Stadt Lüdinghausen (Landkreis Coesfeld) nimmt nach dem Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen die Funktion eines Mittelzentrums wahr.

Die nächst gelegenen Oberzentren Münster und Dortmund befinden sich rd. 30 km nördlich bzw. südlich der Stadt Lüdinghausen. Die Städte Coesfeld (Mittelzentrum) als Kreisstadt des gleichnamigen Landkreises liegt ca. 30 km nordwestlich von Lüdinghausen. Das nächstgelegene Mittelzentrum Dülmen liegt mit seinem Kernort rd. 15 km nordwestlich der Stadt Lüdinghausen.

Die verkehrliche Erreichbarkeit der Stadt Lüdinghausen ist im Wesentlichen geprägt durch die Lage an der Schnittstelle der regional bedeutsamen Bundesstraßen B 235 und B 58. Die Bundesautobahn A 1 ist von Lüdinghausen über die nächst gelegene Anschlussstelle Ascheberg – rd. 14 km östlich vom Stadtzentrum – erreichbar. Darüber hinaus bestehen Anbindungen an die A 43 in nördliche und westliche Richtung sowie an die A 2 südlich des Stadtgebietes. An das Schienennetz der Deutschen Bahn AG ist die Stadt Lüdinghausen über den Bahnhof, welcher im Südwesten der Kernstadt liegt, angebunden.

Die Siedlungsstruktur Lüdinghausens ist geprägt durch eine vergleichsweise dicht bebaute Kernstadt mit teilweise städtebaulich historischen Strukturen und Gebäuden. Diese bildet zugleich den deutlichen Siedlungsschwerpunkt der Gesamtstadt. Die Siedlungsstruktur Lüdinghausens gliedert sich in zwei Ortsteile (Kernstadt und Ortsteil Seppenrade). Seppenrade befindet sich ca. 4 km westlich der Kernstadt und des Dortmund-Ems-Kanals.

In der Stadt Lüdinghausen leben derzeit ca. 24.040 Einwohner¹, die sich auf die Kernstadt Lüdinghausen und den Ortsteil Seppenrade verteilen. Mit einem Einwohneranteil von ca. 73 % bildet dabei die Kernstadt (ca. 17.560 Einwohner) den deutlichen Siedlungsschwerpunkt. Der Ortsteil Seppenrade weist einen Einwohneranteil von ca. 27 % (rd. 6.480 Einwohner) auf.

¹ Quelle: Statistischer Jahresbericht 2011, Stadt Lüdinghausen, Stand: 31.12.2011

2. Mikrostandort Olfener Straße

Der Standort des projektierten Netto Lebensmitteldiscountmarktes befindet sich in siedlungsräumlich integrierter Lage an der Olfener Straße (Einmündung Ahornweg) im Westen der Kernstadt Lüdinghausens. Das Gebäude des Netto-Marktes befindet sich in rückversetzter Lage zur Olfener Straße.

Die Stellplätze sind dem Gebäude vorgelagert. Im Gebäude ist eine Bäckerei (Bäckerei Hosselmann) integriert, die über einen separaten Eingang verfügt.

Das unmittelbare Standortumfeld des projektierten Netto-Marktes wird überwiegend durch Wohnnutzungen geprägt. Im nördlichen Bereich der Olfener Straße zwischen den Einmündungen Ahornweg und Telgengarten sind zudem mehrere Dienstleistungs- und Gastronomieangebote vorhanden (u. a. China-Restaurant, Nagelstudio, Versicherungsagentur, Imbiss).

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:

- + gute Verkehrsanbindung und Einsehbarkeit
- + siedlungsräumlich integrierte Standortlage, erfüllt Nahversorgungsfunktion
- + Erweiterung eines bereits eingeführten Einzelhandelsstandortes
- + Anbindung an das ÖPNV-Netz (Haltestelle Olfener Straße)

