Auswirkungsanalyse

zur geplanten Ansiedlung eines Drogeriemarktes an der Mendener Straße in Troisdorf

für die
ALDI GmbH & Co. KG Sankt Augustin
Im Mittelfeld 11
53757 Sankt Augustin

Ihre Ansprechpartner
Wirtschaftsgeograph Joachim Schulte, M.A.
(Projektleitung)

Dipl.-Geogr. Rainer Schmidt-Illguth
(Niederlassungsleitung)

BBE Handelsberatung GmbH
Goltsteinstraße 87 a
50968 Köln
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160
Fax +49 221 789 41 169
E-Mail schulte@bbe.de

STADT TROISDORF
Der Bürgermeister

Anlage 3
zur Begründung

Bebauungsplan H105, Blatt 2, 1. Änd.

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.
München · Hamburg · Köln · Leipzig · Münster · Erfurt

Köln, im August 2018

Inhaltsverzeichnis

Seite

1 Ausgangssituation, Zielsetzung und methodische Vorgehensweise ... 3
1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung ... 3
1.2 Methodische Vorgehensweise ... 3
2 Marktsituation im Drogeriewareneinzelhandel ... 5
3 Standortseitige Aspekte ... 8
3.1 Makrostandort ... 8
3.2 Mikrostandort ... 10
4 Einzelhandelssituation im Gemeindegebiet Troisdorf und in den relevanten Umlandkommunen ... 12
4.1 Projektrelevanter Wettbewerb in der Stadt Troisdorf ... 12
4.2 Projektrelevanter Wettbewerb außerhalb der Stadt Troisdorf ... 14
5 Einzugsgebiet - Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial ... 16
6 Auswirkungsanalyse ... 18
6.1 Umsatzleistung des Planvorhabens ... 18
6.2 Umsatzumverteilungseffekte des Planvorhabens ... 19
6.3 Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung ... 23
7 Fazit der Auswirkungsanalyse ... 26

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1: Anzahl der Drogeriemarkt-Filialen in Deutschland im Jahr 2016 ... 5
Abbildung 2: Anteile ausgewählter Vertriebsformen am Umsatz mit Drogerie- und Parfümeriewaren in Deutschland 2016 ... 6
Abbildung 3: Lage der Stadt Troisdorf und zentralörtliche Gliederung ... 8
Abbildung 4: Planstandort und Nutzungsstrukturen im Standortumfeld ... 10
Abbildung 5: Wettbewerbssituation ... 13
Abbildung 6: Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet nach Standortlagen ... 15
Abbildung 7: Umsatzerwartung des Planvorhabens nach Sortimenten ... 18
Abbildung 8: Umsatzumverteilungseffekte des Drogeriemarktes nach Sortimenten ... 22

1 Ausgangssituation, Zielsetzung und methodische Vorgehensweise

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Die ALDI GmbH & Co. KG Sankt Augustin plant in der Stadt Troisdorf (Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte) auf einem Grundstück an der Mendener Straße die Ansiedlung eines Drogeriemarktes. Der Markt soll über eine Verkaufsfläche von bis zu 800 m² verfügen.

Das Projektareal befindet sich gemäß Bebauungsplan H 105 innerhalb eines festgesetzten Gewerbegebietes, in dem keine Einzelhandelsbetriebe zulässig sind. Somit macht das Vorhaben die Änderung des vorhandenen Bebauungsplanes erforderlich. Angestrebt wird, für das Plangrundstück ein Sondergebiet für einen nicht-großflächigen Drogeriemarkt festzusetzen.

Das Planareal befindet sich gemäß kommunalem Einzelhandelskonzept innerhalb des abgegrenzten Nahversorgungszentrums Friedrich-Wilhelms-Hütte. Aufgrund dieser städtebaulich integrierten Lage ordnet sich das Ansiedlungsvorhaben in die städtebauliche Planungsziele der Stadt Troisdorf grundsätzlich ein.

Im anstehenden Genehmigungsverfahren wird allerdings unter anderem noch der Nachweis erforderlich, dass die geplante Drogeriemarktansiedlung keine Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit anderer zentraler Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung in der Stadt Troisdorf oder in Nachbarkommunen auslösen wird.

Die BBE Handelsberatung GmbH wurde auch mit der Erstellung dieser Auswirkungsanalyse beauftragt. Die Ergebnisse der Analyse werden im Folgenden dargelegt.

1.2 Methodische Vorgehensweise

Das vorliegende Gutachten basiert auf Vor-Ort-Recherchen im Untersuchungsgebiet. Das Untersuchungsgebiet umfasst weite Bereiche der Stadt Troisdorf sowie die angrenzenden Stadtgebiete von Sankt Augustin im Süden und Siegburg im Osten. In Ergänzung erfolgte eine Aufbereitung von sekundärstatistischen Daten.

Im Einzelnen wurden folgende Erhebungen und Recherchen durchgeführt:

- Durchführung von Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung des Projektstandortes,
- Erhebung der relevanten Anbieter von Drogeriewaren. Hierzu zählen neben Drogeriemärkten und entsprechenden Fachanbietern insbesondere im näheren Standortumfeld des Planvorhabens auch Lebensmittelmärkte.
- Umsatzschätzung für die erfassten Einzelhandelsbetriebe unter Berücksichtigung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern,

- Aufbereitung relevanter sekundärstatistischer Daten und Informationsquellen (u. a. Einzelhandelskonzepte der untersuchungsrelevanten Kommunen, soziodemografische Kennzahlen),
- Verwendung von aktuellen Datenmaterialien der BBE Marktforschung (z. B. gemeindebezogene Kaufkraftkennziffern und sortimentsspezifische Pro-Kopf-Ausgaben).

Die Ermittlung der derzeitigen und der durch das Planvorhaben beeinflussten zukünftigen Kaufkraftbewegungen wird unter Zugrundelegung folgender Faktoren durchgeführt:

- Zeitdistanzen zwischen den Wohnstandorten im Einzugsbereich und den projektrelevanten Einzelhandelsstandorten,
- Einwohnerzahlen und einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Einzugsgebiet,
- Attraktivität der untersuchungsrelevanten Einkaufsziele im Untersuchungsgebiet ausgedrückt durch das Verkaufsflächenangebot, die Angebotsstruktur, den Marktauftritt und die Erreichbarkeit,
- Bereitschaft der Konsumenten zur „Raumüberwindung“ beim Einkauf bestimmter Warengruppen.[1]

Darauf aufbauend erfolgt eine Bewertung des Vorhabens in Bezug auf die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen.

Im Hinblick auf die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen ist der zu erwartende Planumsatz als maßgebliche Bewertungsgröße heranzuziehen, die Auslöser für Veränderungen von Kaufkraftströmen und in deren Folge für Auswirkungen auf bestehende Angebotsstrukturen sein kann.

Die Ermittlung der derzeitigen und der durch das Planvorhaben beeinflussten zukünftigen Kaufkraftbewegungen und damit der von Einzelhandelsvorhaben ausgehenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen werden auf Basis dieser Annahmen und in Anlehnung an eine wissenschaftliche Arbeit von Huff ("Defining and Estimating a Trading Area"[2]) für die jeweiligen projektrelevanten Warengruppen bzw. Betriebstypen die maximalen Umsatzleistungen prognostiziert.

---

[1] Während beispielsweise bei Artikeln des täglichen Bedarfes (v. a. Lebensmittel und Drogeriewaren) das Kriterium der räumlichen Nähe des Einkaufszieles gegenüber dem Kriterium der Attraktivität relativ wichtiger ist, dominiert bei Artikeln des mittel- und längerfristigen Bedarfes (u. a. Sportartikel oder Bekleidung/ Schuhe) das Kriterium der (vermuteten) Attraktivität.

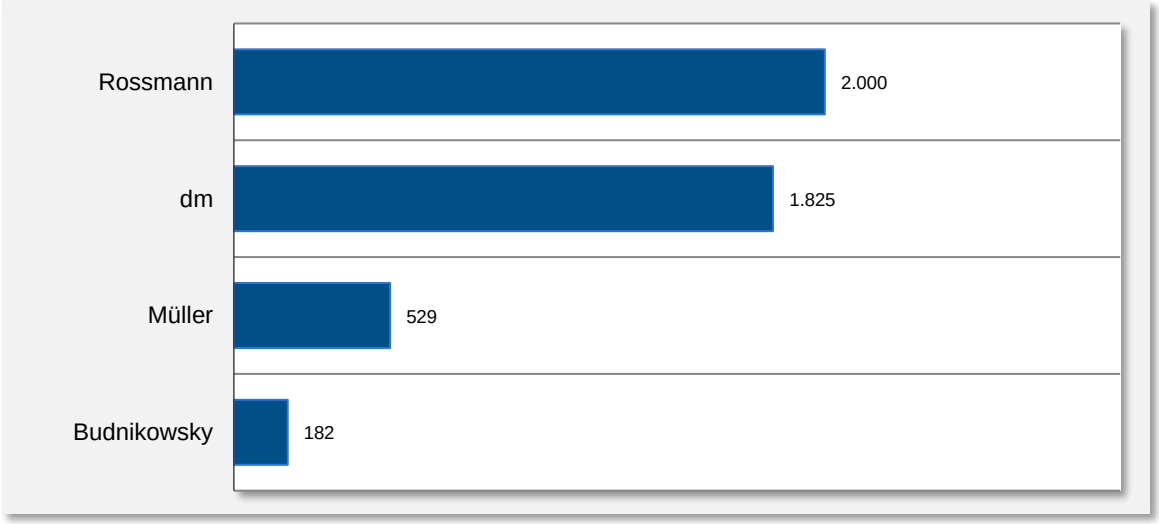
[2] In: Journal of Marketing, Vol. 28 (1964), No. 3, S. 34 - 38

2 Marktsituation im Drogeriewareneinzelhandel

Im Bereich der Drogeriewaren hat sich in den vergangenen Jahrzehnten der Vertriebstyp des Drogeriemarktes etabliert, der weitgehend die klassischen Fachdrogerien abgelöst hat. So ist die Zahl der Fachdrogerien bundesweit im Zeitraum von 1980 bis 2010 von über 8.900 auf rd. 2.200 Verkaufsstellen zurückgegangen, während die Drogeriemärkte von knapp 1.500 auf 12.000 Verkaufsstellen angestiegen sind.[3]

Mit der Insolvenz der Firma Schlecker wurde ein grundlegender Strukturwandel im Bereich der Drogeriemärkte eingeleitet, der mit einer Reduzierung der Anzahl der kleinen Märkte einhergegangen ist und zu einem Bedeutungsgewinn der Drogerieabteilungen der Lebensmittelmärkte geführt hat. Als wichtige Drogeriemarktbetreiber haben sich in den letzten Jahren mit zusammen 4.354 Filialen die drei Anbieter dm, Rossmann und Drogerie Müller herauskristallisiert.

