Auswirkungsanalyse

zur geplanten Erweiterung des Aldi Süd-Lebensmitteldiscountmarktes 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 87a
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 4
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.

Köln, im September 2017

Inhaltsverzeichnis

Seite

1 Ausgangssituation, Zielsetzung und methodische Vorgehensweise ... 4
1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung ... 4
1.2 Methodische Vorgehensweise ... 4
2 Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel ... 6
3 Standortseitige Aspekte ... 9
3.1 Makrostandort ... 9
3.2 Mikrostandort ... 11
4 Wettbewerbssituation ... 13
4.1 Projektrelevante Wettbewerbssituation in der Stadt Troisdorf ... 13
4.2 Projektrelevante Wettbewerbssituation außerhalb der Stadt Troisdorf ... 16
4.3 Fazit zur Wettbewerbssituation ... 16
5 Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftvolumen ... 18
5.1 Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial ... 18
5.2 Umsatzleistung und Marktabschöpfung des Planvorhabens ... 20
6 Auswirkungsanalyse ... 24
6.1 Umsatzumlenkungseffekte ... 24
6.2 Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung ... 28
6.3 Einordnung des Vorhabens in die Ziele und Grundsätze des Landesentwicklungsplanes ... 32
7 Fazit der Auswirkungsanalyse ... 33

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel 6
Abbildung 2: Durchschnittliche Artikelanzahl nach Betriebstyp 7
Abbildung 3: Lage der Stadt Troisdorf und zentralörtliche Gliederung 9
Abbildung 4: Planstandort und Nutzungsstrukturen im Standortumfeld..... 12
Abbildung 5: Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum..... 15
Abbildung 6: Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet nach Standortlagen..... 17
Abbildung 7: Marktanteile des Lebensmitteldiscountmarktes vor und nach Erweiterung 21
Abbildung 8: Umsatzumverteilung des Planvorhabens..... 27

1 Ausgangssituation, Zielsetzung und methodische Vorgehensweise

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Die ALDI GmbH & Co. KG Sankt Augustin plant, die Filiale am Standort Mendener Straße in Troisdorf von heute rd. 800 m² auf zukünftig rd. 1.200 m² Verkaufsfläche (VKF) zu erweitern. Da die Filiale im Erweiterungsfall als großflächiger Einzelhandelsbetrieb zu beurteilen ist, macht das Vorhaben die Änderung des vorhandenen Bebauungsplanes und die Ausweisung eines Sondergebietes im Sinne von § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) erforderlich.

Das Planareal befindet sich innerhalb des abgegrenzten Nahversorgungszentrums Friedrich-Wilhelms-Hütte. Aufgrund dieser städtebaulich integrierten Lage ordnet sich das Erweiterungsvorhaben in das kommunale Einzelhandelskonzept der Stadt Troisdorf ein und wahrt auch das Integrationsgebot des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen (LEP NRW, Ziel 6.5-2).

Im anstehenden Genehmigungsverfahren wird allerdings unter anderem noch der Nachweis erforderlich, dass die geplante Filialerweiterung keine Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit anderer zentraler Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung in der Stadt Troisdorf oder in Nachbarkommunen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO auslösen wird.

Sofern der entsprechende Nachweis erbracht werden kann, wäre damit zugleich aufgezeigt, dass das Planvorhaben auch das Beeinträchtigungsverbot (Ziel 6-5.3) des LEP NRW beachtet.

Die BBE Handelsberatung legt hiermit eine entsprechende absatzwirtschaftliche Auswirkungsanalyse vor, die als Entscheidungsgrundlage im Genehmigungsverfahren Verwendung finden kann.

1.2 Methodische Vorgehensweise

Das vorliegende Gutachten basiert auf Vor-Ort-Recherchen im Untersuchungsgebiet. Das Untersuchungsgebiet umfasst weite Bereiche der Stadt Troisdorf sowie das angrenzende Stadtgebiet 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 im Juli 2017,
- Erhebung der strukturprägenden Lebensmittelmärkte (v. a. SB-Warenhäuser, Supermärkte und Lebensmitteldiscounter) im Untersuchungsgebiet im Juli 2017,
- 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 der folgenden 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. Den Bezugsmaßstab dieser Prüfung stellt § 11 Abs. 3 BauNVO dar.

[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.

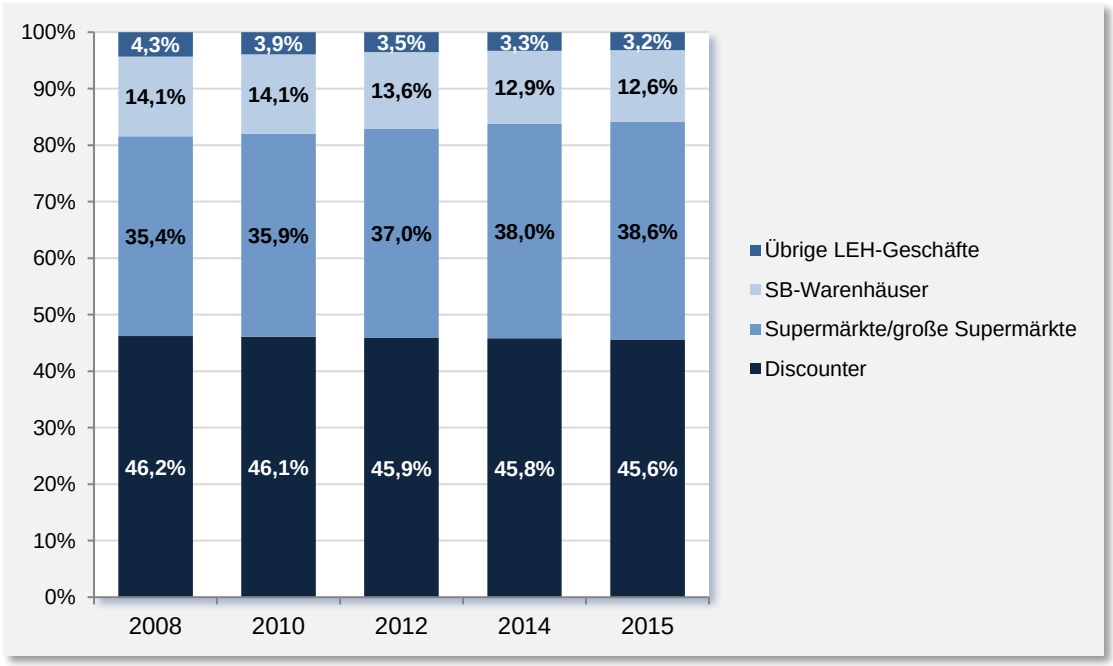
2 Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel

Zur Einordnung des Vorhabens in einen übergeordneten Rahmen innerhalb der deutschen Handelslandschaft werden im Folgenden einige Entwicklungen und Trends im Lebensmitteleinzelhandel aufgezeigt.

Der Ausgabenanteil für Lebensmittel hat im Gegensatz zu anderen Bereichen des Handels in den letzten Jahren leicht zugenommen. Dies resultiert zum einen aus Veränderungen der Nachfrage und steigenden Preisen sowie zum anderen aus einer Diversifizierung des Angebotes. Nachfrageseitig haben verschiedene Lebensmittelskandale ein Umdenken in Gang gesetzt, das bei den Verbrauchern zu einer leicht gestiegenen Ausgabebereitschaft für qualitativ hochwertige Lebensmittel geführt hat. Insbesondere lässt sich dies am boomenden Absatz von Bio-Lebensmitteln ablesen, die inzwischen zum Sortiment aller Lebensmittelmärkte - vom Lebensmitteldiscounter bis zum Bio-Supermarkt - zählen.

Von den Einzelhandelsausgaben der deutschen Verbraucher in Höhe von ca. 510 Mrd. € entfallen rd. 261 Mrd. € auf die Kernsortimente der Nahversorgung (Lebensmittel, Getränke, Drogeriewaren, Apothekenwaren).[2] Dies entspricht einem Anteil von rd. 51 % und dokumentiert die hohe Bedeutung dieses Marktsegmentes, insbesondere der Nahrungs- und Genussmittel.