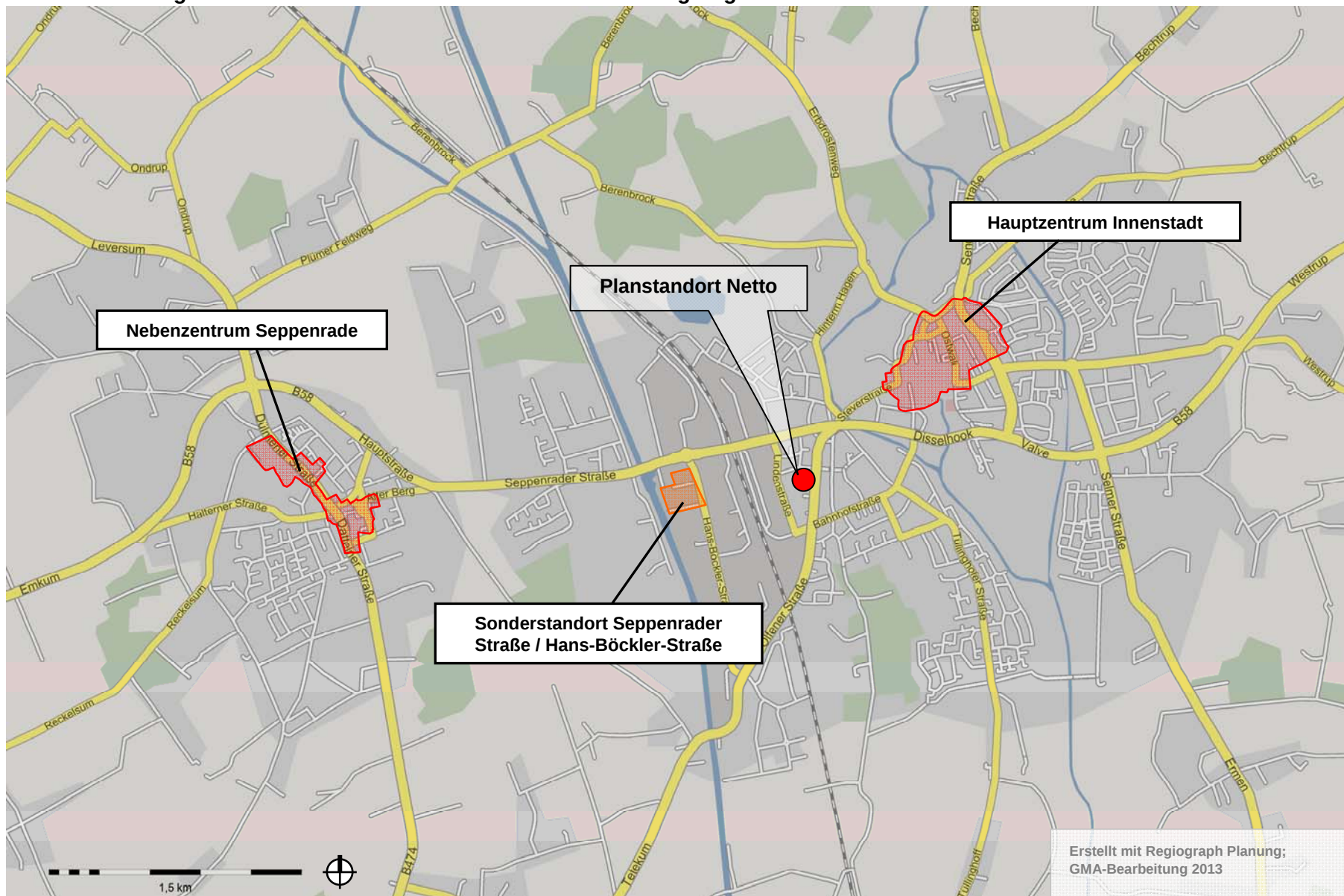
Negative Standortfaktoren:

- Lage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches.

Aus **betrieblicher Sicht** ist der Standort gut für den Betrieb eines Lebensdiscounters geeignet. Insbesondere die verkehrliche Erreichbarkeit sowie die gute Einsehbarkeit sind positiv zu bewerten.

Unter **städtebaulichen Gesichtspunkten** ist anzuführen, dass sich der Planstandort außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches befindet. Das Erweiterungsobjekt ist jedoch als siedlungsräumlich integriert zu bezeichnen und erfüllt für die umliegenden Wohngebiete wichtige Nahversorgungsfunktion.

Karte 1: Lage des Planstandortes im Einzelhandelsstandortgefüge



III. Projektrelevante Angebots- und Nachfragesituation

1. Einzugsgebiet und Bevölkerung

Das erschließbare Bevölkerungs- bzw. Kaufkraftpotenzial für einen Einzelhandelsstandort stellt einen wesentlichen Faktor für die wirtschaftliche Tragfähigkeit von Einzelhandelsbetrieben dar. 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 innerhalb des Stadtgebietes sowie verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes
- siedlungsstrukturelle Gegebenheiten im Untersuchungsgebiet
- projektrelevante Wettbewerbssituation im Umfeld
- aufgrund der Dimensionierung zu erwartende Anziehungskraft des erweiterten Netto-Marktes
- ausgewählte Zeit- und Distanzwerte

Unter Berücksichtigung der angeführten Kriterien umfasst das projektrelevante Einzugsgebiet im Wesentlichen den westlichen und südlichen Siedlungsbereich der Kernstadt Lüdinghausen (vgl. Karte 2):