Abbildung 1: Anzahl der Drogeriemarkt-Filialen in Deutschland im Jahr 2016



Quelle: Statista 2017, BBE-Darstellung 2018

Ein Drogeriemarkt führt im Kernsortiment durchschnittlich ca. 5.000 - 8.000 Artikel. Das Kernsortiment der Drogeriemärkte umfasst die Warenbereiche Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Hygieneartikel, Körperpflegeartikel, Kosmetik und Parfums. Darüber hinaus werden betreiberspezifisch unterschiedliche Randsortimente zur Ergänzung auf deutlich nachgeordneten Verkaufsflächenanteilen angeboten (u. a. Bio-Lebensmittel, Tiernahrung/ Tierpflege, Unterwäsche/ Strumpfwaren, Babybekleidung, Kurzwaren, Haushaltswaren, Kerzen, Fotozubehör, Elektrozubehör, Bilderrahmen, Schreib- und Spielwaren).

Neben Drogeriemärkten sind in Innenstädten und größeren Stadtteilzentren oftmals auch Parfümerien mit einem Teilsortiment der Kosmetik, Parfums und Körperpflege vorzufinden. Die Sortimente werden darüber hinaus auch in den innerstädtischen Warenhäusern sowie von den Lebensmittelmärkten angeboten. Bei Lebensmitteldiscountmärkten liegt die durchschnittliche Artikelzahl bei den relevanten Drogerie- und

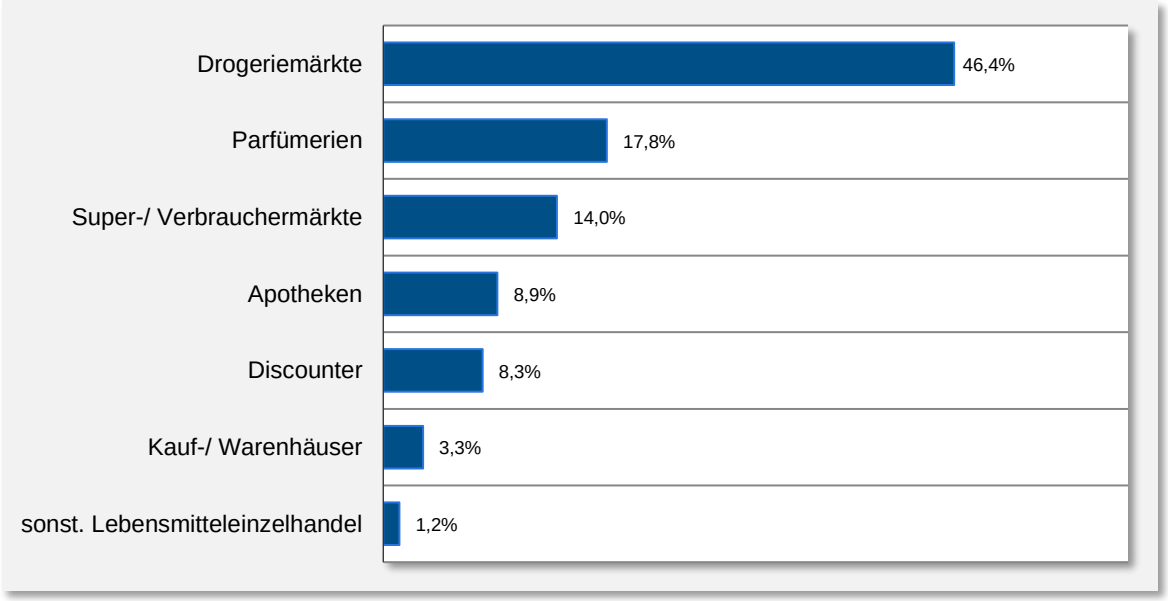
[3] Vgl. EHI, Handel aktuell 2009/ 2010, Statista 2017, Stand. 31.12.2015

Parfümeriesortimenten bei bis zu 600, bei Supermärkten werden ca. 1.600 Artikel angeboten, sodass der Lebensmitteleinzelhandel vorwiegend die gängigen Sortimente des Grundbedarfs führt.

Das Drogeriesortiment ist dem kurzfristigen Bedarf zuzurechnen, demgemäß sind Drogeriemärkte gleichermaßen in Innenstädten, Stadtteilzentren und in Verbindung mit dem Lebensmitteleinzelhandel auch an Nahversorgungsstandorten oder dezentralen Einzelhandelsagglomerationen vorzufinden.

Die Distributionsstruktur für Drogerie- und Parfümeriewaren wird dabei wesentlich durch Drogeriemärkte geprägt, die im Jahr 2016 einen Marktanteil von ca. 46 % halten. Eine wesentliche Versorgungsbedeutung kommt auch dem Lebensmittelhandel (Supermärkte, Verbrauchermärkte, Lebensmitteldiscountmärkte, sonst. Lebensmitteleinzelhandel) mit insgesamt 23 % zu. Auf Parfümerien entfallen ca. 18 % der Umsätze. Dagegen fallen die Umsatzanteile bei den Apotheken (rd. 9 %) und den Kauf- und Warenhäuser (rd. 3 %) deutlich geringer aus.

Abbildung 2: Anteile ausgewählter Vertriebsformen am Umsatz mit Drogerie- und Parfümeriewaren in Deutschland 2016



Quelle: Statista 2017, BBE-Darstellung 2018

Die Filialisten dm und Rossmann verfügen bundesweit zusammen über 3.825 Filialen[4] und haben sich mit Betriebsgrößen i. d. R. von 400 – 800 m² Verkaufsfläche positioniert. Einzig die Firma Drogerie Müller belegt größere Verkaufsflächen (bis über 4.500 m² Verkaufsfläche[5]), wobei dies mit einer deutlichen Ausweitung des Sortiments vor allem bei Schreib- und Spielwaren sowie Elektroartikeln einhergeht.

Aktuelle Marktentwicklungen zeigen, dass neue Drogeriemärkte derzeit insbesondere außerhalb der gewachsenen Innenstädte mit einer größeren Verkaufsfläche angesiedelt werden. So fordert beispielsweise der Filialist dm auf seiner Homepage als Standortanforderung für die Ansiedlung eines neuen Marktes in

[4] Quelle: Statista 2017

[5] Quelle: www.mueller.de

Fachmarktlage die Mindestgröße von 500 m² ebenerdiger Verkaufsfläche. Der Betreiber Rossmann erwartet bei der Ansiedlung neuer Märkte eine Verkaufsfläche von 500 bis 1.000 m².

Das anhaltende Wachstum der Betriebstypen lässt sich mit den zentralen Anliegen begründen, die Voraussetzungen für eine großzügigere Warenpräsentation, eine verbesserte Kundenführung und eine Optimierung der internen Logistikabläufe zu schaffen. Insbesondere möglichst breite Gänge sind in diesem Zusammenhang für Drogeriemärkte wichtig, da eine Hauptzielgruppe „Junge Familien“ darstellt, die den Drogeriemarkt häufig mit Babys/ Kleinkindern in Kinderwagen aufsuchen. Vor diesem Hintergrund sind unmittelbar zugeordnete Stellplatzanlagen in ausreichender Dimension ebenfalls von immer größerer Bedeutung. Zudem verfügen die größeren Drogeriemärkte über ein breiteres Randsortiment.