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel



Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2016, BBE-Darstellung

[2] Vgl. IfH-Brancheninformationssystem, Marktvolumen 2015

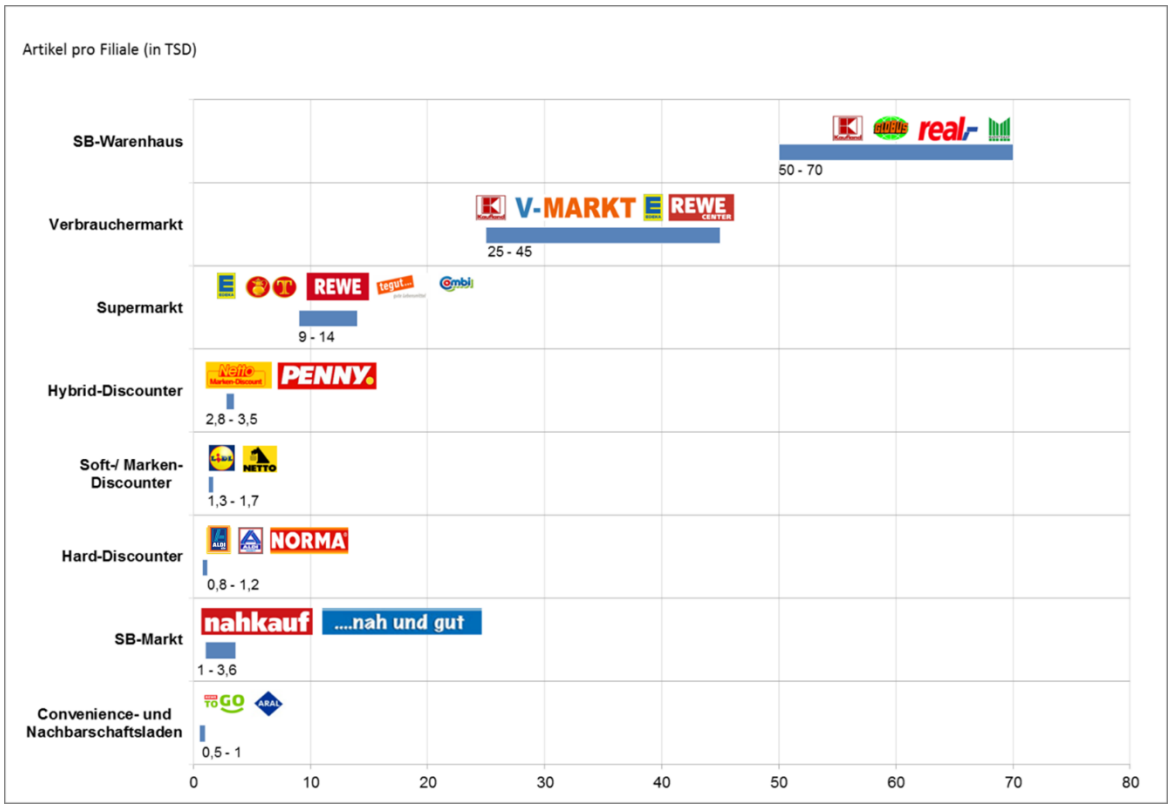
Die Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel ist insgesamt durch eine starke Dynamik geprägt, wobei das Wachstum der Branche vor allem durch zunehmende Nachverdichtung, Flächenausweitungen und Diversifizierung des Angebots generiert wird. Gleichzeitig weist die Branche eine hohe Konzentration auf Handels- und Lieferantenseite auf.

Aufgrund einer ausgeprägten Preisorientierung der deutschen Kunden und an veränderte Verbraucherwünsche angepasster Betriebskonzepte haben die Lebensmitteldiscounter in den letzten Jahrzehnten stark an Marktanteilen gewinnen können und sind seit einigen Jahren mit einem Marktanteil von ca. 46 % der am stärksten präsente Betriebstyp des Lebensmittelhandels (vgl. Abbildung 1).

Im Discountsegment werden seitens der Betreiber für Neubauten mittlerweile Verkaufsflächen zwischen 800 und 1.500 m² als marktgerecht angesehen.

Dabei ist zwischen den Hard-Discountern und den Soft- bzw. Markendiscountern zu unterscheiden (vgl. Abbildung 2). Hard-Discounter führen etwa 800 – 1.200 verschiedene Artikel, wohingegen die Soft-Lebensmitteldiscounter mit bis zu 1.700 Artikeln annähernd die doppelte Artikelzahl anbieten. Charakteristisch für Lebensmitteldiscounter, insbesondere Hard-Discounter, ist der hohe Anteil an Eigenmarken. Eine Weiterentwicklung des Betriebstyps stellen die Supermarkt-Discount-Hybriden (oder Hybrid-Discounter) dar, zu denen in Deutschland u. a. Netto zählt. Netto positioniert sich hinsichtlich der Artikelzahl und des Getränkesortiments zwischen Supermarkt und Lebensmitteldiscounter.

Abbildung 2: Durchschnittliche Artikelanzahl nach Betriebstyp



Quelle: BBE Handelsberatung

In der Praxis versorgt sich der Verbraucher nicht nur bei einer, sondern bei durchschnittlich 4 Betriebsformen. Idealtypischer Weise wird der Grundbedarf beim Lebensmitteldiscounter eingekauft, die Produkte, die dort nicht erhältlich sind oder die man dort nicht kaufen möchte, werden bei anderen Anbietern nachgefragt.

Die Lebensmitteldiscounter besitzen in der Regel einen einheitlichen Marktauftritt, so dass der Kunde in jedem Markt des jeweiligen Betreibers dasselbe Sortiment vorfindet. Gleichzeitig wachsen die Verkaufsflächen der Lebensmitteldiscounter seit Jahren kontinuierlich. Hierfür sind vor allem folgende Ursachen anzuführen:

- Die Angebotsdiversifizierung und ansprechende Präsentation insbesondere von Frische-Produkten (Obst & Gemüse, Molkereiprodukten, Backwaren, Fleisch, Fisch) und Bio-Lebensmitteln hat neben einer qualitativen Aufwertung des Marktauftritts regelmäßig auch einen höheren Flächenbedarf zur Folge. Dagegen ist kein steigender Flächenbedarf für die Aktionswaren zu verzeichnen.
- Großzügigere Verkehrsflächen, insbesondere größere Gangbreiten, tragen zur Vereinfachung von (logistischen) Betriebsabläufen bei, so dass die Kunden mehr Platz haben und gleichzeitig die Bestückung des Ladens effizienter erfolgen kann.
- Großzügigere Warenpräsentation und niedrigere Regalhöhen erleichtern vor allem den Kunden (u. a. auch mit Blick auf den demographischen Wandel und den höheren Anteil älterer Kunden) den Warenzugang.

Größere Flächen führen dabei jedoch nicht in gleichem Umfang zu Mehrumsätzen, sondern regelmäßig zu einer abnehmenden Flächenleistung. Gleichzeitig ermöglicht die größere Verkaufsfläche eine höhere Rentabilität z. B. durch Reduzierung der Transportkosten durch größere Liefermengen oder der Personalkosten durch effektivere Bestückung der Warenpräsentation.

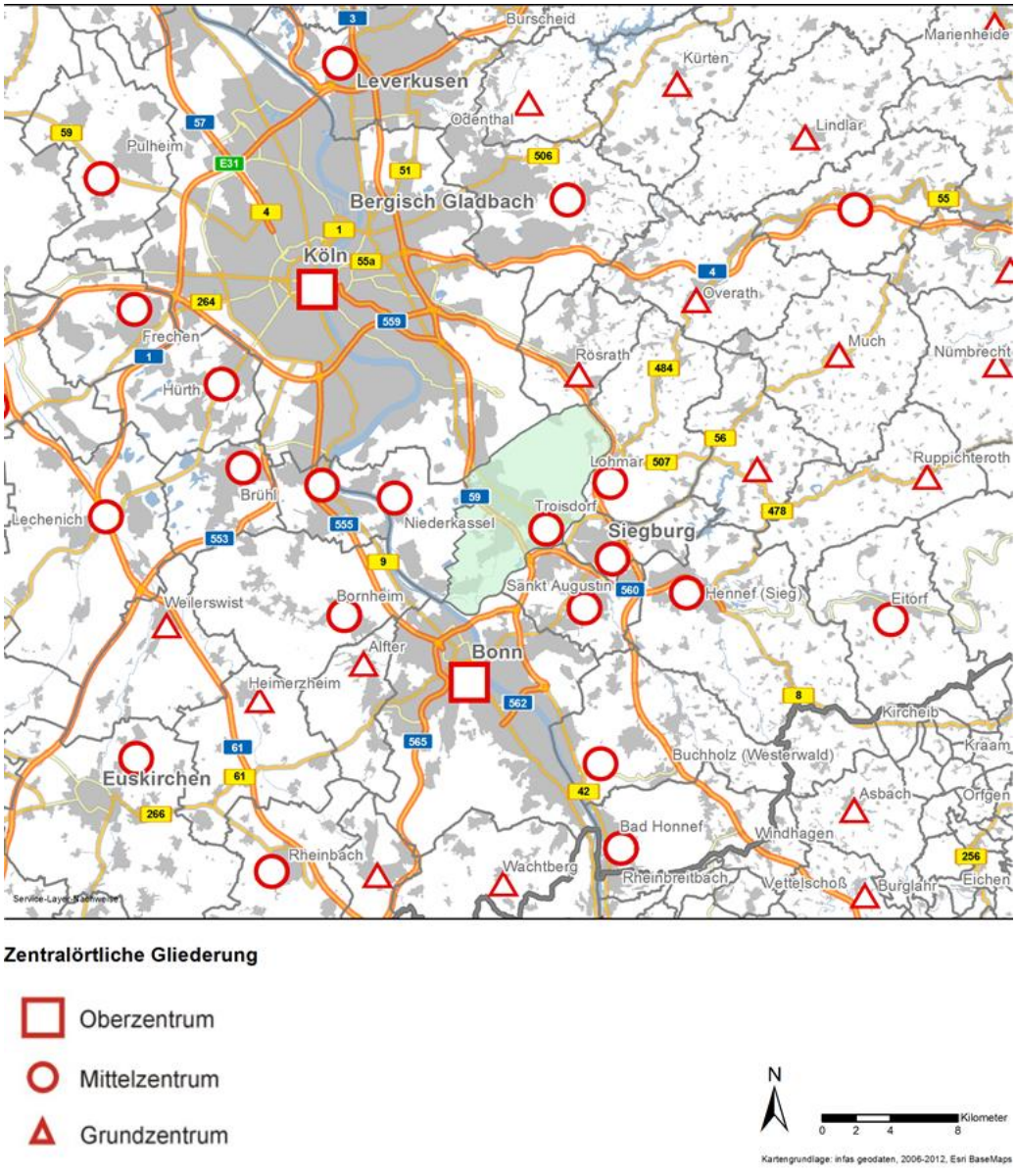
3 Standortseitige Aspekte

3.1 Makrostandort

Lage und Siedlungsstruktur

Die kreisangehörige Stadt Troisdorf liegt rechtsrheinisch im Norden des Rhein-Sieg-Kreises, 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 2017