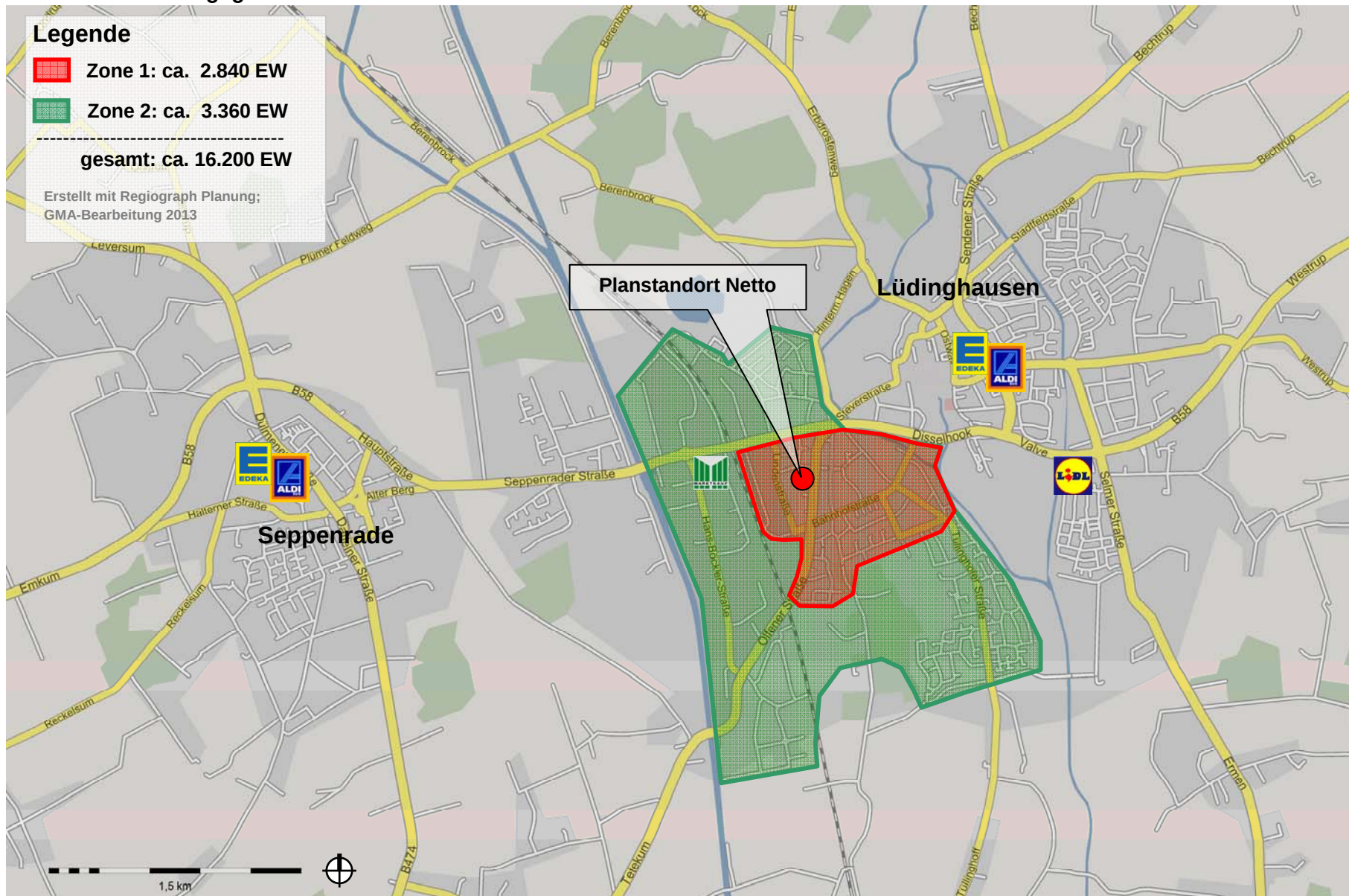
Zone I Nahbereich zwischen Industriestraße (Westen),
Seppenrader Straße (Norden), Am Feldbrand
(Süden), Disselhook / Wolfsberger Straße (Osten) ca. 2.840 Einwohner

Zone II	Bereiche Tüllinghoff, Wohngebiet westlich Hinterm Hagen, Gewerbegebiet Hans-Böckler-Straße	ca. 3.360 Einwohner
----------------	--	---------------------

Zonen I – II insgesamt	ca. 6.200 Einwohner ¹
------------------------	----------------------------------

¹ Quelle Einwohnerzahlen: Stadt Lüdinghausen, Stand: 20.06.2013.

Karte 2: Einzugsgebiet des Planvorhabens und wesentliche Wettbewerber



Insgesamt leben im Einzugsgebiet des projektierten Netto Lebensmitteldiscountmarktes ca. 6.200 Einwohner, davon rd. 46 % (ca. 2.840 Einwohner) in Zone I des betrieblichen Einzugsgebietes, welches sich auf den Nahbereich des Vorhabenstandortes bezieht. Die unmittelbar an diesen Bereich angrenzenden Siedlungsbereiche (Tüllinghoff, Wohngebiet westlich Hinterm Hagen, Gewerbegebiet Hans-Böckler-Straße) sind aufgrund der räumlichen Nähe sowie der Versorgungsfunktion des Planvorhabens für diese Bereiche der Zone II des Einzugsgebietes zuzurechnen. Im erweiterten Einzugsgebiet (Zone II) leben ca. rd. 54 % (ca. 3.360 Einwohner).

Eine weitere Ausdehnung des Einzugsgebietes des projektierten Marktes ist infolge der Gesamtattraktivität des Planstandortes, der verkehrlichen und siedlungsräumlichen Gegebenheiten sowie Wettbewerbsüberschneidungen mit weiteren Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet nicht zu erwarten.

Darüber hinaus ist auch mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes (z. B. Pendler) zu rechnen. Diese werden nachfolgend in Form sog. Streuumsätze berücksichtigt.

3. Projektrelevante Kaufkraft

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk pro Kopf der Wohnbevölkerung **ca. € 5.242.**

Unterteilt man den gesamten Bedarfsgüterbereich in die Nahrungs- und Genussmittel einerseits und in die Nichtlebensmittel andererseits, dann betragen die Pro-Kopf-Ausgaben für

- | | |
|------------------------------|--------------|
| ▪ Nahrungs- und Genussmittel | ca. € 1.870 |
| ▪ Nichtlebensmittel | ca. € 3.372. |

Aufgrund des Betriebstyps (Lebensmitteldiscounter) ist für die vorliegende Untersuchung vorrangig das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel relevant.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten sind zur Berechnung der Kaufkraft die regionalen Kaufkraftkoeffizienten zu berücksichtigen.¹

Unter Zugrundelegung der aktuellen Einwohnerwerte und des Kaufkraftniveaus errechnet sich ein jährliches projektrelevantes Einzelhandelskaufkraftvolumen im abgegrenzten Einzugsgebiet im Nahrungs- und Genussmittelsektor von insgesamt **ca. 11,8 Mio. €**.