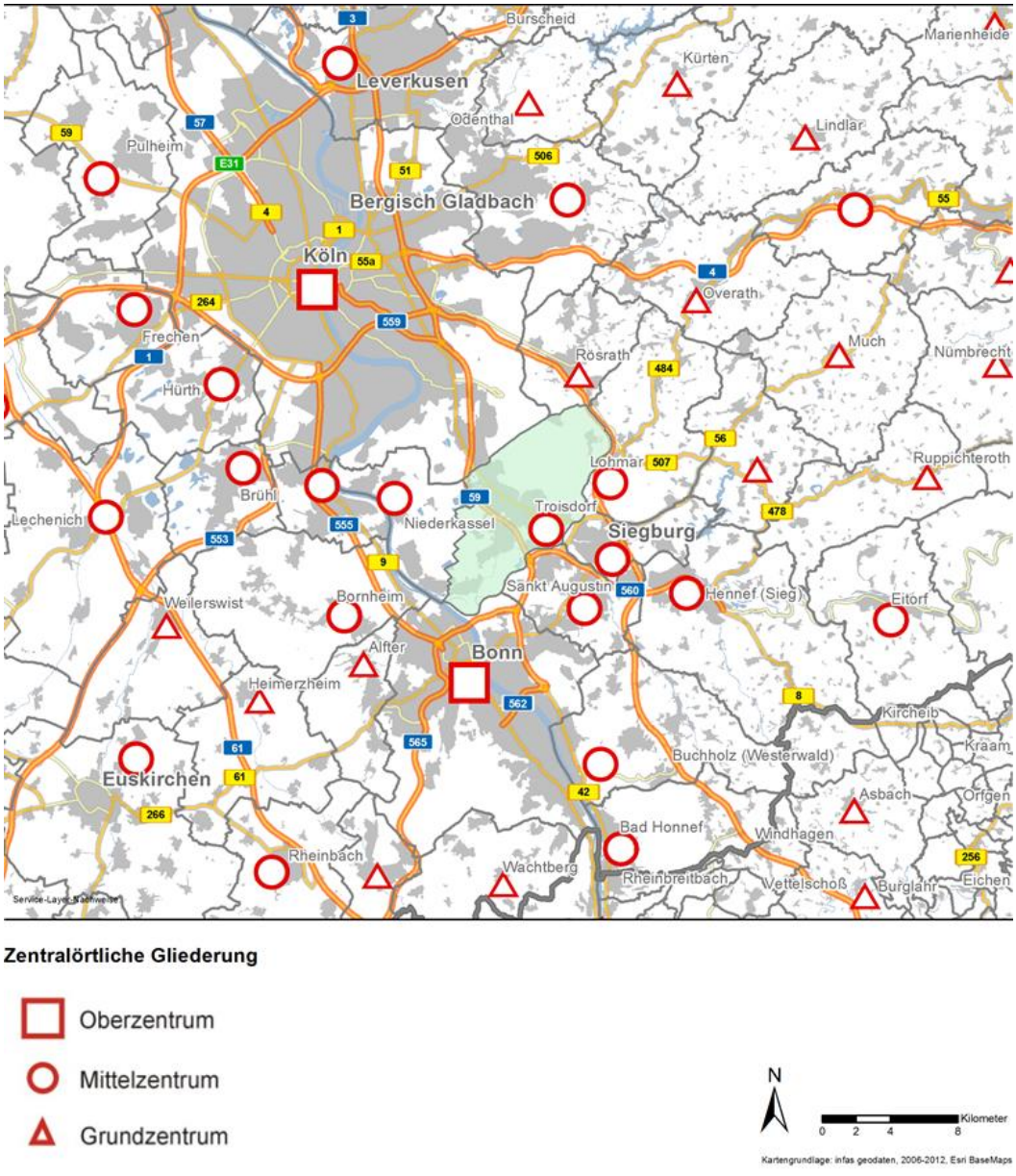
3 Standortseitige Aspekte

3.1 Makrostandort

Lage und Siedlungsstruktur

Die kreisangehörige Stadt Troisdorf liegt im rechtsrheinischen Rhein-Sieg-Kreis, in dem Troisdorf die größte Stadt darstellt. Im Norden grenzt Troisdorf an Köln und Rösrath, im Osten an Lohmar und Siegburg, im Südosten an Sankt Augustin, im Süden an Bonn und im Westen an Niederkassel. Der Stadt wird gemäß Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) die Funktion eines Mittelzentrums zugewiesen.

Abbildung 3: Lage der Stadt Troisdorf und zentralörtliche Gliederung



Quelle: BBE-Darstellung 2018

Bevölkerungsdaten

Die Stadt Troisdorf, die sich aus zwölf Stadtteilen zusammensetzt, weist 77.667 Einwohner auf.[6] Die beiden einwohnerstärksten Stadtteile Troisdorf-Mitte und Spich verfügen über einen Bevölkerungsanteil von rd. 22 % (17.093 EW) bzw. 17 % (12.980 EW). Der Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte, in dem sich der Planstandort befindet, weist 7.097 Einwohner bzw. rd. 9 % der Stadtbevölkerung auf.

Basierend auf den Einwohnerzahlen von 2012 prognostiziert die Bertelsmann-Stiftung für Troisdorf bis zum Jahr 2030 eine Bevölkerungszunahme von rd. 4 %. Die zukünftige Entwicklung fällt demnach positiver aus als im Rhein-Sieg-Kreis (+ 2 %) bzw. in NRW (- 3 %).

Erreichbarkeit und Verkehr

Troisdorf verfügt über eine leistungsfähige Anbindung an das überregionale Straßennetz. So verfügt die Stadt über zwei Autobahnanschlussstellen an die Bundesautobahn A 59 (Köln – Königswinter). Zudem verläuft die Bundesstraße B 8 durch das Stadtgebiet.

Auch die ÖPNV-Anbindung lässt sich als gut bewerten, da Troisdorf DB-Haltepunkt von mehreren Regionalexpress- und Regionalbahnlinien ist und mit den Bahnhöfen Troisdorf und Spich über zwei S-Bahn-Haltepunkte verfügt. Der Haltepunkt Friedrich-Wilhelms-Hütte wird von der Regionalbahnlinie Köln – Bonn-Beuel – Koblenz angefahren. Auch das örtliche und regionale Busnetz ist als leistungsfähig zu charakterisieren.

Einzelhandelsstrukturen

Gemäß dem vom Rat der Stadt im Jahr 2010 beschlossenen Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept für die Stadt Troisdorf verfügt das Mittelzentrum Troisdorf mit einem Hauptzentrum (Troisdorf Innenstadt), zwei Nebenzentren (Spich und Sieglar) und zwei Nahversorgungszentren (Friedrich-Wilhelms-Hütte und Oberlar) über fünf zentrale Versorgungsbereiche. Die abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche übernehmen aufgrund ihres Angebotsspektrums unterschiedliche Versorgungsfunktionen.

Die Einzelhandelszentralität stellt das Verhältnis von einzelhandelsrelevanter Kaufkraft vor Ort und getätigten Umsätzen vor Ort dar. Die Zentralitätskennziffer wird von BBE!MB-Research regelmäßig für Gemeinden ab 10.000 Einwohnern ermittelt. Eine Zentralität über 100 zeigt an, dass die Gemeinde per Saldo von Kaufkraftzuflüssen profitiert, bei einer Zentralität von genau 100 halten sich Zu- und Abflüsse die Waage.[7]

Die Stadt Troisdorf weist eine Einzelhandelszentralität von insgesamt rd. 85,5 % auf. Dies sagt aus, dass der Gesamtumsatz rd. 14,5 % unter dem vor Ort vorhandenen Kaufkraftpotenzial liegt und somit per Saldo Kaufkraftabflüsse festzustellen sind. Die direkte Konkurrenz durch die in der Nachbarschaft liegenden Oberzentren Bonn und Köln erklärt teilweise die insgesamt eher geringe Ausstrahlungskraft des Troisdorfer Einzelhandels.

---

6 Quelle: Stadt Troisdorf, Stand: 31.12.2017

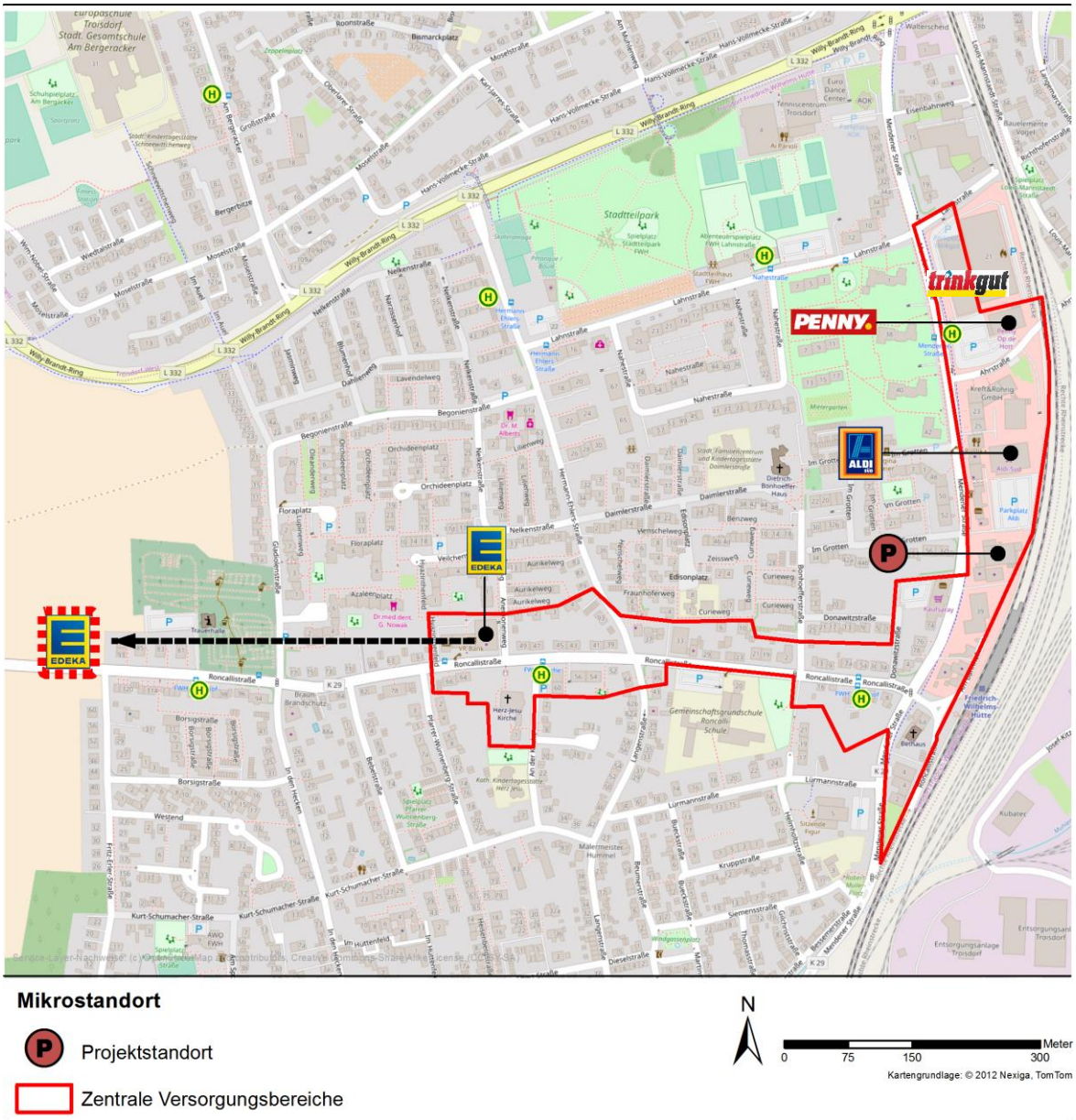
7 Die Einzelhandelszentralität kann für den Einzelhandel einer Stadt oder eine Gebietseinheit (z. B. Landkreis, Bundesland) insgesamt, aber auch nur für einzelne Sortimente/ Warengruppen berechnet werden.