Bevölkerungsdaten

Die Stadt Troisdorf, die sich aus zwölf Stadtteilen zusammensetzt, verfügt über 77.753 Einwohner.[3] Die beiden einwohnerstärksten Stadtteile Troisdorf-Mitte und Spich verfügen über rd. 21 % bzw. 17 % der Bevölkerung. Der Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte, in dem sich der Planstandort befindet, weist 7.176 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 ist verkehrlich gut an das überregionale Straßennetz angebunden. 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 CIMA-Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept für die Stadt Troisdorf aus dem Jahr 2010 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.[4]

Die Stadt Troisdorf weist eine Einzelhandelszentralität von insgesamt rd. 83,8 % auf. Dies sagt aus, dass der Gesamtumsatz rd. 16,2 % unter dem vor Ort vorhandenen Kaufkraftpotenzial liegt

---

[3] Quelle: Stadt Troisdorf, Stand: 31.12.2016

[4] 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.

und somit per Saldo Kaufkraftabflüsse festzustellen sind. Eine Einzelhandelszentralität von rd. 83,8 % ist für ein Mittelzentrum als vergleichsweise niedrig einzustufen.

Die direkte Konkurrenz durch die in der Nachbarschaft liegenden Oberzentren Bonn und Köln erklärt teilweise die insgesamt eher geringe Ausstrahlungskraft des Troisdorfer Einzelhandels.

3.2 Mikrostandort

Lage des Projektgrundstücks und Nutzungsumfeld

Die zu betrachtende Aldi Süd-Filiale auf dem Grundstück Mendener Straße 29 befindet sich östlich und nördlich der Mendener Straße im Troisdorfer Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte. Im Norden verläuft die Ahrstraße. Im Osten wird das Plangrundstück durch eine Bahntrasse begrenzt.

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

Im Westen und Osten befindet sich Wohnbebauung, die insbesondere im Westen durch Hochhäuser geprägt ist. Die Anbindung der Bevölkerung im Osten des Aldi Süd-Marktes wird durch eine nahegelegene Bahnunterführung an der Ahnstraße gewährleistet.

Verkehrliche Situation des Planstandortes

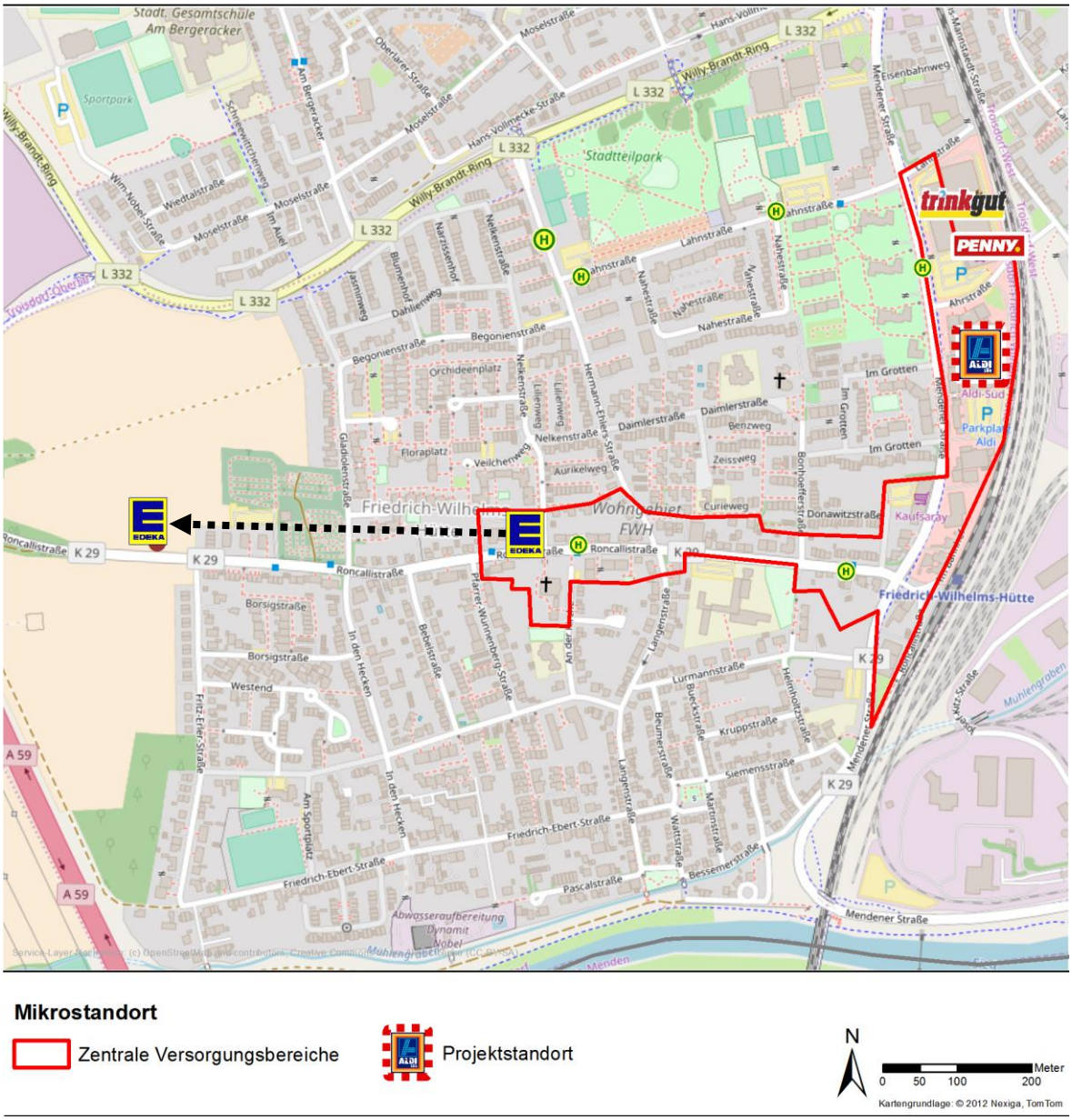
Verkehrlich wird das Projektareal über die Mendener Straße, die eine wichtige Erschließungsstraße des Stadtteils Friedrich-Wilhelms-Hütte darstellt, erschlossen.

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 nach dem kommunalen Einzelhandelskonzept abgegrenzten Nahversorgungszentrums Friedrich-Wilhelms-Hütte liegt.

Abbildung 4: Planstandort und Nutzungsstrukturen im Standortumfeld



Quelle: BBE-Darstellung 2017

4 Wettbewerbssituation

Um Aussagen über die wettbewerblichen Rahmenbedingungen sowie mögliche durch die geplante Erweiterung des Discountmarktes hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen treffen zu können, ist eine Betrachtung der Angebotsstrukturen im Umfeld des Planstandortes notwendig.

Die Wettbewerbssituation wird wesentlich durch die größeren Lebensmittelmärkte geprägt, während der kleinteilige Einzelhandel (Lebensmittelfachgeschäfte) nur in begrenztem Maße von der Vergrößerung des Aldi Süd-Marktes betroffen sein wird. Dies resultiert daraus, dass die Systemwettbewerber (= Discountmärkte, Supermärkte, Verbrauchermärkte / SB-Warenhäuser) überwiegend dem Versorgungseinkauf dienen und eine große Sortimentsüberschneidung mit dem Vorhaben aufweisen. Damit wird das Planvorhaben in erster Linie mit systemgleichen Betrieben in Wettbewerb treten.

Im Folgenden wird die Wettbewerbsbetrachtung auf die strukturprägenden Hauptwettbewerber bezogen. Im Stadtgebiet von Troisdorf, mit Fokus auf den Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte und die an diesen Stadtteil angrenzenden Troisdorfer Stadtteile und in angrenzenden Kommunen sind dies vor allem folgende Betriebe:

4.1 Projektrelevante Wettbewerbssituation in der Stadt Troisdorf

Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte

Im Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte befinden sich neben dem zu erweiternden Aldi-Markt an der Mendener Straße noch zwei weitere Lebensmittelmärkte (Penny und Edeka), wobei insbesondere der Penny-Discountmarkt stadtteilbezogen als Hauptwettbewerber des Planvorhabens zu bewerten ist.

Darüber hinaus werden ein hier ansässiger Trinkgut-Getränkemarkt, ein Lebensmittelgeschäft (Kaufsaray, türkische Lebensmittel) sowie Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien) als Anbieter mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten in der Untersuchung berücksichtigt.

Der Penny-Lebensmitteldiscountmarkt, der zurzeit von heute ca. 700 m² auf ca. 1.100 m² Verkaufsfläche erweitert, und der Getränkemarkt Trinkgut (rd. 500 m² VKF) befinden sich im unmittelbaren Standortumfeld des Planvorhabens und 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, so dass die Voraussetzungen zur Umsetzung eines modernen Supermarkt-Vertriebskonzeptes fehlen. Der Markt wird bereits im September 2017 geschlossen.