Dieses verteilt sich wie folgt auf die beiden Zonen des Einzugsgebietes:

- Zone I ca. 5,4 Mio. €
- Zone II: ca. 6,4 Mio. €

4. Untersuchungsrelevante Angebotssituation

Zur Bewertung der Wettbewerbssituation erfolgte vereinbarungsgemäß keine aktuelle Bestandserhebung des untersuchungsrelevanten Einzelhandels im Einzugsgebiet sowie im Untersuchungsraum.² Vielmehr konnte auf GMA-Daten aus dem Jahr 2010 zurückgegriffen werden, welche durch die Stadt Lüdinghausen mit dem aktuellen Bestand abgeglichen wurden.

Im Folgenden wird der relevante Wettbewerb im Bereich Nahrungs- und Genussmittel dargestellt.

Innerhalb des Einzugsgebietes (Zone I und II) befindet sich mit dem Marktkauf Verbrauchermarkt an der Hans-Böckler-Straße der einzige untersuchungsrelevante Wettbewerber mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 3.350 m², davon ca. 1.870 m² im Segment Nahrungs- und Genussmittel.

¹ Verwendung regionaler Kaufkraftkennziffern von MB Research 2012. Für die Stadt Lüdinghausen liegt der Kaufkraftkoeffizient bei 101,9 (Bundesdurchschnitt 100,0).

² Untersuchungsraum = übriges Stadtgebiet von Lüdinghausen außerhalb des betrieblichen Einzugsgebietes (Zone I und II).

Außerhalb des betrieblichen Einzugsgebietes sind darüber hinaus drei weitere Lebensmitteldiscounter sowie ein Lebensmittelvollsortimenter im Lüdinghauser Stadtgebiet vorhanden. Die Anbieter Edeka Wiewel und Aldi befinden sich rd. 2 km (Fahrstrecke) nordöstlich des projektierten Netto-Marktes innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Lüdinghausen. Am Standort Valve, welcher sich in knapp 2 km östlicher Distanz zum Vorhabenstandort im Osten des Lüdinghauser Siedlungsbereiches befindet, ist mit dem Anbieter Lidl ein weiterer Lebensmitteldiscountmarkt vorhanden. Die genannten Anbieter weisen eine untersuchungsrelevante Verkaufsfläche im Nahrungs- und Genussmittelsegment von insgesamt rd. 3.060 m² mit einer geschätzten Umsatzleistung in Höhe von rd. 14,0 – 14,1 Mio. € auf. Darüber hinaus ist auf die beiden Lebensmittelanbieter Aldi und Edeka innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Nebenzentrum Seppenrade hinzuweisen. Dieser Standort, welcher überwiegend Versorgungsfunktionen für den Ortsteil Seppenrade selbst übernimmt, befindet sich rd. 3,5 km westlich des Vorhabenstandortes. Die beiden Märkte verfügen in der Summe über eine untersuchungsrelevante Verkaufsfläche im Nahrungs- und Genussmittelsegment von etwa 1.620 m² mit einer geschätzten Umsatzleistung von ca. 7,1 – 7,2 Mio. €.

5. Bewertung der Angebotssituation

Insgesamt ist festzuhalten, dass innerhalb des abgegrenzten Kerneinzugsgebietes (Zone I) aktuell kein untersuchungsrelevanter Wettbewerber zum projektierten Netto Lebensmitteldiscounter ansässig ist. Im erweiterten Einzugsgebiet (Zone II) ist mit dem Marktkauf Verbrauchermarkt der flächenmäßig größte Lebensmittelanbieter im Lüdinghauser Stadtgebiet vorhanden. Mit den Anbietern Edeka Wiewel, Aldi und Lidl sind drei weitere Lebensmittelmärkte in der Kernstadt Lüdinghausen ansässig. Im Stadtteil Seppenrade sind darüber hinaus zwei Lebensmittelmärkte (Edeka und Aldi) vorhanden.

Einen möglichen Ansatz zur Beurteilung eines Versorgungsstandortes stellt die sog. **Zentralitätskennziffer** dar. Bei der Zentralitätskennziffer wird die Kaufkraft im Untersuchungsgebiet mit dem Umsatz des Einzelhandels in Relation gebracht, Werte über 100 bedeuten, dass mehr Umsatz durch den Einzelhandel erzielt wird als Kaufkraft im Untersuchungsgebiet vorhanden ist. Demnach fließt Kaufkraft aus dem Umfeld zu. Folglich bedeuten Werte über 100 einen Bedeutungsüberschuss, während Werte unter 100 einen Kaufkraftabfluss signalisieren. Für den Bereich Nahrungs- und Genussmittel wurde im

Rahmen des Einzelhandelskonzeptes für die Gesamtstadt Lüdinghausen eine Zentralitätskennziffer von 109 ermittelt, so das im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** unter quantitativen Gesichtspunkten eine durchschnittliche Ausstattung festzustellen. Insgesamt verfügt die Stadt Lüdinghausen mit vier Lebensmitteldiscountmärkten (2 x Aldi, Lidl, Netto), zwei Lebensmittelsupermärkten (2 x Edeka) sowie dem Marktkauf Verbrauchermarkt über einen attraktiven Betriebstypenmix. Akuter Handlungsbedarf im Sinne der Ansiedlung zusätzlicher Lebensmittelanbieter innerhalb des Stadtgebietes wird gutachterlicherseits aktuell nicht gesehen.