3.2 Mikrostandort

Lage des Projektgrundstücks und Nutzungsumfeld

Der Planstandort befindet sich im Troisdorfer Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte östlich und nördlich der Mendener Straße. Im Norden grenzt ein Aldi Süd-Lebensmitteldiscountmarkt an den Planstandort. Im Osten wird das Plangrundstück durch eine Bahntrasse begrenzt.

Abbildung 4: Planstandort und Nutzungsstrukturen im Standortumfeld



Quelle: BBE-Darstellung 2018

Das Standortumfeld wird mit einem Aldi Süd- und einem Penny-Lebensmitteldiscountmarkt sowie einem Trinkgut-Getränkemarkt, die sich nördlich Planareals befinden, durch nahversorgungsrelevanten Einzelhandel geprägt. Somit handelt es sich bei dem Standortbereich bereits um einen eingeführten Nahversorgungsstandort.

Im Westen und Osten schließt sich Wohnbebauung an, die insbesondere im Westen durch Hochhäuser geprägt ist. Die Anbindung der Bevölkerung im Osten des Planareals wird durch eine nahegelegene Bahnunterführung an der Ahnstraße gewährleistet.

Verkehrliche Situation des Planstandortes

Verkehrlich wird das Projektareal über die Mendener Straße, die eine wichtige Erschließungsstraße des Stadtteils Friedrich-Wilhelms-Hütte darstellt, erschlossen.

In den Öffentlichen Personennahverkehr eingebunden ist das Areal über den Bushaltepunkt „Mendener Straße“, der sich in unmittelbarer Nähe des Planvorhabens an der Mendener Straße befindet. Die Haltestelle wird von der Buslinie 56 angefahren.

Funktionale Lage

Im Hinblick auf die funktionale Lagesituation des Planstandortes lässt sich festhalten, dass dieser innerhalb des mit dem kommunalen Einzelhandelskonzept abgegrenzten Nahversorgungszentrums Friedrich-Wilhelms-Hütte liegt.

4 Einzelhandelssituation im Stadtgebiet Troisdorf und in den relevanten Umlandkommunen

Im Hinblick auf die Abgrenzung des perspektivischen Einzugsgebietes des Planvorhabens sowie auf die zu untersuchenden städtebaulichen Auswirkungen durch das Planvorhaben ist eine Betrachtung der Angebotsstrukturen im Umfeld des Planvorhabens notwendig.

Die Wettbewerbssituation wird im Wesentlichen durch Drogeriemärkte geprägt. Neben den Drogeriemärkten wird das Angebot von Drogeriewaren vor allem von den Lebensmittelmärkten getragen, die Drogeriewaren in größerem Umfang als Randsortiment führen. Vor diesem Hintergrund werden im Rahmen der Wettbewerbsanalyse auch die nächstgelegenen Lebensmittelmärkte, d. h. die Lebensmittelmärkte im Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte, berücksichtigt.

Im Folgenden wird die Wettbewerbsbetrachtung auf die strukturprägenden Hauptwettbewerber bezogen. Da unter städtebaulichen Gesichtspunkten v. a. das Angebot in den zentralen Versorgungsbereichen – insbesondere in den Innenstädten und Ortskernen – von Bedeutung ist, wird der relevante Wettbewerb separat für diese Lagen ausgewiesen.

4.1 Projektrelevanter Wettbewerb in der Stadt Troisdorf

Im **Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte** ist bislang kein Drogeriemarkt ansässig. Somit werden Drogeriewaren im Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte im Wesentlichen im Randsortiment der hier ansässigen Lebensmittelmärkte vorgehalten.

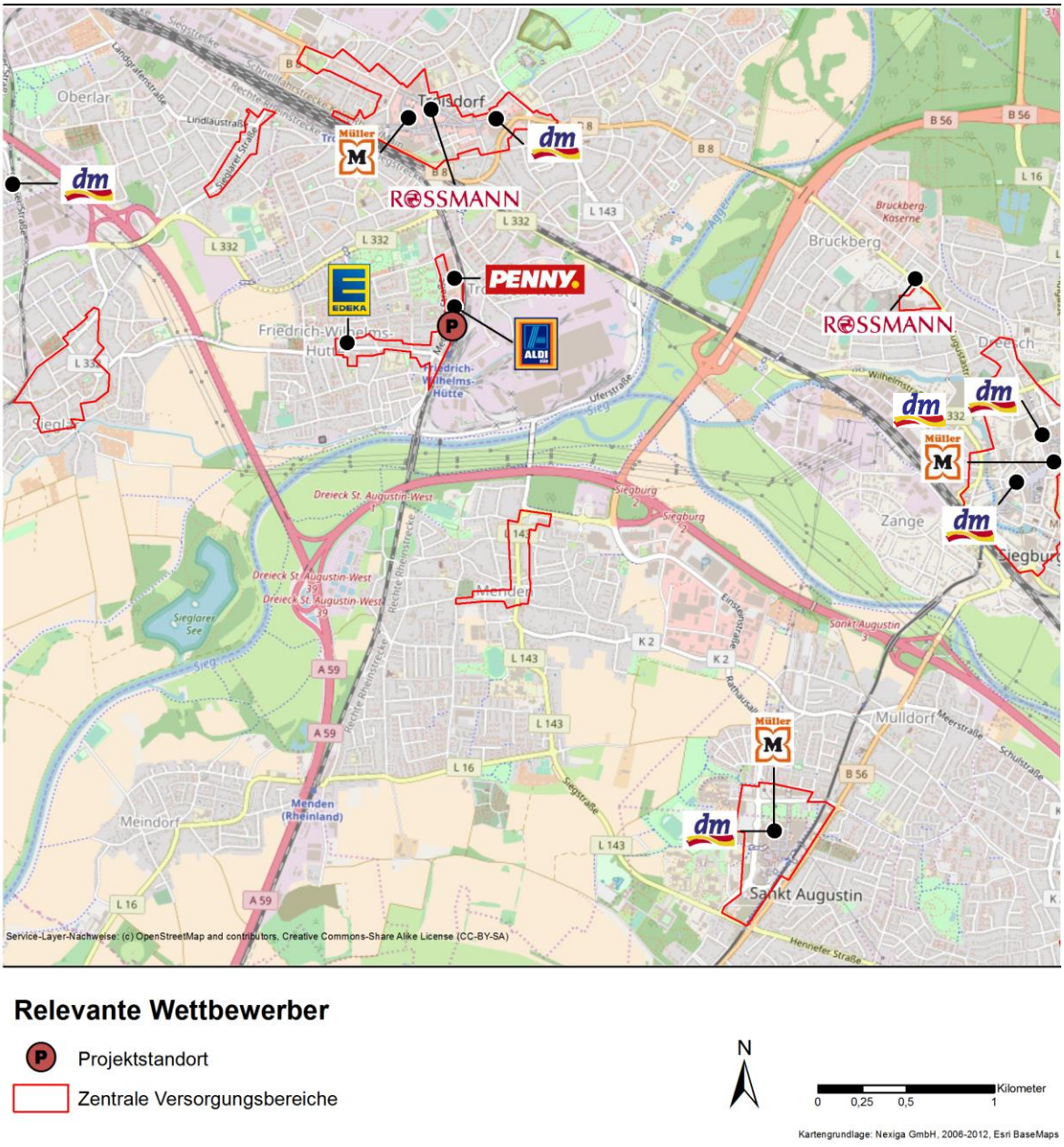
Im Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte befinden sich drei Lebensmittelmärkte (Aldi Süd, Penny und Edeka), die aufgrund ihres umfangreicheren Drogeriewarensortiment stadtteilbezogen als Hauptwettbewerber des Planvorhabens zu bewerten sind.

Der Penny-Lebensmitteldiscountmarkt, der über eine Verkaufsfläche von ca. 1.100 m² verfügt, und der Aldi-Lebensmitteldiscountmarkt, der eine Erweiterung von heute ca. 800 m² auf ca. 1.200 m² Verkaufsfläche anstrebt, sind als moderne Betriebe im zentralen Versorgungsbereich mit einem großzügigen Pkw-Stellplatzangebot zu beschreiben.