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

Alle untersuchungsrelevanten Betriebe im Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte, die unter Berücksichtigung des Edeka-Planvorhabens zusammen über eine Verkaufsfläche von rd. 4.600 m² verfügen, erwirtschaften nach eigener Prognose einen Umsatz von insgesamt rd. 23,5 Mio. €.

Stadtteil Troisdorf

Der Stadtteil Troisdorf befindet sich nördlich des Planstandortes. Im zentralen Versorgungsbereich „Troisdorf Innenstadt“ sind das SB-Warenhaus (Kaufland), die beiden Supermärkte (Rewe, Edeka) und ein Lebensmitteldiscountmarkt (Aldi Süd) ansässig. Die in der Troisdorfer Innenstadt ansässigen strukturprägenden Lebensmittelanbieter verfügen über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 10.000 m², auf der ein jährlicher Gesamtumsatz von rd. 42,6 Mio. € erwirtschaftet wird.

Zwei Lebensmitteldiscountmärkte (Aldi, Lidl) sind darüber hinaus an Nahversorgungsstandorten mit stadtteilbezogener Nahversorgungsfunktion ansässig.

Stadtteil Sieglar

Im Stadtteil Sieglar, der sich westlich an den Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte anschließt, befinden sich vier Lebensmittelmärkte (HIT, Aldi, Lidl, Netto). Die modernen Anbieter HIT, Aldi und Lidl liegen innerhalb der dezentralen Fachmarktagglomeration „Spicher Straße/ Im Zehnthof“, in der darüber hinaus weitere größere Einzelhandelsbetriebe (Knauber-Hobby- und Freizeitmarkt, Fressnapf, dm, Takko und Siemes Schuh-Center) ansässig sind.

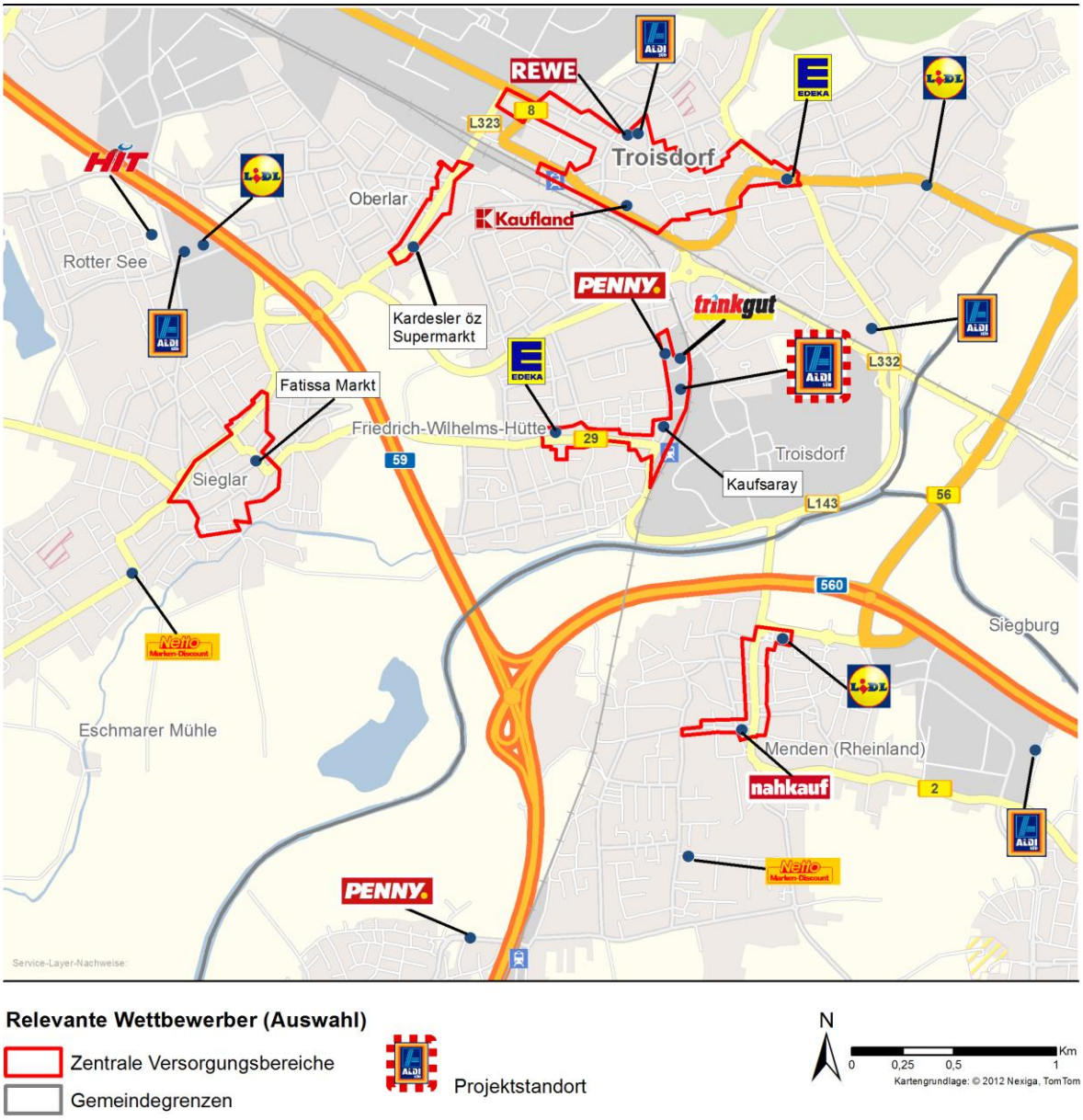
Der Netto-Markt ist mit einem Bäcker als Konzessionär an einem Nahversorgungsstandort mit stadtteilbezogener Nahversorgungsfunktion verortet.

Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches „Sieglar“, der die Versorgungsfunktion eines Nebenzentrums übernehmen soll, sind keine strukturprägenden Lebensmittelmärkte ansässig. Mit dem „Fatissa-Markt“ ist jedoch auf einen Lebensmittelanbieter mit rd. 350 m² Verkaufsfläche zu verweisen, der neben einer Vielzahl landesüblicher türkischer Produkte auch deutsche und europäische Produkte anbietet.

Stadtteil Oberlar

Der Stadtteil Oberlar befindet sich im nördlichen Teil von Sieglar und grenzt nordwestlich an Friedrich Wilhelms-Hütte an. Im Stadtteil Oberlar ist seit der Schließung des Netto-Lebensmittel-discountmarktes im Juni 2017 kein strukturprägender Lebensmittelmarkt ansässig. Einziger Lebensmittelmarkt ist ein im Nahversorgungszentrum Oberlar lokalisierter türkischer Supermarkt (Kardesler öz Supermarkt), der aufgrund seiner Spezialisierung auf türkische Lebensmittel nur eingeschränkt als wettbewerbsrelevant zu bewerten ist.

Abbildung 5: Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum



Quelle: BBE-Darstellung

4.2 Projektrelevante Wettbewerbssituation außerhalb der Stadt Troisdorf

Südlich des Planvorhabens grenzt die Stadt Sankt Augustin mit dem Ortsteil Menden an die Stadt Troisdorf. Die Wettbewerbssituation im Ortsteil Menden ist durch das Nahversorgungszentrum Burgstraße/ Siegstraße geprägt, das im Lebensmittelsegment neben kleinteiligen Einzelhandelsangeboten einen Lidl-Markt (Siegstraße, rd. 800 m² VKF), den Biomarkt „Vier Jahreszeiten“ (Siegstraße, rd. 450 m² VKF) sowie einen Nahkauf-Supermarkt (Burgstraße, rd. 550 m² VKF) aufweist.

Außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches ist im Gewerbegebiet Menden ein Aldi-Markt (Einsteinstraße, rd. 850 m² VKF) ansässig, der aufgrund seiner relativen räumlichen Nähe zum Planvorhaben ebenfalls in der vorliegenden Untersuchung berücksichtigt wird.

In wohngebietsintegrierter Lage befindet sich an der Gutenbergstraße in Menden zudem ein Netto-Lebensmitteldiscountmarkt mit ca. 800 m² Verkaufsfläche. Dieser Markt übernimmt aufgrund seiner Lagesituation überwiegend lokale Versorgungsfunktionen.

Aufgrund der Zeit-Wege-Distanzen und der gegebenen Angebotsstrukturen sind die Lebensmittelmärkte in den weiteren Stadtbereichen von Sankt Augustin und in der Stadt Siegburg als nur nachrangig untersuchungsrelevant zu betrachten, so dass für diese Bereiche keine Wettbewerbsbetrachtung erfolgt.

4.3 Fazit zur Wettbewerbssituation

Wettbewerber des Planvorhabens sind insbesondere die im (weiteren) Standortumfeld angesiedelten größeren Lebensmittelmärkte – insbesondere Lebensmitteldiscountmärkte. Diese Hauptwettbewerber befinden sich sowohl innerhalb als auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche.

Weiterhin ist auf mehrere Anbieter des Lebensmittelhandwerks und Spezialanbieter hinzuweisen, die ebenfalls innerhalb und außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ansässig sind. Da die Anbieter des Lebensmittelhandwerks und die Spezialanbieter jedoch jeweils nur über eine geringe Verkaufsfläche (unter 200 m²) verfügen bzw. nur Ausschnitte des Lebensmittelsortiments führen, sind sie nur nachrangig als Wettbewerber einzustufen.