Allerdings ist auf eine bestehende Versorgungslücke für Teile des südlichen Lüdinghauser Kernstadtgebietes (v. a. Wohngebiet Tüllinghoff) hinzuweisen. Für diese Lage stellt der projektierte Netto-Markt den nächstgelegenen Lebensmittelversorger dar.

IV. Beurteilung des Vorhabens

1. Methodischer Ansatz

Die zu erwartenden wirtschaftlichen, städtebaulichen und raumordnerischen 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. Marktanteilkonzept und Umsatzerwartung

Vor dem Hintergrund der in den vorangegangenen Kapiteln dargelegten Angebots- und Nachfragesituation sind für den erweiterten Netto-Markt die in Tabelle 1 dargestellten Marktanteile und Umsatzleistungen zu erwarten.

Im Nahrungs- und Genussmittelsektor kann für den erweiterten Netto-Markt mit Kunden aus dem Einzugsgebiet ein Umsatz von ca. 3,5 Mio. € prognostiziert werden. Dabei werden knapp 60 % des Umsatzes aus dem Einzugsgebiet in Zone I (= Nahbereich) generiert. Die restlichen 40 % stammen aus dem erweiterten Einzugsgebiet, wo der Netto-Markt aufgrund der z. T. geringen Einzelhandelsausstattung (v. a. Bereich Tüllinghoff) ebenfalls hohe Marktanteile erreicht. Inklusive den Streuumsätzen¹ (ca. 10 - 15 % = 0,5 Mio. €) und der Nichtlebensmittel-Sortimente (Umsatzanteil in Höhe von rd. 10 % = 0,4 –

¹ U. a. Pendlerverflechtungen und Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes (v. a. restliches Stadtgebiet Lüdinghausen). Für diese Kunden erfüllt der projektierte Markt allenfalls ergänzende Versorgungsfunktion.

0,5 Mio. €) beläuft sich die Umsatzerwartung für das Vorhaben auf insgesamt ca. 4,5 Mio. €.

Aus dem über das Marktanteilkonzept ermittelten Umsatz lässt sich unter Zugrundelegung der projektierten Verkaufsfläche von rd. 1.000 m² eine Flächenproduktivität für das Gesamtobjekt von rd. 4.500 € je m² Verkaufsfläche ermitteln.¹

Tabelle 1: Marktanteile und Umsatzerwartung des erweiterten Marktes

Daten	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €
Zone I	5,4	37 – 38	2,0 – 2,1
Zone II	6,4	23 – 24	1,5
Zonen I – II	11,8	29 – 30	3,5
Nichtlebensmittel-Umsatz (ca. 20 %)			0,4 – 0,5
Streuumsatz (ca. 10 – 15 %; Lebensmittel und Nichtlebensmittel)			0,5
Gesamt			4,5
GMA-Berechnungen 2013; ca.-Werte, gerundet			

Die Umsatzberechnung für das Erweiterungsvorhaben erfolgte unter der Modellannahme einer Neuansiedlung. Tatsächlich handelt es sich bei dem Planvorhaben jedoch um eine Verkaufsflächenerweiterung eines bereits bestehenden Netto-Marktes, womit nur der zusätzlich erwirtschaftete Umsatz tatsächlich wettbewerbswirksam wird.

Ermittelt man den Umsatzzuwachs unter Berücksichtigung der bisher getätigten Umsätze proportional zur Verkaufsflächenerweiterung, so errechnet sich modellhaft ein **zusätzlicher Umsatz** in Höhe von ca. 0,8 – 0,9 Mio. € im untersuchungsrelevanten Lebensmittel-segment.

Es ist darauf hinzuweisen, dass der ermittelte Zusatzumsatz einen theoretischen Wert darstellt. In der Handelswissenschaft ist unumstritten, dass mit steigender Verkaufsfläche die Umsatzleistung je m² Verkaufsfläche abnimmt und die Umsätze nicht proportional zur Verkaufsfläche steigen. Damit stellt der ermittelte Zusatzumsatz einen „worst-case“ dar.

¹ Für den konkreten Betreiber Netto ist nach eigenen Berechnungen, basierend auf Angaben des EHI für 2011, von ca. € 4.500 / m² auszugehen.

3. Voraussichtliche Kaufkraftbewegungen

Mit der Erweiterung eines Einzelhandelsobjektes werden i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen des zu untersuchenden Planvorhabens dar. Die im vorangegangenen Untersuchungsabschnitt ermittelten Marktanteile stellen dabei die kaufkraftbezogene Ermittlung der Umsatzherkunft dar. Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen (d. h. Umsatzabzüge) ist jedoch die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel.

Es ist zu berücksichtigen, dass der Netto-Markt aktuell bereits als Einkaufsstandort in Lüdinghausen etabliert ist; daher wird bei der Ermittlung der zu erwartenden Kaufkraftbewegungen bzw. Umsatzumverteilungen ausschließlich der zusätzlich erwirtschaftete Umsatz angesetzt. In der Bewertung ist damit der aktuelle Zustand – mit dem bestehenden Betrieb und den aktuell vorhandenen Kaufkraftströmen – mit der (prognostizierten) Situation nach der geplanten Erweiterung zu vergleichen.¹

In der Modellrechnung zur Ermittlung der Umsatzumverteilung wurden folgende Kriterien berücksichtigt:

- die aktuelle Ausstattung im Einzugsgebiet und die Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben
- die Wettbewerbssituation im Umfeld inkl. der Überlagerung durch sonstige Einzelhandelsstandorte
- die Versorgungsbedeutung der Standortlagen im Umfeld
- die aktuellen Kaufkraftströme im Umfeld.