Die Edeka-Filiale ist an der Roncallistraße lokalisiert und verfügt über eine Verkaufsfläche von lediglich ca. 530 m² einschließlich einer Mietfläche für einen Bäcker als Konzessionär, sodass die Voraussetzungen zur Umsetzung eines modernen Supermarkt-Vertriebskonzeptes fehlen.

Vor diesem Hintergrund ist eine Verlagerung und Neuerrichtung des Edeka-Supermarktes geplant, wobei der Supermarkt auf rd. 1.800 m² Verkaufsfläche (inklusive Vorkassenzone mit Backshop/ Bistro, Blumen-Shop und Zeitschriften-/ Lotto-Toto-Geschäft) erweitert werden soll.

Abbildung 5: Wettbewerbssituation



Quelle: BBE-Darstellung 2018

Außerhalb des Stadtteils Friedrich-Wilhelms-Hütte wird der geplante Drogeriemarkt im Wesentlichen in Wettbewerb zu bereits in Troisdorf ansässigen Drogeriemärkten treten.

Stadtteil Troisdorf

Der Stadtteil Troisdorf befindet sich nördlich des Planstandortes. Im zentralen Versorgungsbereich „Troisdorf Innenstadt“ sind mit den Anbieter Müller, dm und Rossmann drei Drogeriemärkte ansässig. Darüber hinaus ist auf die Parfümerie Becker und die Ursula Apotheke mit angegliederten Parfümeriewarenabteilung hinzuweisen. Die in der Troisdorfer Innenstadt ansässigen Wettbewerber verfügen über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 2.770 m², auf der ein jährlicher Gesamtumsatz von rd. 15,1 Mio. € erwirtschaftet wird.

Stadtteil Sieglar

Im Stadtteil Sieglar, der sich westlich an den Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte anschließt, befindet sich ein dm-Drogeriemarkt. Dieser moderne Anbieter liegt innerhalb der dezentralen Fachmarktagglomeration „Spicher Straße/ Im Zehnthof“. In unmittelbarer Nachbarschaft befinden sich ein HIT-Markt, der Bekleidungsfachmarkt Takko, der Schuhfachmarkt Siemes Schuh-Center und der Sportfachmarkt Sport 2000.

4.2 Projektrelevanter Wettbewerb außerhalb der Stadt Troisdorf

Im Westen sind die angrenzenden Stadtbereiche von **Siegburg** untersuchungsrelevant. Hier befindet sich in einem mit dem kommunalen Einzelhandelskonzept festgelegten Nahversorgungszentrum im nördlichen Kernstadtbereich an der Luisenstraße als Hauptwettbewerber ein **Rossmann-Drogeriemarkt**, der über eine Verkaufsfläche rd. 750 m² verfügt.

Innerhalb der Siegburger Innenstadt sind als Wettbewerber die Drogeriemärkte **dm** an den Standorten Bahnhofstraße (ca. 450 m² VKF) und Kaiserstraße (ca. 350 m² VKF) sowie **Drogerie Müller** am Standort Holzgasse (ca. 2.900 m² Verkaufsfläche) ansässig. Die relativ kleinen dm-Filialen weisen ein eng auf Drogerie- und Parfümeriewaren begrenztes Sortiment auf. Ergänzend werden Nahrungs- und Genussmittel sowie Fotoartikel auf untergeordneten Verkaufsflächen angeboten. Drogerie Müller verfügt in dem ehemaligen „Wehmeyer-Haus“ über drei Verkaufsebenen, wobei das Sortiment neben Drogerie- und Parfümeriewaren (ca. 950 m² VKF) auch Spielwaren (ca. 900 m² VKF), Multimedia-Artikel, Schreibwaren/ Bücher, Süßwaren/ Getränke (jeweils ca. 300 m² VKF) sowie Handarbeitsartikel und Strümpfe (zusammen ca. 150 m² VKF) umfasst.

Weiterhin werden Drogerie- und Parfümeriewaren in der Siegburger Innenstadt von den Parfümerien Douglas (Markt) und Rüdell (Markt sowie Brauhof-Galerie) sowie von der Parfümerieabteilung im Warenhaus Galeria Kaufhof auf zusammen ca. 600 m² Verkaufsfläche angeboten.

Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass innerhalb des derzeit im Bau befindlichen Fachmarktzentrums „Mühlengraben-Quartier“ die Ansiedlung eines **dm-Drogeriemarktes** mit einer Gesamtverkaufsfläche von max. 720 m² geplant ist.

Südöstlich des Planvorhabens grenzt die Stadt Sankt Augustin an die Stadt Troisdorf. Die Wettbewerbssituation in der Stadt Sankt Augustin ist im Wesentlichen durch die Angebotsstrukturen innerhalb des

Stadtzentrums geprägt, das innerhalb des Huma-Einkaufsparks ein **Müller-Drogeriekaufhaus** (ca. 1.600 m² VKF), einen **dm-Drogeriemarkt** (ca. 550 m² VKF) sowie die Warengruppen-Spezialisten Parfümerie Becker sowie Rituals aufweist.

Abbildung 6: Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet nach Standortlagen

Sortiment / Standort	Drogeriewaren	Nahrungs- und Genussmittel	Sonstige Sortimente	Summe
	Umsatz in Mio. €			
Stadt Troisdorf, davon	**13,0**	**20,2**	**10,3**	**43,5**
NVZ Friedrich-Wilhelms-Hütte (v. a. Aldi Süd, Penny)	1,5	11,7	2,9	16,3
Sonstige Standorte Friedrich-Wilhelms-Hütte (Edeka)	0,6	6,5	0,5	7,4
Innenstadt von Troisdorf (v. a. Müller, dm, Rossmann)	8,1	1,5	5,5	15,1
Fachmarktagglomeration Spicher Straße/ Im Zehnthof (dm)	2,8	0,5	1,4	4,7
Stadt Siegburg, davon	**15,4**	**2,7**	**9,9**	**28,0**
NVZ Nordstadt (Rossmann)	2,3	0,4	1,1	3,8
Innenstadt (v. a. Müller, dm)	10,4	1,9	8,4	20,7
Fachmarktzentrum „Mühlengraben-Quartier" (dm)	2,7	0,4	0,4	3,5
Stadtzentrum Sankt Augustin	**5,9**	**1,1**	**4,4**	**11,4**
Summe	**34,3**	**24,0**	**24,6**	**82,9**

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen 2018; Rundungsdifferenzen möglich

5 Einzugsgebiet - Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial

Das Einzugsgebiet umfasst den Raum, in dem die Verbraucher überwiegend bzw. zu großen Teilen das Planvorhaben aufsuchen werden. Es stellt damit das Gebiet dar, in dem das Planvorhaben eine hohe Versorgungsbedeutung übernehmen wird.

Das Einzugsgebiet für das Untersuchungsobjekt wird unter Berücksichtigung der Angebots- und Nachfragesituation bestimmt. Dabei sind für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung grundsätzlich folgende Faktoren von Bedeutung:

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung im geplanten Sortimentsbereich
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand[8]
- die projektrelevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Anbieter im engeren und weiteren Standortumfeld
- die Attraktivität des Projektvorhabens, die u. a. durch die Dimensionierung, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Betreibers bestimmt wird
- die Qualität des Projektstandortes, die u. a. die verkehrliche Erreichbarkeit, die Lage zu Siedlungsschwerpunkten sowie ggf. Agglomerationseffekte umfasst
- Barrierewirkungen, ausgehend von den topografischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten
- traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung
- die zentralörtliche Funktion der Stadt.

Ein Einzugsgebiet ist grundsätzlich nicht als statisches Gebilde anzusehen, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil eines Betriebes/ Standortverbundes stammt.

Vor allem aufgrund bestehender Wettbewerbsstrukturen, der Lage des Planvorhabens innerhalb des Nahversorgungszentrums Friedrich-Wilhelms-Hütte, des größeren Bevölkerungspotenzials im direkten Standortumfeld und der Nahversorgungsfunktion des geplanten Drogeriemarktes ist von einem Einzugsgebiet auszugehen, welches sich im Wesentlichen auf den Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte bezieht. Das Einzugsgebiet des Planvorhabens weist somit ein **Bevölkerungspotenzial von 7.100 Einwohnern** auf.

[8] Mit zunehmender Häufigkeit der Bedarfsdeckung und abnehmendem spezifischen Wert des nachgefragten Gutes nimmt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand ab. Demzufolge sind bei einem Angebot der Grundversorgung die Aktionsradien räumlich enger als bei Angeboten des längerfristigen Bedarfsbereichs (z. B. Möbelsortiment).

Über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinaus, sind in nachgeordnetem Maße zusätzlich Kunden von außerhalb zu erwarten. Diese werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als sog. „**diffuse Umsatzzuflüsse**“ berücksichtigt.

In Bezug auf die diffusen Umsatzzuflüsse ist zu berücksichtigen, dass im Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte insbesondere mit den bereits bestehenden Lebensmitteldiscountmärkten Aldi Süd und Penny sowie dem geplanten modernen Edeka-Supermarkt und dem im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse betrachteten geplanten Rossmann-Drogeriemarkt ein sehr attraktiver Nahversorgungsstandort entwickelt wird. Dies wird dazu führen, dass der Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte auch Nahversorgungsfunktionen für den im Westen angrenzenden Stadtteil Sieglar übernehmen wird – insbesondere vor dem Hintergrund, dass im Stadtteil Sieglar kein Drogeriemarkt ansässig ist.