Bei einigen vorhandenen Märkten besteht aufgrund eines derzeit eingeschränkt zeitgemäßen Marktauftritts Modernisierungsbedarf. Falls bei diesem Markt aufgrund der Standortbedingungen keine Modernisierung bzw. Vergrößerung möglich ist, ist – unabhängig von dem hier betrachteten Erweiterungsvorhaben – eine Marktaufgabe nicht ausgeschlossen.

Da sowohl in den angrenzenden Stadtteilen von Troisdorf als auch in den angrenzenden Stadtbereichen der Nachbarstädte jeweils eigene, marktgerechte Versorgungsstrukturen in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten vorzufinden sind, ist keine (wesentliche) Orientierung von der dort lebenden Bevölkerung auf die Angebotsstrukturen im Troisdorfer Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte zu erwarten. Vielmehr bedingt der vorab dargestellte, regionale Wettbewerb für die in Friedrich-Wilhelms-Hütte ansässigen Lebensmittelanbieter einen hohen Konkurrenzdruck und ein klar abzugrenzendes Marktgebiet, das sich im Wesentlichen auf den Stadtteil beschränkt.

Abbildung 6: Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet nach Standortlagen

Lebensmittelanbieter am Standort:	Umsatz[1]
	in Mio. €
Stadt Troisdorf, davon	**116,9**
NVZ Friedrich-Wilhelms-Hütte (v. a. Aldi, Penny)	16,1
Sonstige Standorte Friedrich-Wilhelms-Hütte (Edeka)	7,4
Innenstadt von Troisdorf (v. a. Kaufland, Rewe, Edeka, Aldi)	42,6
Nebenzentrum Sieglar	1,1
Nahversorgungszentrum Oberlar	0,8
Siedlungsintegrierte Lagen (v. a. Aldi, Lidl, Edeka, Lidl)	23,6
Dezentrale Standorte (v. a. Aldi, Lidl, Hit)	25,3
Stadtteil Sankt Augustin-Menden, davon	**20,3**
Nahversorgungszentrum Menden (v. a. Lidl, Nahkauf)	9,9
sonstige Standorte (v. a. Aldi, Netto)	10,4
Untersuchungsraum gesamt	**137,2**

[1] inkl. Nonfood-Sortimente
Quelle: BBE-Erhebungen/ Berechnungen 2017

5 Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftvolumen

5.1 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 Erweiterungsvorhaben eine hohe Versorgungsbedeutung bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten übernehmen wird.

Unter Berücksichtigung der Angebots- und Nachfragesituation wird gutachterlicherseits das Einzugsgebiet für das Untersuchungsobjekt abgegrenzt. Dabei sind für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung grundsätzlich folgende Faktoren von Bedeutung:

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung in den geplanten Sortimentsbereichen,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,[5]
- die relevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Wettbewerber im engeren und weiteren Standortumfeld,
- die Attraktivität der Einzelhandelslage, die durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Betreibers bestimmt wird,
- die Qualität des Mikrostandortes, die aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten und aus möglicherweise vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen ausgehend von den topographischen, 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. Für das Planvorhaben in Troisdorfer Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte sind folgende Faktoren für die perspektivische Reichweite des Kundenherkunftsgebietes von Bedeutung:

[5] 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).

- Aufgrund des nahversorgungsbezogenen Angebotsschwerpunktes (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) des Planvorhabens stellt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand für die Ausdehnung des (perspektivischen) Einzugsgebietes einen begrenzenden Faktor dar.
- Die an Friedrich-Wilhelms-Hütte angrenzenden Stadtteile von Troisdorf sowie die hieran angrenzenden Stadtbereiche der Nachbarkommunen verfügen über leistungsfähige Nahversorgungsstrukturen, die das Einzugsgebiet des Untersuchungsvorhabens räumlich begrenzen.

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 zu erweiternden Aldi-Discountmarktes 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 7.176 Einwohnern** auf.

Über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinaus, sind in nachgeordnetem Maße zusätzlich Kunden von außerhalb zu erwarten. Dazu gehören v. a. Einwohner aus dem sonstigen Stadtgebiet von Troisdorf sowie Berufspendler aus dem erweiterten Umland. Diese werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als sog. „**diffuse Umsatzzuflüsse**“ berücksichtigt.

Es ist nicht davon auszugehen, dass die Flächenerweiterung einen so hohen Attraktivitätsgewinn zur Folge haben würde, dass der Standort zukünftig in größerem Maße von Kunden aus dem weiteren Stadtgebiet von Troisdorf oder aus Umlandgemeinden aufgesucht würde. Somit wird auch der erweiterte Discounter zukünftig überwiegend der stadtteilbezogenen Versorgung dienen.

Hierfür sprechen mehrere Gründe:

- Die Vergrößerung der Verkaufsfläche dient primär der verbesserten Warenpräsentation und der Vereinfachung der logistischen Abläufe.
- Die Aldi Süd-Filiale wird in Bezug auf ihr Sortiment somit künftig die gleichen Funktionen wie heute ausüben und somit im Wesentlichen die innerhalb des Einzugsgebietes lebende Bevölkerung ansprechen. Neue Warengruppen, die unter Umständen einen Einfluss auf das Einzugsgebiet ausüben könnten, werden nicht in das Angebot aufgenommen.
- Darüber hinaus ist die Aldi Süd-Filiale am Markt bereits fest etabliert, so dass sich die Einkaufsorientierungen und damit das Einkaufsverhalten der Verbraucher im Untersuchungsraum bereits im Wesentlichen herausgebildet haben. Die angestrebte Verkaufsflächenerweiterung wird somit nicht mit einer grundlegenden Veränderung der bestehenden Kunden- und Kaufkraftströme einhergehen – damit sind zugleich Umsatzsteigerungen enge Grenzen gesetzt.
- Die Größenordnung der Erweiterung um ca. 400 m² Verkaufsfläche wird bei unverändertem Sortiment somit nicht dazu geeignet sein, die nach außen gerichtete Kundenansprache gravierend zu verändern.

Das **vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen** errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet (7.176 Einwohner) mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag von aktuell ca. 2.648 € für nahversorgungsrelevante Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren)[6], gewichtet mit der gemeindespezifischen Kaufkraftkennziffer.

Die Höhe der **Kaufkraftkennziffer** wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer stellt unabhängig von der Gemeindegröße das Verhältnis des im Einzugsgebiet verfügbaren Nettoeinkommens zum Gesamteinkommen in Deutschland dar, welches für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht. Die sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffer der Stadt Troisdorf liegt bei 99,6. Die Kaufkraftkennziffern der Stadt Troisdorf bewegt sich somit leicht unterhalb des Bundesdurchschnitts (= 100,0).

Nach den Zahlen der BBE-Marktforschung steht unter Berücksichtigung der erläuterten Parameter im abgegrenzten Einzugsgebiet in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren ein **Kaufkraftvolumen** in Höhe von insgesamt rd. **18,9 Mio. €** im Jahr zur Verfügung.

5.2 Umsatzleistung und Marktabschöpfung des Planvorhabens

Die Einschätzung der durch die geplante Erweiterung des in Troisdorf im Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte ansässigen Aldi Süd-Marktes zu erwartenden (Mehr-) Umsätze bildet die Voraussetzung für die Bestimmung der zu erwartenden Umsatzumlenkungen und der hierdurch möglicherweise hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen.

Vor diesem Hintergrund ist aufbauend auf der Angebots- und Nachfrageanalyse eine Umsatzprognose für das Planvorhaben zu errechnen. Die Berechnung erfolgt auf Basis einer Marktanteilsprognose, mit der die am Vorhabenstandort unter Beachtung der Wettbewerbssituation bindungsfähigen Kaufkraftanteile (= Kaufkraftbindungsquoten) ermittelt werden.

Die Umsatzerwartung hängt dabei zunächst von der Marktbedeutung der zu betrachtenden Betriebsform (Lebensmitteldiscountmarkt) sowie des Betreibers (Aldi Süd) ab. Darüber hinaus nehmen auch die Gesamtattraktivität des Standortes, das ansprechbare Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet sowie die Intensität des Wettbewerbs Einfluss auf den zu erwartenden Umsatz.

In der folgenden Tabelle sind die Umsätze und Kaufkraftbindungsquoten für den bestehenden und den erweiterten Aldi Süd-Lebensmitteldiscountmarkt für nahversorgungsrelevante Sortimente im Einzugsgebiet zusammengefasst dargestellt.

Nach der BBE-Prognose erwirtschaftet die bestehende Aldi Süd-Filiale mit Kunden aus dem Einzugsgebiet, d. h., aus dem Troisdorfer Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte, ca. 80 % des prognostizierten nahversorgungsrelevanten Umsatzes (ca. 5,5 Mio. €), so dass diese Filiale für die dortige

[6] Quelle: BBE-Berechnungen auf Basis von IfH-Daten (Stand Dezember 2015)

Bevölkerung einen wichtigen Bestandteil der wohnortnahen Versorgung darstellt. Somit erreicht die Aldi Süd-Filiale bezogen auf das im Einzugsgebiet verfügbare nahversorgungsrelevante Kaufkraftvolumen einen Marktanteil von ca. 29 %.

Insbesondere aufgrund der vergleichsweise geringen Aldi Süd-Filialnetzdichte im Untersuchungsgebiet werden zudem rd. 20 % des nahversorgungsrelevanten Umsatzes (ca. 1,3 Mio. €) mit Kunden generiert, die von außerhalb des Einzugsgebietes stammen.