Es ist davon auszugehen, dass der zusätzliche Umsatz des Netto-Marktes insbesondere zu Lasten von Systemwettbewerbern, d. h. anderen Lebensmitteldiscountern erwirtschaftet wird. Dies wird im Rahmen der nachfolgenden Berechnungen berücksichtigt; d. h. die

¹ vgl. hierzu OVG NRW, Urteil 10 A 1417/07 vom 06.11.2008

sog. Systemwettbewerber werden hinsichtlich der zu erwartenden Umverteilungen stärker gewichtet als andere Lebensmittelanbieter.

Außerdem wird im Rahmen einer „worst-case-Betrachtung“ angenommen, dass die Lagen, die aktuell eine wichtige Versorgungsbedeutung für die Bewohner des Untersuchungsraums einnehmen, tendenziell stärker von Umverteilungen betroffen sein werden als Lagen mit aktuell geringerer Versorgungsbedeutung.

Insgesamt sind die durch die geplante Erweiterung des Planvorhabens ausgelösten Kaufkraftbewegungen bzw. Umverteilungswirkungen wie folgt zu prognostizieren:

Tabelle 2: Umsatzumverteilung des Planvorhabens (nur zusätzlicher Umsatz)

	Umsatzumverteilung gesamt		davon Umsatzumverteilung im Einzugsgebiet		davon Umsatzumverteilung außerhalb	
	in Mio. €	Anteil am Gesamtumsatz in %	in Mio. €	Anteil am Gesamtumsatz in %	in Mio. €	Anteil am Gesamtumsatz in %
Warengruppe						
Nahrungs- / Genussmittel	0,8 – 0,9	100	0,2 – 0,3	31	0,6	69
GMA-Berechnungen 2013 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)						

Im **Nahrungs- und Genussmittelsegment** werden innerhalb des Einzugsgebietes rd. 0,2 – 0,3 Mio. € umverteilt, was rd. 31 % der Umsatzerwartung des Planvorhabens (zusätzlicher Umsatz) im Lebensmittelsektor entspricht. Demnach wird ein Großteil des zusätzlichen Umsatzes außerhalb des Einzugsgebietes (restliches Lüdinghauser Stadtgebiet) wettbewerbswirksam. Zu begründen ist dies v. a. durch die Angebotssituation, da sich die wesentlichen Systemwettbewerber (Discounter) zum Erweiterungsvorhaben außerhalb des betrieblichen Einzugsgebietes befinden. Hier ist v. a. auf die Anbieter Aldi und Lidl im Stadtteil Lüdinghausen hinzuweisen. Mit rd. 0,6 Mio. € werden etwa 69 % des zusätzlichen Umsatzes des Netto-Marktes außerhalb des Einzugsgebietes umverteilt. Es handelt sich dabei v. a. um Kaufkraft, die bisher aus dem Einzugsgebiet abgeflossen ist (erhöhte Kaufkraftbindung).

4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO

Die durch das Planvorhaben zu erwartenden Umsatzumverteilungswirkungen sind hinsichtlich der möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen wie folgt zu bewerten:

- Im **Einzugsgebiet** (Zone I und II) ist infolge der Erweiterung des Netto Lebensmitteldiscounters eine Umsatzumverteilung im **Lebensmittelsegment** von ca. 0,2 – 0,3 Mio. € zu erwarten, was bezogen auf die derzeitige Umsatzleistung im untersuchungsrelevanten Lebensmittelsegment einer Umverteilungsquote von ca. 3 % entspricht. Die ermittelten Wettbewerbswirkungen gehen ausschließlich zu Lasten der Lebensmittelabteilung des in räumlicher Nähe zum Vorhabenstandort ansässigen Marktkauf Verbrauchermarktes. Die Höhe der Umverteilung ist vor dem Hintergrund der Leistungsfähigkeit und aktuellen Marktbedeutung des Anbieters als äußerst gering einzustufen, eine wirtschaftliche Schwächung oder gar eine Betriebsschließung infolge des vorgesehenen Erweiterungsvorhabens sind bei einer Quote dieser Größenordnung auszuschließen. Darüber hinaus stellt der Anbieter keinen direkten Systemwettbewerber gegenüber dem Erweiterungsvorhaben dar. Zudem handelt es sich um einen autokundenorientierten Standort innerhalb einer Gewerbegebietslage, der außerhalb eines schutzwürdigen (im Sinne des Baugesetzbuches) zentralen Versorgungsbereiches angesiedelt ist. Somit sind weder städtebauliche noch versorgungsstrukturelle Beeinträchtigungen zu erwarten.
- **Außerhalb des Einzugsgebietes** ist im **Lebensmittelsegment** mit einer Umsatzumverteilung von insgesamt rd. 0,6 Mio. € bzw. etwa 3 % zu rechnen. Die innerhalb des **Hauptzentrums** der Stadt Lüdinghausen zu erwartenden Umsatzumverteilungen belaufen sich im Nahrungs- und Genussmittelsegment auf ca. 0,3 Mio. € bzw. 3 %. Diese verteilen sich auf die ansässigen Lebensmittelanbieter Edeka und Aldi. Eine nachhaltige Schwächung dieser Märkte mit der Folge städtebaulicher oder versorgungsstruktureller Auswirkungen im Hinblick auf die gesamtstädtische Bedeutung bzw. der Entwicklungsmöglichkeit des zentralen Versorgungsbereiches ist unter Berücksichtigung der Leistungsfähigkeit und der Einbindung in ein intaktes Zentrum jedoch nicht zu erwarten. Innerhalb des **Nebenzentrums Seppenrade** sind Wettbewerbswirkungen gegenüber dem relevanten Angebot in Höhe von rd. 0,1 Mio. € bzw. ca. 1 – 2 % zu prognostizieren. Die insgesamt