Darüber hinaus sind auch Kaufkraftzuflüsse aus dem Sankt Augustiner Stadtteil Menden, der im Süden an Friedrich-Wilhelms-Hütte angrenzt, zu erwarten, da hier ebenfalls kein Drogeriemarkt ansässig ist.

Das **vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen** errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag,[9] gewichtet mit der stadtspezifischen Kaufkraftkennziffer.

Die Höhe der **Kaufkraftkennziffer** wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer stellt unabhängig von der Gemeindegröße das Verhältnis des in der Stadt/ Gemeinde verfügbaren Netto-Einkommens zum Gesamteinkommen in Deutschland dar, welches für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht. Für Troisdorf liegt mit einem Index von insgesamt 99,4 ein leicht unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau vor.[10]

Die **durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben** in Deutschland belaufen sich im Sortiment Drogeriewaren aktuell auf rd. 348 €.

Unter Berücksichtigung der erläuterten Parameter steht den Einwohnern im Marktgebiet für das Sortiment Drogeriewaren ein **Kaufkraftvolumen in Höhe von rd. 2,5 Mio. €** im Jahr zur Verfügung.

---

9 Auf Basis von IfH-Daten aus dem Jahre 2018

10 Quelle: MB-Research, Kaufkraft nach Sortimenten 2018

6 Auswirkungsanalyse

6.1 Umsatzleistung des Planvorhabens

Die Einschätzung der durch die Ansiedlung das Planvorhaben zu erwartenden Umsätze bildet die Voraussetzung für die Bestimmung der zu erwartenden Umsatzumlenkungen und der hierdurch möglicherweise hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen.

Unter Berücksichtigung der bestehenden Angebots- bzw. Wettbewerbsstrukturen in der Stadt Troisdorf und im weiteren Umland sowie der marktüblichen Attraktivität des Planvorhabens wird die zu erwartende Umsatzleistung für den geplanten Drogeriemarkt ermittelt. Hierbei hängt die Umsatzerwartung des Planvorhabens zunächst vom Betreiber, von der Verkaufsflächengröße und von der Sortimentsaufteilung ab. Hinzu kommen aber auch die Gesamtattraktivität des Standortes sowie die standortbezogene Wettbewerbsintensität.

Geplant ist die Ansiedlung eines Drogeriemarktes mit einer Verkaufsfläche von max. 800 m². Unter Berücksichtigung des vorhandenen sortimentsbezogenen Kaufkraftpotenzials, der Gesamtattraktivität des Standortes und des Planvorhabens sowie der Agglomerationseffekte und der Intensität des Wettbewerbs kann von dem geplanten Drogeriemarkt eine maximale Umsatzleistung von ca. 3,5 Mio. € generiert werden. Der weit überwiegende Anteil des zu erwartenden Umsatzes wird mit rd. 2,8 Mio. € auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente Drogeriewaren (rd. 2,2 Mio. €) und Lebensmittel (rd. 0,6 Mio. €) entfallen. Ein Umsatz in Höhe von insgesamt rd. 0,7 Mio. € wird mit sonstigen Sortimenten erwirtschaftet werden. Hierunter sind insbesondere die Sortimente Babybekleidung, Tiernahrung/ -pflege, Kerzen, Strumpfwaren, Bilderrahmen und Foto/ Optik zu verstehen. Diese stellen eine Abrundung des vorgehaltenen Kernsortiments dar und werden auf Klein- und Kleinstflächen angeboten.

Abbildung 7: Umsatzerwartung des Planvorhabens nach Sortimenten

Planvorhaben	Umsatz
Sortimente	**Umsatzprognose in Mio. €**
Drogeriewaren	2,2
Nahrungs- und Genussmittel	0,6
Sonstige Sortimente[1]	0,7
Summe	**3,5**

1 u. a. Aktionswaren, Zeitschriften, Schreib-/ Spielwaren, Haushaltwaren, Tchibo-Shop, Foto/ Media, Dekoration/ Kerzen, Schmuck/ Textilien
Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung nach Angaben des Auftraggebers

Mit rd. 70 % wird der geplante Drogeriemarkt den Großteil seines Umsatzes durch Kaufkraftbindung innerhalb des Einzugsgebietes, d. h. im Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte, generieren. Hierbei wird der Drogeriemarkt bezogen auf die von ihm abgedeckten Sortimente einen Marktanteil von bis zu 30 % erzielen können.

Unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation und da innerhalb des Stadtteils Friedrich-Wilhelms-Hütte mit zwei Lebensmitteldiscountern (Aldi Süd und Penny) sowie dem geplanten modernen Edeka-Supermarkt und dem geplanten Rossmann-Drogeriemarkt ein attraktiver Nahversorgungsstandort entwickelt wird, ist davon auszugehen, dass das Planvorhaben rd. ein Drittel seines Umsatzes durch Streuumsätze, insbesondere aus Troisdorf-Sieglar und Sankt Augustin-Menden erwirtschaften wird.

6.2 Umsatzumverteilungseffekte des Planvorhabens

Im vorherigen Abschnitt wurden die Umsätze und Abschöpfungsquoten im Einzugsgebiet des Vorhabens prognostiziert und somit dargelegt, welche Versorgungsbedeutung das Planvorhaben übernehmen kann.

Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind die durch das Vorhaben induzierten Umlenkungseffekte für die ansässigen Betriebe relevant. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall am Standort zu erwartende (Mehr-) Umsatz zwangsläufig Wettbewerbern an anderer Stelle verloren geht, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern/ Wettbewerbsstandorten umgelenkt wird.[11]

Im Hinblick auf die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen ist der zu erwartende Planumsatz als maßgebliche Bewertungsgröße heranzuziehen, die Auslöser für Veränderungen von Kaufkraftströmen und in deren Folge für Auswirkungen auf bestehende Angebotsstrukturen sein kann.

Bei der Einschätzung der zu erwartenden Umsatzumverlagerungseffekte sind die Gutachter von folgenden Annahmen ausgegangen:

- Die durch die Einzelhandelsplanung hervorgerufenen Umsatzverlagerungen gehen in erster Linie zu Lasten derjenigen Wettbewerber, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen. Dies bedeutet, dass als Hauptwettbewerber des Planvorhabens in erster Linie größere Drogeriemärkte anzusehen sind.
- Mit zunehmender Entfernung des Projektstandortes nimmt die Stärke der Umsatzverlagerungseffekte ab. Dies bedeutet, dass Einzelhandelsbetriebe im näheren Umfeld des Projektstandortes stärker von Umsatzverlagerungen betroffen sind als weiter entfernt gelegene Einzelhandelsbetriebe.

  Dieser Annahme liegt der Erfahrungswert zugrunde, dass für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben mit zunehmender Zeitdistanz und dem hiermit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird. Die Zeitdistanzempfindlichkeit der einzelnen Sortimente

[11] Dabei werden „Worst-Case-Annahmen“ u. a. hinsichtlich der Auswirkungen für städtebaulich integrierte Wettbewerber (zentrale Versorgungsbereiche / wohnungsnahe Standorte) getroffen.

ist jedoch unterschiedlich und wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt.

So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs - wie z. B. Lebensmittel und Drogeriewaren - aufgrund des relativ niedrigen Warenwertes sowie der vergleichsweise hohen Einkaufsfrequenz eine hohe Zeitdistanzempfindlichkeit auf. Die Folge hiervon ist, dass bereits nach relativ geringer Zeitdistanz die Nachfrage nach diesen Gütern deutlich abnimmt.

Ausgehend vom Status quo werden die Veränderungen der Kaufkraftströme im Rahmen einer Kaufkraftstrom-Modellrechnung simuliert. Das Prognosemodell berücksichtigt folgende Faktoren:

- Einwohnerzahlen und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsgebiet
- Zeitdistanzen im Einkaufsverkehr zwischen den Kundenwohnorten im Untersuchungsgebiet und den relevanten Wettbewerbsstandorten
- Standorte, Dimension und Attraktivität der relevanten Wettbewerber
- Agglomerationseffekte durch den Standortverbund v. a. bestehend aus zwei Lebensmitteldiscountmärkten, einem Getränkemarkt und dem geplanten Drogeriemarkt.

Auf der Basis dieses Simulationsmodells können Aussagen darüber getroffen werden, welche Standorte bei der Realisierung des Planvorhabens in welchem Umfang durch Umsatzeinbußen betroffen sein werden.

Das eingesetzte Prognosemodell wurde bereits in zahlreichen Praxissituationen erprobt und verfeinert, sodass es zur Abschätzung der Auswirkungen von Einzelhandel auf die Kaufkraftbindung und die Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet geeignet erscheint.

Wie bereits dargelegt, verstehen sich die nachfolgenden Betrachtungen als Worst-Case-Szenario. Dabei werden maximale Verkaufsflächen und eine hohe Leistungsfähigkeit des Vorhabens und damit die denkbar stärksten Auswirkungen zugrunde gelegt.

Die vorstehenden Annahmen haben im Hinblick auf das Ansiedlungsvorhaben in der Stadt Troisdorf und den daraus zu erwartenden Umsatzverlagerungen folgende Konsequenzen:

- Wie bereits dargelegt, ist für den projektierten Drogeriemarkt mit bis zu 800 m² Verkaufsfläche ein Gesamtumsatz in Höhe von rd. 3,5 Mio. € zu prognostizieren. Hiervon entfallen rd. 2,2 Mio. € auf das Kernsortiment Drogeriewaren, rd. 0,6 Mio. € auf das nahversorgungsrelevante Randsortiment Nahrungs- und Genussmittel sowie und rd. 0,7 Mio. € auf die sonstigen Randsortimente.
- Vor dem Hintergrund der gegebenen Marktsituation ist davon auszugehen, dass der geplanten Drogeriemarkt voraussichtlich den Großteil seines Umsatzes (rd. 2,3 Mio. €) durch Umsatzumverteilungen gegenüber Wettbewerbsbetrieben in der **Stadt Troisdorf** generiert. Dies würde hier zu einer Umsatzumverteilungsquote von insgesamt max. 5 % des derzeitigen Umsatzes führen.