Mit einem Marktanteil von rd. 36 % in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten wird auch der erweiterte Aldi Süd-Lebensmitteldiscountmarkt eine sehr wichtige nahversorgungsbezogene Bedeutung für die Stadtteilbevölkerung übernehmen. Mit ca. 6,8 Mio. € werden ebenfalls mindestens 80 % des nahversorgungsbezogenen Umsatzes mit Kunden aus dem Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte generiert. Wie auch beim bestehenden Aldi Süd-Markt ist am Standort auch nach der Erweiterung nur in untergeordnetem Maße von diffusen Zuflüssen auszugehen. Diese werden sich in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zukünftig auf rd. 1,7 Mio. € oder ca. 20 % des zu erwartenden nahversorgungsrelevanten Umsatzes belaufen.

Damit resultiert der durch die Erweiterung zu erwartende Mehrumsatz insbesondere aus einer erhöhten Kaufkraftbindung im heutigen Einzugsgebiet; eine räumliche Ausdehnung des Marktgebietes ist angesichts der Siedlungs- und Wettbewerbsstrukturen nicht zu erwarten.

Abbildung 7: Marktanteile des Lebensmitteldiscountmarktes vor und nach Erweiterung

Umsatzherkunft	Kaufkraft-potenzial	Bestand		Planung		Differenz	
	in Mio. €	MA* in %	Umsatz in Mio. €	MA* in %	Umsatz in Mio. €	MA* in %	Umsatz in Mio. €
Einzugsgebiet (Friedrich-Wilhelms-Hütte)	18,9	29	5,5	36	6,8	+ 7	+ 1,3
Diffuse Zuflüsse	./.	./.	1,3	./.	1,7	./.	+ 0,4
Nahversorgungsrelevante Kernsortimente gesamt	**./.**	**./.**	**6,8**	**./.**	**8,5**	**./.**	**+ 1,7**
Nonfood-Sortimente	./.	./.	1,3	./.	1,5	./.	+ 0,2
Summe	**./.**	**./.**	**8,1**	**./.**	**10,0**	**./.**	**+ 1,9**

* MA = Marktanteil
Quelle: BBE-Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

Laut sekundärstatistischen Daten beträgt der durchschnittliche Umsatz einer Aldi Süd-Filiale in Deutschland ca. 8,4 Mio. €. Die durchschnittliche Filialgröße beträgt ca. 830 m² Verkaufsfläche.[7]

Grundsätzlich gilt für Filialen von Aldi-Süd, dass unabhängig von der Filialgröße in allen Märkten dasselbe Angebot vorgehalten wird. Damit geht tendenziell einher, dass die kleineren Filialen (mit einem höheren Personalaufwand) einen auf die Fläche bezogenen höheren Umsatz erzielen können als die Filialen, die dasselbe Angebot auf einer größeren Fläche präsentieren (und damit weniger häufig Ware nachlegen müssen).

Gemäß oben stehender Prognose der Marktanteile gehen die BBE-Gutachter davon aus, dass sich der Umsatz der bestehenden Aldi Süd-Filiale unter Berücksichtigung der zusätzlichen Umsätze mit Nonfood-Sortimenten gegenwärtig in einer Größenordnung von rd. 8,1 Mio. € pro Jahr bewegt. Auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) entfallen hiervon rd. 6,8 Mio. € und auf Nonfood-Sortimente rd. 1,3 Mio. €. Bei den Nonfood-Sortimenten handelt es sich vornehmlich um wöchentlich wechselnde Aktionswaren.

Da die **Aktionsware eines Lebensmitteldiscountmarktes** häufig wechselt, sind Zuordnungen der Fläche und Umsätze auf einzelne Warengruppen nur bedingt möglich. Grundsätzlich ist festzustellen, dass das Aktionswarenprogramm sämtliche Warengruppen des Einzelhandels umfasst, wobei neben speziellen Lebensmitteln und Drogeriewaren insbesondere folgende Sortimentsbereiche regelmäßig im Angebot zu finden sind:

- Bekleidung/ Textilien
- Schuhe/ Lederwaren
- Papier/ Schreibwaren / Bücher
- Haushaltswaren
- Spielwaren und Sportartikel
- Elektrogeräte und Unterhaltungselektronik
- Heimwerker-/ Gartenbedarf.

Nach gutachterlichen Berechnungen auf Basis von Branchenveröffentlichungen und Ergebnissen der BBE-Marktforschung stellt das Textilsortiment unter den Nonfood-Artikeln von Lebensmitteldiscountmärkten das umsatzstärkste Teilsortiment dar. Im Durchschnitt über alle Discountmärkte entfallen rd. 6,0 % des Gesamtumsatzes auf das Textilsortiment. An zweiter Stelle folgt mit rd. 3,5 % des Umsatzes das Segment (Unterhaltungs-) Elektronik. Für die sonstigen Nonfood-Sortimente liegen die durchschnittlichen Umsatzanteile bei rd. 0,5 - 1,0 %.

[7] Vgl. Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report – Germany 2016/ 2017

Im Rahmen eines Worst-Case-Ansatzes wird unterstellt, dass die projektierte Verkaufsflächenerweiterung um ca. 400 m² auf ca. 1.200 m² zu einem deutlichen Umsatzzuwachs führen wird. Demgemäß wird im Folgenden davon ausgegangen, dass nach der Verkaufsflächenerweiterung ein **Umsatz von max. 10,0 Mio. €** erwirtschaftet werden kann. Dies entspricht einem jährlichen **Mehrumsatz von max. 1,9 Mio. €**. Damit wird die Filiale nach der projektierten Erweiterung ein deutlich über dem durchschnittlichen Aldi Süd-Filialumsatz (ca. 8,4 Mio. €) liegendes Leistungsniveau erreichen.

Höhere Umsatzzuwächse als vorab dargelegt sind aus folgenden Gründen nicht zu erwarten:

- Die geplante Erweiterungsmaßnahme dient nicht der Veränderung der Sortimentsausrichtung. Auch nach der Erweiterung wird der Sortimentsschwerpunkt des Aldi Süd-Marktes bei den nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten Nahrungs- und Genussmitteln sowie Drogeriewaren liegen. Vielmehr hat die Neuaufstellung den Zweck, die Voraussetzungen für eine großzügigere Warenpräsentation, verbesserte Kundenführung und Optimierung der internen Logistikabläufe zu schaffen.
- Die Aldi Süd-Filiale ist bereits seit mehreren Jahren am gegenwärtigen Standort etabliert. Gleiches gilt auch für die Angebotsstrukturen im Standortumfeld der Aldi Süd-Filiale, so dass sich die Einkaufsorientierungen und damit das Einkaufsverhalten der Verbraucher im Untersuchungsraum bereits im Wesentlichen herausgebildet haben.
- Mit der Erweiterung um ca. 400 m² Verkaufsfläche werden daher keine signifikanten Veränderungen des Marktgebietes einhergehen. Gleichwohl kann mit der projektierten Erweiterung die Rentabilität der Filiale deutlich verbessert werden.

6 Auswirkungsanalyse

6.1 Umsatzumlenkungseffekte

Im vorherigen Abschnitt wurden die Umsätze und Abschöpfungsquoten im Einzugsgebiet des Vorhabens prognostiziert und somit dargelegt, welche Versorgungsbedeutung der Aldi Süd-Lebensmitteldiscountmarkt nach der geplanten Erweiterung übernehmen kann.

Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind die durch das Planvorhaben gegenüber Wettbewerbsstandorten induzierten Umverteilungseffekte relevant. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall am Filialstandort zu erwartende Mehrumsatz zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht. Denn durch die Realisierung entsteht nicht mehr Kaufkraft, sondern diese wird lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern/ Wettbewerbsstandorten umverteilt.[8]

Da der vorhandene Lebensmittelmarkt am Standort bereits langjährig Umsätze realisiert, wird durch diesen „Bestandsumsatz“ keine zusätzliche städtebaulich relevante Umsatzumverteilung ausgelöst. Vielmehr ist davon auszugehen, dass sich der zu untersuchende Netto-Markt derzeitig in einem stabilen Wettbewerbsumfeld bewegt. Im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung ist infolge der geplanten Neuaufstellung bzw. Erweiterung mit zusätzlichen Umsätzen und damit Wettbewerbswirkungen zu rechnen. Auf diese zusätzliche Umsatzleistung sind die städtebaulichen Auswirkungen des Planvorhabens vornehmlich abzustellen.

Da die Bestandsfiliale ihre Wettbewerbswirkungen somit bereits in der Vergangenheit entfaltet hat, ist im Zuge des Erweiterungsvorhabens nur der – im Worst-Case-Szenario – zu erwartende Mehrumsatz zu berücksichtigen. Diese Methodik ist in den letzten Jahren mehrfach vom OVG Münster – u. a. im Zuge der geplanten CentrO-Erweiterung in Oberhausen - bestätigt worden.[9] Bei der Beurteilung, ob im Rahmen einer Erweiterung eines bestehenden Einzelhandelsbetriebes Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche der Standortkommune oder benachbarter Kommunen zu erwarten sind, ist demnach zu beachten, dass der zu erweiternde Einzelhandelsbetrieb mit seiner bisherigen (genehmigten) Größe am Erweiterungsstandort bereits vorhanden ist.