nur äußerst geringen Umverteilungswirkungen werden unter Berücksichtigung des Systemhintergrundes dort verstärkt den Anbieter Aldi treffen. Die geringe Umverteilung ergibt sich v. a. aus der größeren räumlichen Distanz des Stadtteils Seppenrade zum Vorhabenstandort (ca. 3,6 km). Beeinträchtigungen bestehender Strukturen innerhalb des Nebenzentrums sind auszuschließen. Gegenüber den Einzelhandelsangeboten an **sonstigen Standortlagen** sind Umsatzumverteilungen in Höhe von ca. 0,1 – 0,2 Mio. € bzw. 3 - 4 % zu ermitteln, Unter Berücksichtigung der geringen Umsatzumverteilungen ist keine Betriebsgefährdung des betroffenen Lidl Lebensmitteldiscountmarktes abzuleiten, so dass dieser seine wichtige Versorgungsfunktion, v. a. für den östlichen Kernsiedlungsbereich der Stadt Lüdinghausen weiterhin in vollem Umfang erfüllen kann.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass angesichts der aktuellen Standortstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel in Lüdinghausen weder der zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt noch das Nebenzentrum Seppenrade von wesentlichen Auswirkungen durch die Erweiterung betroffen sein werden. Die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche und die Versorgungsstruktur in Lüdinghausen werden durch die Netto-Erweiterung nicht beeinträchtigt.

Bei dem Standort des Marktkauf Verbrauchermarktes handelt es sich um einen autokundenorientierten Standort außerhalb der schutzwürdigen Lagen. Die Umverteilungen sind als gering einzustufen, so dass selbst wettbewerbliche Wirkungen auszuschließen sind.

5. Vereinbarkeit mit den landesplanerischen Vorgaben

Wie bereits in Kapitel I, 2. dargestellt, liegt ein aktueller Entwurf des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel, Stand 04.06.2013 vor. Die hier genannten Ziele der Raumordnung stellen aufgrund des Entwurfscharakters bislang keine rechtsverbindliche Vorgabe dar und sind dementsprechend als „in Aufstellung befindliche Ziele der Raumordnung“ zu sehen.

Im Hinblick auf die ermittelten Auswirkungen des Vorhabens an der Olfener Straße in Lüdinghausen sind hierzu folgende Anmerkungen zu treffen:

- Die Vorhaben entsprechen **Ziel 1**, da der Planstandort in einem regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereich liegt.
- Das Vorhaben entspricht **Ziel 2**. Der Planstandort befindet sich zwar außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches, die Zulässigkeit des Vorhabens (Verkaufsflächenerweiterung) ist jedoch ausnahmsweise möglich, wenn die Bauleitplanung der Gewährleistung einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dienen würde und keine wesentliche Beeinträchtigungen bestehender zentraler Versorgungsbereiche innerhalb des Lüdinghausener Stadtgebietes zu erwarten wären. Wesentliche Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche können, wie den Aussagen in Kapitel IV.4 zu entnehmen ist, ausgeschlossen werden. Darüber hinaus ist davon auszugehen, dass der projektierte Markt zwar auch in seiner bisherigen Verkaufsflächendimensionierung die wohnortnahe Versorgung gewährleisten kann. Es ist jedoch zu berücksichtigen, dass der Anbieter auch wichtige Versorgungsfunktion für ein über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehendes Einzugsgebiet, welches aktuell ein deutliches Versorgungsdefizit aufweist (v. a. Wohngebiet Tüllinghoff), übernimmt.
- Das Vorhaben entspricht dem Beeinträchtigungsverbot in **Ziel 3**, da wesentliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum ausgeschlossen werden können.
- **Grundsatz 4** wird entsprochen, da die zu erwartende Umsatzleistung des Erweiterungsvorhabens die Kaufkraft innerhalb des Verflechtungsbereiches (hier: Stadtgebiet Lüdinghausen) nicht überschreitet.
- Die Prüfung der **Ziele 5 und 6** entfällt, da es sich um ein zentrenrelevantes Kernsortiment handelt.
- Im Hinblick auf **Ziel 7**, Überplanung von vorhandenen Standorten, ist anzumerken, dass infolge der vorgesehenen Verkaufsflächenerweiterung des Netto-Marktes um rd. 200 m² keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche erfolgt. Dies konnte im Rahmen vorliegender Untersuchung dargestellt werden, so dass aus Gutachtersicht eine Ausnahmeregelung für das projektierte Vorhaben über den bereits genehmigten Bestand hinaus gegeben ist. Unter Berücksichtigung der Versorgungsbedeutung des Marktes, v. a. für das südliche Stadtgebiet, handelt es sich bei dem untersuchten Netto-Markt aus gutachterlicher Sicht um eine im Verhältnis angemessene Verkaufsflächenerweiterung.

- **Ziel 8** wird entsprochen, da es sich bei dem Planvorhabens nicht um eine zentren-schädliche Einzelhandelsagglomeration außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches handelt.
- **Grundsatz 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 10** wird entsprochen, da das Erweiterungsvorhaben des Netto-Marktes den Anforderungen der Festlegungen 1, 7 und 8 entspricht. Darüber hinaus entspricht das Vorhaben den Festlegungen 2 und 3 im Hinblick auf großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten.