- Von den Wettbewerbswirkungen werden mit einer Umverteilungsquote von insgesamt max. 4 % des derzeitigen Umsatzes (max. 0,7 Mio. €) in besonderem Maße die Lebensmittelmärkte im **Nahversorgungszentrum Friedrich-Wilhelms-Hütte** betroffen sein. Dies ist im Wesentlichen damit zu begründen, dass sich das Planvorhaben ebenfalls innerhalb dieses zentralen Versorgungsbereich befindet und somit bei dem Lebensmittelmärkten insbesondere im Randsortiment Drogeriewaren, aber auch im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmitteln, zu einer Umorientierung auf den neuen Anbieter führen wird.
- Beim geplanten **Edeka-Supermarkt** im Westen des Stadtteils ist eine Umverteilungsquote von max. 3 % des derzeitigen Umsatzes (max. 0,2 Mio. €) zu erwarten.
- Da innerhalb der Stadt Troisdorf die zum Planvorhaben nächstgelegenen Drogeriemärkte innerhalb der **Innenstadt von Troisdorf** ansässig sind, sind bei diesen Anbietern (v. a. Müller, dm und Rossmann) mit max. 7 % des derzeitigen Umsatzes (max. 1,1 Mio. €) die größten Umsatzumverteilungen zu erwarten. Die Umverteilung gegenüber sonstigen Betrieben in der Innenstadt, die Sortimentsüberschneidungen mit dem Drogeriemarkt aufweisen, fällt dagegen nur marginal aus.
- Die Umverteilungseffekte gegenüber der **Fachmarktagglomeration Spicher Straße/ Im Zehnthof** sind auf max. 0,3 Mio. € (max. 6 % des derzeitigen Umsatzes) zu prognostizieren. Diese Umverteilungen beziehen sich insbesondere auf den hier ansässigen dm-Drogeriemarkt.
- Mit Umsatzumverteilungsquoten von insgesamt bis zu 2 % bzw. 3 % des derzeitigen Umsatzes wird das Planvorhaben zudem Wettbewerbswirkungen gegenüber Drogeriemärkten in den Nachbarkommunen **Siegburg** und **Sankt Augustin** auslösen. Damit liegen die Umverteilungsquoten jedoch auf einem so niedrigen Niveau, das eine Existenzgefährdung dieser Marktteilnehmer ausgeschlossen werden kann.

  Auch bei einer Unterscheidung nach Lagen sind außerhalb der Stadt Troisdorf nur vergleichsweise niedrige Umverteilungsquoten zu erwarten. Hierbei werden sich die Umverteilungsquoten selbst bei einer einzelbetrieblichen Betrachtung bei jedem Anbieter deutlich unterhalb des Schwellenwertes für mögliche negative städtebauliche Effekte von rd. 10 % Umsatzumverteilung bewegen.
- Die Umsatzumlenkung bei Betrieben mit Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben außerhalb des Untersuchungsgebietes (**diffuse Umverteilung**) liegt bei rd. 0,4 Mio. € und verteilt sich aufgrund der Agglomerations- bzw. Kopplungseffekte auf eine große Anzahl von Anbietern in einem vergleichsweise großen Gebiet. Eine Gefährdung einzelner Betriebe kann demnach ausgeschlossen werden.

Abbildung 8: Umsatzumverteilungseffekte des Drogeriemarktes nach Sortimenten

Umverteilung	Drogeriewaren			Nahrungs- und Genussmittel			Sonstige Sortimente			Summe		
	derzeitiger Umsatz	Umverteilung		derzeitiger Umsatz	Umverteilung		derzeitiger Umsatz	Umverteilung		derzeitiger Umsatz	Umverteilung	
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %	in Mio. €
Stadt Troisdorf, davon	**13,0**	**8**	**1,1**	**20,2**	**3**	**0,6**	**10,3**	**6**	**0,6**	**43,5**	**5**	**2,3**
■ NVZ Friedrich-Wilhelms-Hütte (v. a. Aldi Süd, Penny)	1,5	8	0,1	11,7	3	0,4	2,9	5	0,2	16,3	4	0,7
■ Sonstige Standorte Friedrich-Wilhelms-Hütte (Edeka)	0,6	9	(*)	6,5	2	0,1	0,5	3	(*)	7,4	3	0,2
■ Innenstadt von Troisdorf (v. a. Müller, dm, Rossmann)	8,1	7	0,7	1,5	6	0,1	5,5	5	0,3	15,1	7	1,1
■ FM-Agglomeration Spicher Straße/ Im Zehnthof (dm)	2,8	6	0,2	0,5	4	(*)	1,4	4	0,1	4,7	6	0,3
Stadt Siegburg, davon	**15,4**	**3**	**0,5**	**2,7**	**(*)**	**(*)**	**9,9**	**(*)**	**(*)**	**28,0**	**2**	**0,5**
■ NVZ Nordstadt (Rossmann)	2,3	4	0,1	0,4	(*)	(*)	1,1	(*)	(*)	3,8	3	0,1
■ Innenstadt (v. a. Müller, dm)	10,4	3	0,3	1,9	(*)	(*)	8,4	(*)	(*)	20,7	1	0,3
■ Fachmarktzentrum „Mühlengraben-Quartier“ (dm)	2,7	4	0,1	0,4	(*)	(*)	0,4	(*)	(*)	3,5	3	0,1
Stadtzentrum Sankt Augustin	**5,9**	**5**	**0,3**	**1,1**	**(*)**	**(*)**	**4,4**	**(*)**	**(*)**	**11,4**	**3**	**0,3**
Diffuse Umverteilung	./.	./.	0,3	./.	./.	(*)	./.	./.	0,1	**./.**	**./.**	**0,4**
Gesamt	**./.**	**./.**	**2,2**	**./.**	**./.**	**0,6**	**./.**	**./.**	**0,7**	**./.**	**./.**	**3,5**

(*) marginal, d. h. < 0,1 Mio. € bzw. < 1 %
Quelle: BBE-Berechnungen 2018 (Rundungsdifferenzen möglich)

6.3 Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung

Für die städtebauliche Bewertung des Planvorhabens ist im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden oder die Nahversorgung in Wohngebieten nachteilig beeinflusst wird.[12] Diese negativen Auswirkungen wären zu unterstellen, wenn infolge des Planvorhabens solche Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren bzw. der wohnungsnahen Versorgung wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können. Die Entwicklungsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen wäre dann beeinträchtigt, wenn bei Realisierung der Projektplanung die Chancen bestehender Betriebe zur Anpassung an Marktentwicklungen oder die Entwicklungschancen zum Ausbau zentraler Versorgungsbereiche eingeschränkt würden.

Städtebaulich relevante Auswirkungen liegen somit regelmäßig dann vor, wenn

- die Versorgung der Bevölkerung nicht mehr gewährleistet ist, da infolge eines Planvorhabens flächendeckende Geschäftsaufgaben bzw. Aufgaben von strukturprägenden Betrieben in zentralen Versorgungsbereichen bzw. an wohnungsnahen Standorten zu befürchten sind, bzw.
- das Planvorhaben zu Leerständen und damit zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche führt und
- das Planvorhaben (geplante) Ansiedlungen in zentralen Versorgungsbereichen verhindern könnte.

Die BBE Handelsberatung GmbH vertritt die gutachterliche Einschätzung, dass durch die geplante Ansiedlung eines Drogeriemarktes in der Stadt Troisdorf (Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte) keine nachteiligen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung in der Stadt Troisdorf sowie in umliegenden Städten und Gemeinden zu erwarten sind.

Folgende Gründe sprechen zusammenfassend für diese Einschätzung:

- Bei der Bewertung der Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung ergibt sich eine städtebauliche Besonderheit dadurch, dass das Planvorhaben einem im Einzelhandelskonzept ausgewiesenen Nahversorgungszentrum zugeordnet ist.

[12] Die Einschätzung städtebaulicher Auswirkungen ist dabei maßgeblich angelehnt an die Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO, wonach sich Einzelhandelsbetriebe „nicht nur unwesentlich“ auswirken dürfen. Noch nicht abschließend geklärt ist, ab welcher Höhe des Schwellenwertes gravierende Auswirkungen auftreten können. In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis hat sich als quantitative Orientierungsgröße etabliert, dass bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust von 10 %, bei anderen Sortimenten von 20 % zu Geschäftsaufgaben als abwägungsrelevant angesehen wird. Bis zu diesen Abwägungsschwellenwerten ist regelmäßig davon auszugehen, dass sich keine erheblichen städtebaulichen Folgen ergeben werden. Es müssen jedoch weitere qualitative Indikatoren geprüft werden, um die Auswirkungen des Vorhabens beurteilen zu können.

Hierdurch stimmt Planvorhaben mit den stadtentwicklungspolitischen Zielen der Stadt Troisdorf grundsätzlich überein. So ist die Ansiedlung eines Drogeriemarktes, der über ein nahversorgungsrelevantes Kernsortiment verfügt, mit dem Zentrenkonzept vereinbar, da mit dem Planvorhaben eine Stärkung und Sicherung der Nahversorgung in einem zentralen Versorgungsbereich einhergehen wird.