Diese Verfahrensweise hat das Bundesverwaltungsgericht in seinem Beschluss vom 12.02.2009 grundsätzlich bestätigt.[10] Dort heißt es wörtlich: „Dass das Oberverwaltungsgericht bei der Prognose, ob schädliche Auswirkungen in diesem Sinne zu erwarten sind, berücksichtigt hat, dass die Klägerin am Erweiterungsstandort bereits ein genehmigtes Lebensmitteldiscountgeschäft mit einer Verkaufsfläche von 699,11 m² betreibt, dass es also nicht die Auswirkungen der Neuansiedlung eines Discounters mit einer Verkaufsfläche von 900,08 m², sondern der Erweiterung eines Geschäfts mit 699,11 m² um 200,97 m², das dadurch großflächig wird, ermittelt hat (UA S. 19), steht

---

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

9 Vgl. die Urteile des OVG Münster vom 06.06.2005; Aktenzeichen: 10 D 148/04.NE sowie vom 06.11.2008; Aktenzeichen 10 A 1417/07 bzw. 10 A 2601/07

10 BVerwG 4 B 3.09

zu der dargelegten Rechtsprechung nicht in Widerspruch. Bei der Prognose der Auswirkungen ist […] von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen. Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb, dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt."

Die Umstrukturierung bzw. Erweiterung eines bereits am Markt tätigen Einzelhandelsbetriebes stellt folglich keine Neuansiedlung dar, so dass bei der Beurteilung etwaiger schädlicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche im Wesentlichen auf die vorgesehene Verkaufsflächenerweiterung und des sich ggf. hieraus ergebenden zusätzlichen Attraktivitätsgewinns abzustellen ist.

Wie bereits dargestellt, ist im Falle der Erweiterung des Aldi Süd-Discountmarktes ein Mehrumsatz in Höhe von max. 1,9 Mio. € zu prognostizieren. Davon wird der Großteil (rd. 1,7 Mio. €) auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente entfallen; die sonstigen Sortimente (Aktionswaren) werden voraussichtlich rd. 0,2 Mio. € erzielen.

Bei der Einschätzung der zu erwartenden Umsatzverlagerungseffekte gehen die Gutachter von folgenden Annahmen aus:

- 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 die im Umfeld ansässigen größeren Lebensmittelanbieter – insbesondere die Lebensmitteldiscountmärkte – 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 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.

Die vorstehenden Annahmen haben im Hinblick auf die durch die geplante Verkaufsflächenerweiterung zu erwartenden Umsatzverlagerungen folgende Konsequenzen:

- Das Planvorhaben wird mit rd. 0,7 Mio. € einen Großteil des Mehrumsatzes durch Umsatzumlenkungen gegenüber den Nahversorgungsmärkten generieren, die sich im unmittelbaren Standortumfeld des Planvorhabens, d. h., ebenfalls im Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte befinden.

  Dies führt im Nahversorgungszentrum Friedrich-Wilhelms-Hütte zu einer Umverteilungsquote von max. 6 % des derzeitigen Umsatzes. Von den Umverteilungseffekten wird insbesondere der nahegelegene Penny-Lebensmitteldiscountmarkt betroffen sein.

  Beim geplanten Edeka-Supermarkt im Westen des Stadtteils ist eine Umverteilungsquote von max. 3 % des derzeitigen Umsatzes zu erwarten.

- Bei den strukturprägenden Lebensmittelanbietern innerhalb der Troisdorfer Innenstadt (max. 1 % des derzeitigen Umsatzes, max. 0,5 Mio. €) ist dagegen eine deutlich geringere Umsatzumverteilungsquote zu erwarten.

- Für die sonstigen zentralen Versorgungsbereiche in Troisdorf sind aufgrund der räumlichen Entfernung und/ oder der Versorgungsbedeutung keine wesentlichen Umsatzeinbußen zu prognostizieren.

- An sonstigen Standorten in den untersuchungsrelevanten Stadtteilen von Troisdorf sind die Umsatzverluste der Hauptwettbewerber an siedlungsintegrierten Standorten auf weniger als 1 % des derzeitigen nahversorgungsrelevanten Umsatzes (max. 0,1 Mio. €) zu bilanzieren. Die Umsatzverluste der Betriebe an dezentralen Standorten werden ebenfalls auf max. 0,1 Mio. € prognostiziert.

- Die Umsatzumlenkung bei Lebensmittelmärkten in den angrenzenden Stadtbereichen von Sankt Augustin (Stadtteil Menden) liegt bei insgesamt max. 1 % des derzeitigen Umsatzes (max. 0,1 Mio. €). Im Nahversorgungszentrum Menden sind die Auswirkungen als marginal zu bewerten.

- Die Umsatzumlenkung bei Betrieben mit Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben außerhalb des Untersuchungsgebietes (diffuse Umverteilung) liegt bei max. 0,4 Mio. € und verteilt sich auf eine größere Anzahl von Anbietern. Hiervon werden vor allem die Lebensmittelmärkte in den benachbarten Siedlungsbereichen von St. Augustin und Siegburg betroffen sein.

Abbildung 8: Umsatzumverteilung des Planvorhabens

Umverteilung	Derzeitiger Wettbewerberumsatz[1]	Umsatzumverteilung	
	in Mio. €	in % des derzeitigen Umsatz[1]	in Mio. €
Stadt Troisdorf, davon	**108,8**	**1**	**1,4**
■ NVZ Friedrich-Wilhelms-Hütte	8,0	6	0,5
■ Sonstige Standorte Friedrich-Wilhelms-Hütte	7,4	3	0,2
■ Innenstadt von Troisdorf	42,6	1	0,5
■ Nebenzentrum Sieglar	1,1	< 1	< 0,1
■ Nahversorgungszentrum Oberlar	0,8	< 1	< 0,1
■ Siedlungsintegrierte Lagen	23,6	< 1	0,1
■ Dezentrale Standorte	25,3	< 1	0,1
Stadtteil Sankt Augustin-Menden, davon	**20,3**	**1**	**0,1**
■ Nahversorgungszentrum Menden	9,9	*< 1*	*< 0,1*
■ Sonstige Standorte	10,4	*1*	*0,1*
Diffuse Umverteilung	./.	./.	0,4
Gesamt	**./.**	**./.**	**1,9**

[1] v. a. Lebensmittelmärkte (inkl. Nonfood-Sortimente), Umsatz ohne zu untersuchenden Aldi Süd-Markt
Quelle: BBE-Berechnungen 2017 (Rundungsdifferenzen möglich)

6.2 Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung

Die prognostizierten Umverteilungseffekte des Vorhabens sind im Hinblick auf die versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen in der Stadt Troisdorf und den umliegenden Kommunen zu bewerten. Dabei stehen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche und der wohnungsnahen Versorgung im Vordergrund.

Für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden oder die Nahversorgung in Wohngebieten nachteilig beeinflusst wird.[11] Diese nachteiligen Auswirkungen wären zu unterstellen, wenn infolge der projektierten Erweiterung des Aldi Süd-Marktes solche Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren 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 benachbarter 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 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.

[11] 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.

Die BBE Handelsberatung GmbH vertritt die gutachterliche Einschätzung, dass infolge der geplanten Erweiterung des Aldi Süd-Lebensmitteldiscountmarktes am Standort Troisdorf Friedrich-Wilhelms-Hütte, Mendener Straße, keine negativen 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:

- Eine städtebauliche Besonderheit ergibt sich dadurch, dass das Planvorhaben einem im Einzelhandelskonzept ausgewiesenen Nahversorgungszentrum zugeordnet ist. Die Erweiterung eines danach großflächigen Einzelhandelsbetriebes ist mit dem Zentrenkonzept vereinbar und stellt eine Sicherung der Nahversorgung in einem zentralen Versorgungsbereich dar.
- Für die Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen ist von Bedeutung, dass das Planvorhaben einen Nahversorgungsbetrieb in einer marktüblichen Größe (ca. 1.200 m² VKF) darstellt. Neben den nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren werden nur in untergeordnetem Umfang sonstige Nonfood-Sortimente (v. a. Aktionswaren) angeboten.
- Die für den Aldi Süd-Markt geplante Verkaufsflächenerweiterung ist vor dem Hintergrund der Flächenentwicklung im deutschen Lebensmitteleinzelhandel als standortsichernde Maßnahme zu bewerten.
- Es wurde aufgezeigt, dass sowohl in der Ist-Situation als auch nach der Erweiterung der weit überwiegende Umsatzanteil in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Nahrungs- und Genussmittel/ Drogeriewaren) getätigt wird. Derzeitig entfallen ca. 6,8 Mio. € von insgesamt ca. 8,1 Mio. € Umsatz auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente. Nach erfolgter Erweiterung werden in der „Worst-Case-Betrachtung“ von insgesamt max. 10,0 Mio. € etwa 8,5 Mio. € mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten erwirtschaftet.
- Im Falle der „Worst-Case-Betrachtung“ würde die Neuaufstellung zu einer Umsatzsteigerung von insgesamt max. 1,9 Mio. € führen. Auf den Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente dürfte dabei mit ca. 1,7 Mio. € der größte Umsatzanteil entfallen. Dieser wird insbesondere aus einer intensivierten Abschöpfung im Einzugsgebiet stammen. Für den Bereich der sonstigen Sortimente bzw. Aktionswaren wird ein Umsatzzuwachs von rd. 0,2 Mio. € erwartet.
- Aufgrund des nahversorgungsrelevanten Kernsortiments wird die Aldi Süd-Filiale auch nach erfolgter Erweiterung vornehmlich der wohnortnahen Versorgung der im Nahbereich bzw. im Troisdorfer Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte lebenden Bevölkerung dienen.
- Wie vorab dargestellt, werden sich die größten Wettbewerbswirkungen gegenüber den nächstgelegenen Wettbewerbern, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen, einstellen. Als Hauptwettbewerber, die im Falle der Erweiterung des Aldi Süd-Lebensmitteldiscountmarktes im Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte am stärksten von Umsatzverlusten betroffen wären, sind die größeren Lebensmittelmärkte und dabei insbesondere die Lebensmitteldiscountmärkte in der Stadt Troisdorf zu bewerten.