6. Vereinbarkeit mit den Aussagen der Einzelhandelskonzeptes der Stadt Lüdinghausen

Ergänzend soll das Vorhaben auftragsgemäß auch hinsichtlich der Vereinbarkeit mit dem bestehenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Lüdinghausen geprüft werden. Im Rahmen des Konzeptes sind folgende Grundsätze und Strategien aufgestellt worden, die hinsichtlich des Planvorhabens wie folgt zu bewerten sind:¹

Im Sinne einer städtebaulich verträglichen Einzelhandelsentwicklung sollen Neuansiedlungen von großflächigen Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten auf den zentralen Versorgungsbereich der Lüdinghauser Innenstadt gelenkt werden. Wie bereits dargestellt liegt der Projektstandort außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches. Allerdings handelt es sich um die Erweiterung eines bestehenden Marktes und es sind damit nur sehr geringe Umverteilungen gegenüber bestehenden Einzelhandelslagen zu prognostizieren, woraus sich keine negativen Beeinträchtigungen der zentralen Versorgungsbereiche bzw. der Versorgungssituation der Bevölkerung in Lüdinghausen ergeben.

¹ Gutachten zum kommunalen Einzelhandelskonzept für die Stadt Lüdinghausen, GMA 2011

Im Hinblick auf die Ansiedlung oder Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe werden im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes folgende Aussagen getroffen:

- „Bei den siedlungsräumlich integrierten Lagen handelt es sich um Standorte, die weder den zentralen Versorgungsbereichen noch den Sonderstandorten zuzuordnen sind. Hierzu zählen alle wohnortnahen Lagen wie Streulagen des Einzelhandels. Großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten können hier zulässig sein, sofern keine Auswirkungen i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind und eine Verbesserung der wohnortnahen Versorgung erreicht wird.“ (GMA 2011, S. 101)
- „Zur Sicherung des Standortes sowie der wirtschaftlichen Tragfähigkeit ist bestehenden Betrieben außerdem eine gewisse Erweiterungsmöglichkeit einzuräumen. Voraussetzung hierfür ist, dass hierdurch keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in Lüdinghausen sowie auf zentrale Versorgungsbereiche in benachbarten Orten hervorgerufen werden.“ (GMA 2011, S. 104)

Im Rahmen vorliegender Untersuchung konnte dargelegt werden, dass infolge einer Verkaufsflächenerweiterung des an der Olfener Straße ansässigen Netto-Marktes um rd. 200 m² keine wesentlichen Beeinträchtigungen bestehender Einzelhandelsstrukturen in Lüdinghausen zu erwarten sind. Die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche wird nicht beeinträchtigt.

7. Abschließende Bewertung der Versorgungsfunktion des erweiterten Netto-Marktes

Zur Bewertung der Erweiterung ist zu prüfen, ob vom Vorhaben schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind. Gegenstand der Prüfung ist dabei primär die Erweiterungsfläche, da der Betrieb als solcher bereits am Markt etabliert und Bestandteil des Einzelhandelsangebotes der Stadt Lüdinghausen ist (vgl. OVG NRW 10 A 1417/07 und OVG NRW 10 A 2601/07).¹

¹ Bestätigt durch BVerwG 4 B 4.09.

Darüber hinaus ist zu prüfen, ob der Markt durch die Erweiterung eine neue Qualität erreicht, durch die der Gesamtstandort so aufgewertet wird, dass die städtebauliche Situation „kippen“ kann und heute noch ausgewogene Strukturen beeinträchtigt werden. Im Einzelnen weist das OVG Nordrhein-Westfalen darauf hin, dass bei der Analyse der Auswirkungen des Vorhabens „nicht die Neuansiedlung eines Discounters [...], sondern die Erweiterung“ als Basis der Analyse zu berücksichtigen ist. Das OVG führt in diesem Kontext weiter aus, dass eine „andere Betrachtungsweise [...] den Bestands- und Erweiterungsinteressen der Klägerin und der vorhandenen Marktsituation nicht gerecht [würde]. Bei der Prognoseentscheidung ist nämlich von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen, die nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb, dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt wird. Dieser Betrieb hat sich bereits am Markt etabliert und ist Bestandteil des Einzelhandelsangebotes. Bei der Beurteilung ist daher der gegenwärtige Betrieb in der vorhandenen Größe mit seinen möglicherweise bereits bestehenden Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich mit dem Zustand zu vergleichen, der (prognostiziert) nach Umsetzung der geplanten Erweiterung bestehen wird.“

Die Wettbewerbssituation in Lüdinghausen wird sich infolge der geplanten Verkaufsflächenerweiterung des projektierten Netto-Marktes um rd. 200 m² nicht grundlegend ändern. Durch die Erweiterung sind keine wesentlichen Beeinträchtigungen von bestehenden Wettbewerbern im Untersuchungsraum zu erwarten.

Verzeichnisse

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage des Planstandortes im Einzelhandelsstandortgefüge	11
Karte 2:	Einzugsgebiet des Planvorhabens und wesentliche Wettbewerber	13

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Marktanteile und Umsatzerwartung des erweiterten Marktes	19
Tabelle 2:	Umsatzumverteilung des Planvorhabens (nur zusätzlicher Umsatz)	21