- Für die Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen ist zudem von Bedeutung, dass das Planvorhaben einen Drogeriemarkt in einer marktüblichen Größe (max. 800 m² VKF) darstellt. Neben den nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereichen Drogeriewaren und Nahrungs- und Genussmittel werden nur in untergeordnetem Umfang sonstige Nonfood-Sortimente (v. a. Tiernahrung/ -pflege, Kerzen, Strumpfwaren, Bilderrahmen und Foto/ Optik) angeboten.
- Für den projektierten Einzelhandelsbetrieb ist ein Gesamtumsatz in Höhe von rd. 3,5 Mio. € zu prognostizieren. Auf den Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente Drogeriewaren und Nahrungs- und Genussmittel wird mit rd. 2,8 Mio. € der größte Umsatzanteil entfallen. Dieser resultiert aus einer intensivierten Abschöpfung im Einzugsgebiet. Auf die sonstigen Sortimente wird ein Umsatz von rd. 0,7 Mio. € entfallen.
- Mögliche durch das Vorhaben hervorgerufene Umsatzumlenkungen sind insgesamt als vergleichsweise gering zu bewerten. Die prognostizierten Umsatzumlenkungen bewegen sich im Rahmen üblicher Wettbewerbswirkungen. Die wirtschaftliche Tragfähigkeit einzelner Wettbewerber wird nicht infrage gestellt.
- Wie oben dargestellt, ist für die städtebauliche Bewertung des Ansiedlungsvorhabens gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zunächst entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte **zentrale Versorgungsbereiche** in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden.

  Da innerhalb der Innenstadt von Troisdorf mit Müller, dm und Rossmann die zum Planvorhaben nächstgelegenen Drogeriemärkte ansässig sind, ist in diesem zentralen Versorgungsbereich mit max. 7 % des derzeitigen Umsatzes die höchste Umsatzumverteilungsquote zu erwarten.

  Bei der Bewertung der Umverteilungsquote gegenüber den projektrelevanten Anbieter in der Troisdorfer Innenstadt ist zu berücksichtigen, dass es sich bei diesen Anbietern um moderne und leistungsstarke Einzelhandelsbetriebe handelt. Daher bestehen für diese Nahversorgungsmärkte sowohl baulich als auch betriebswirtschaftlich gute Rahmenbedingungen. Auch unter Berücksichtigung der Wettbewerbsentwicklung in der Stadt Troisdorf ist grundsätzlich davon auszugehen, dass diese Märkte nach Realisierung des Planvorhabens erhalten bleiben.

  Neben dem o. g. Anbietern werden in der Innenstadt von Troisdorf Drogeriewaren lediglich durch einzelne Fachgeschäfte vorgehalten. Bezüglich dieser kleinteiligen Betriebe ist festzuhalten, dass hier maximal marginale Umsatzumverteilungen zu erwarten sind.

  Insgesamt kann festgehalten werden, dass im Zusammenhang mit der Umsatzumverteilung zulasten der projektrelevanten Anbieter die Funktionsfähigkeit der Troisdorfer Innenstadt nicht gefährdet wird.

  Auch im weiteren Untersuchungsgebiet sind städtebaulich negative Folgen für zentrale Versorgungsbereiche auszuschließen. So bewegen sich die Umsatzumverteilungsquoten im Nahversorgungszentrum Friedrich-Wilhelms-Hütte, im Nahversorgungszentrum Nordstadt und in der Innenstadt von Siegburg sowie im Stadtzentrum Sankt Augustin mit max. 4 % des derzeitigen Umsatzes in einer Größenordnung, bei der ein Marktaustritt einzelner Drogeriewarenanbieter im Zuge der Projektrealisierung ausgeschlossen werden kann.

- Neben der Frage, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden, ist zudem entscheidend, ob die **wohnungsnahe Versorgung** in Wohngebieten in der Stadt Troisdorf oder in Nachbarkommunen gefährdet wird. In diesem Zusammenhang sind insbesondere die Wettbewerber zu betrachten, die sich an siedlungsintegrierten Standorten befinden und deshalb eine besondere Bedeutung für die fußläufige Nahversorgung haben.

  Eine relevante Wirkung des Vorhabens auf die wohnungsnahe Versorgung wäre zu erwarten, wenn hier durch die Realisierung des Planvorhabens die Angebotsstrukturen aufgrund von Wettbewerbswirkungen gravierenden Beeinträchtigungen ausgesetzt wären und somit die Grundversorgung der Wohnbevölkerung gefährdet würde.

  Gegenüber dem geplanten Edeka-Supermarkt, der im Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte außerhalb des Nahversorgungszentrums ansässig ist, wird das Vorhaben mit max. 3 % des derzeitigen Umsatzes nur sehr geringe Wettbewerbswirkungen auslösen. Damit bewegen sich die Umverteilungseffekte in einer Größenordnung, die keine Betriebsaufgabe zur Folge haben wird.

  Da es sich bei dem zu betrachtenden dm-Drogeriemarkt innerhalb der Fachmarktagglomeration Spicher Straße/ Im Zehnthof in Troisdorf um einen Einzelhandelsbetrieb an einem dezentralen Standort handelt, wären mit dieser Entwicklung keine nachteiligen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung verbunden. Allerdings kann bei einer Umverteilungsquote von max. 6 % des derzeitigen Umsatzes eine Schließung des Drogeriemarktes im Zuge des Planvorhabens auch ausgeschlossen werden.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass aufgrund der Höhe der prognostizierten Umverteilungseffekte keine Gefährdung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit der im Untersuchungsraum ansässigen Wettbewerber zu erwarten ist.

In der Summe ist somit festzustellen, dass durch die geplante Ansiedlung eines Drogeriemarktes in der Stadt Troisdorf weder innerhalb noch außerhalb der Stadt Troisdorf städtebauliche Auswirkungen i. S. d. § 11 Abs. 3 BauNVO hervorgerufen werden.

7 Fazit der Auswirkungsanalyse

Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen auf, dass infolge der im Troisdorfer Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte geplanten Ansiedlung eines Drogeriemarktes keine städtebaulich oder raumordnerisch relevanten beeinträchtigenden Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind.

Diese Beurteilung beruht im Wesentlichen auf folgende Punkte:

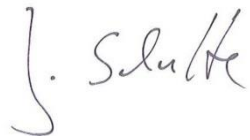
- In der Stadt Troisdorf ist im Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte auf einem Grundstück an der Mendener Straße in unmittelbarer Nachbarschaft eines Aldi Süd-Lebensmitteldiscountmarktes die Ansiedlung eines Drogeriemarktes mit bis zu 800 m² Verkaufsfläche geplant.
- Da sich das Projektareal gemäß Bebauungsplan H 105 innerhalb eines festgesetzten Gewerbegebietes befindet, in dem keine Einzelhandelsbetriebe zulässig sind, macht das Vorhaben die Änderung des vorhandenen Bebauungsplanes erforderlich. Angestrebt wird, für das Plangrundstück ein Sondergebiet für einen nicht-großflächigen Drogeriemarkt festzusetzen.
- Der Untersuchungsstandort befindet sich in einem im Einzelhandels- und Zentrenkonzept ausgewiesenen Nahversorgungszentrum. Aufgrund seiner städtebaulich integrierten Lage innerhalb des abgegrenzten Nahversorgungszentrum ordnet sich das Ansiedlungsvorhaben gemäß kommunalem Einzelhandelskonzept in die städtebauliche Planungsziele der Stadt Troisdorf grundsätzlich ein.
- Der geplante Drogeriemarkt wird hier insbesondere zusammen mit den beiden bereits ansässigen Lebensmitteldiscountern Aldi Süd und Penny als wichtiger Versorgungsstandort für den Troisdorfer Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte fungieren. Im Einzugsgebiet leben 7.100 Einwohner, die im Sortiment Drogeriewaren über ein Nachfragevolumen von rd. 2,5 Mio. € verfügen.

  Darüber hinaus reichende Einkaufsbeziehungen werden als „Streuumsätze“ quantifiziert.
- Für den geplanten Drogeriemarkt ist ein Gesamtumsatz in Höhe von rd. 3,5 Mio. € zu prognostizieren. Mit rd. 2,8 Mio. € entfällt hiervon der größte Umsatzanteil auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente Drogeriewaren und Nahrungs- und Genussmittel. Auf die sonstigen Sortimente wird ein Umsatz von rd. 0,7 Mio. € entfallen.
- Die Ansiedlung des Drogeriemarktes wird keine nachteiligen städtebaulichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche oder die wohnungsnahe Versorgung in der Stadt Troisdorf hervorrufen. Strukturgefährdungen in Nachbargemeinden können aufgrund der Größe des Einzugsgebietes und der hier ausgelösten Wettbewerbseffekte ebenfalls ausgeschlossen werden, sodass von dem Planvorhaben keine nachteiligen städtebaulichen Auswirkungen ausgehen werden.
- Abschließend lässt sich festhalten, dass im Realisierungsfall der in der Stadt Troisdorf im Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte geplanten Ansiedlung eines Drogeriemarktes die prognostizierten Umsatzverlagerungen keine Größenordnungen erreichen, bei denen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung in der Stadt Troisdorf im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind.

Vor dem Hintergrund des vergleichsweise geringen Kaufkraftzuflusses von außerhalb der Stadt Troisdorf ist auch nicht davon auszugehen, dass im Umland die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche oder der wohnungsnahen Versorgung beeinträchtigt wird und die Zutrittschancen von Betrieben gleicher Marktausrichtung durch das Planvorhaben in Nachbargemeinden eingeschränkt werden.

Köln, im August 2018

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Joachim Schulte



i. V. Rainer Schmidt-Illguth