  Mögliche, durch das Vorhaben hervorgerufene Umsatzumlenkungen bewegen sich im Rahmen üblicher Wettbewerbswirkungen.

- Wie oben dargestellt, ist für die städtebauliche Bewertung des Erweiterungsvorhabens gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zunächst entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte **zentrale Versorgungsbereiche** in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden.

  Aufgrund der Lage des Planvorhabens innerhalb des **Nahversorgungszentrums Friedrich-Wilhelms-Hütte** und der hier gegebenen Wettbewerbssituation ist in diesem zentralen Versorgungsbereich mit max. 6 % des derzeitigen Umsatzes noch die höchste Umverteilungsquote zu prognostizieren. Allerdings ist in diesem Zusammenhang zu betonen, dass trotz einer zu erwartenden Umsatzumverteilung gegenüber den bereits im Nahversorgungszentrum ansässigen Nahversorgungsbetrieben (v. a. Penny-Lebensmitteldiscountmarkt) die Umsatzleistung des Zentrums insgesamt um ca. 1,4 Mio. € angehoben werden kann, da sich das Planvorhaben ebenfalls im Nahversorgungszentrum befindet.

  Bei der Bewertung der Umverteilungsquote ist zu berücksichtigen, dass sich die Umsatzumverteilung insbesondere auf den Betrieb Penny richtet, bei dem es sich ebenfalls um einen Lebensmitteldiscountmarkt in räumlicher Nähe des Planvorhabens handelt. Hierbei wird sich die Umsatzumverteilungsquote auf einem Niveau bewegen, bei dem eine Existenzgefährdung grundsätzlich auszuschließen ist.

  In der **Innenstadt von Troisdorf** sind mit max. 1 % des derzeitigen Umsatzes bzw. max. 0,5 Mio. € ebenfalls noch nachweisbare Umverteilungseffekte durch das Planvorhaben zu prognostizieren. Bei einem prognostizierten Umsatzverlust von max. 1 % des derzeitigen Umsatzes würden die innerhalb des Hauptzentrums ansässigen Lebensmittelmärkte von der Aldi-Erweiterung in Friedrich-Wilhelms-Hütte zwar noch in geringem Maße wettbewerblich tangiert, aber keinesfalls in ihrer Existenz gefährdet.

  Für andere zentrale Versorgungsbereiche werden aufgrund geringerer Angebotsüberschneidungen bzw. einer größeren Entfernung zum Planvorhaben deutlich geringere Umsatzumlenkungen ausgelöst, so dass städtebaulich negative Auswirkungen ausgeschlossen werden können.

  Insgesamt ist festzuhalten, dass städtebaulich relevante Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in Troisdorf und in den umliegenden Kommunen nicht zu erwarten sind.

- 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 Lebensmittelmärkte zu betrachten, die sich an siedlungsintegrierten Standorten befinden und deshalb eine besondere Bedeutung für die fußläufige Nahversorgung haben.

  Gegenüber den Lebensmittelmärkten der Stadt Troisdorf, die außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches ansässig sind, wird das Vorhaben mit max. 3 % des derzeitigen Umsatzes nur marginale Wettbewerbswirkungen auslösen. Damit bewegen sich die Umverteilungseffekte in Größenordnungen, die keine Betriebsaufgaben zur Folge haben werden.

  Eine relevante Wirkung des Vorhabens auf die wohnungsnahe Versorgung sonstiger Kommunen wäre zu erwarten, wenn hier durch die Realisierung des Planvorhabens die Ange-

botsstrukturen aufgrund von Wettbewerbswirkungen gravierenden Beeinträchtigungen ausgesetzt wären und somit die Grundversorgung der Wohnbevölkerung in diesen Gemeinden gefährdet würde.

So sind in den angrenzenden Siedlungsbereichen der Stadt Sankt Augustin zwar Umsatzverluste zu prognostizieren, die sich jedoch mit max. 1 % des derzeitigen Umsatzes auf keinem existenzgefährdenden Niveau bewegen.

Insgesamt hat die geplante Aldi Süd-Erweiterung in Troisdorf Friedrich-Wilhelms-Hütte somit auf Lebensmittelmärkte in den Nachbarkommunen in gewissem Maße zwar absatzwirtschaftliche Auswirkungen, es ist aber keinesfalls von einer Beeinträchtigung der wohnungsnahen Versorgung in den Nachbarkommunen auszugehen.

Abschließend lässt sich festhalten, dass im Erweiterungsfall des Aldi Süd-Lebensmitteldiscountmarktes im Stadtteil Troisdorf Friedrich-Wilhelms-Hütte die prognostizierten Umsatzverlagerungen keine Größenordnungen erreichen, die mehr als unwesentliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung in Troisdorf und den Nachbarkommunen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO erwarten lassen.

6.3 Einordnung des Vorhabens in die Ziele und Grundsätze des Landesentwicklungsplanes

Mit dem Inkrafttreten des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen bestehen Ziele und Grundsätze der Raumordnung, die im Rahmen des Bauleitplanverfahrens in der Abwägung beachtet bzw. berücksichtigt werden müssen.

- **6.5-1 Ziel**: Großflächige Einzelhandelsbetriebe dürfen nur innerhalb der in den Regionalplänen dargestellten „Allgemeinen Siedlungsbereiche“ errichtet werden.
- **6.5-2 Ziel**: Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur in zentralen Versorgungsbereichen errichtet werden (Ziel).

  Welche Sortimente als zentrenrelevant gelten, regeln die Gemeinden über ortstypische Sortimentslisten. Bei der Festlegung der Liste sind so genannte „zentrenrelevante Leitsortimente“ zu beachten.

  Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) dürfen ausnahmsweise auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen realisiert werden. Dazu ist nachzuweisen, dass eine Errichtung in integrierter Lage innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches aus städtebaulichen und siedlungsstrukturellen Gründen nicht möglich ist, die Bauleitplanung der Gewährleistung der wohnungsnahen Versorgung dient und zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.
- **6.5-3 Ziel**: Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigen.

Diese landesplanerischen Zielvorgaben sind gemäß § 1 Abs. 4 Baugesetzbuch in allen Bauleitplanverfahren für großflächige Einzelhandelsvorhaben zu beachten. Im Einzelnen kommt ein Abgleich der projektrelevanten landesplanerischen Ziele mit dem Planvorhaben zu folgenden Ergebnissen:

- Zu 6.5-1 Ziel: Der Planstandort befindet sich innerhalb eines im Regionalplan ausgewiesenen allgemeinen Siedlungsbereiches (ASB), so dass dieses Ziel der Raumordnung erfüllt wird.
- Zu 6.5-2 Ziel: Der Planstandort befindet sich in einem zentralen Versorgungsbereich, damit wird das Ziel gewahrt. Die geplante Erweiterung ist als Sicherung der Nahversorgung im Troisdorfer Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte zu bewerten.
- Zu 6.5-3 Ziel: Im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse konnte nachgewiesen werden, dass von dem Vorhaben keine wesentliche Beeinträchtigung der Versorgungsstrukturen und keine Gefährdung städtebaulich schutzwürdiger zentraler Versorgungsbereiche und deren Entwicklungsfähigkeit ausgehen wird.

  Das Beeinträchtigungsverbot wird somit durch das Vorhaben eingehalten.

7 Fazit der Auswirkungsanalyse

Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen auf, dass infolge der im Troisdorfer Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte geplanten Erweiterung des Aldi Süd-Lebensmitteldiscountmarktes 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:

- Die ALDI GmbH & Co. KG Sankt Augustin plant die Erweiterung des in der Stadt Troisdorf im Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte ansässigen Aldi Süd-Discountmarktes von derzeit ca. 800 m² auf ca. 1.200 m² Verkaufsfläche. Im Erweiterungsfall wäre die Aldi Süd-Filiale als großflächiger Einzelhandelsbetrieb zu beurteilen.
- Die Ausrichtung der im Bestandsobjekt und auch im Planvorhaben vorgehaltenen Waren liegt primär bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Die geplante Erweiterungsmaßnahme zielt somit nicht auf eine Veränderung des Sortimentsschwerpunktes, der auch nach der Erweiterung eindeutig bei Nahrungs- und Genussmitteln sowie Drogeriewaren liegen wird, ab. Vielmehr sollen durch die Erweiterungsmaßnahme die Voraussetzungen für eine Diversifizierung des Nahversorgungsangebotes, eine großzügigere Warenpräsentation, eine verbesserte Kundenführung und eine Optimierung der internen Logistikabläufe geschaffen werden. Das Planvorhaben und die damit verbundene Optimierung des Marktauftrittes sind damit als Maßnahmen zu bewerten, die vor allem der Stabilisierung der erreichten Marktposition dienen.
- Gemäß den Prognoseberechnungen erreicht das Gesamtvorhaben eine jährliche Umsatzleistung von max. 10,0 Mio. €. Durch die Erweiterung wird hiervon eine jährliche Umsatzsteigerung von ca. 1,9 Mio. € prognostiziert. Auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) entfallen bei der Erweiterung ca. 1,7 Mio. € und auf die sonstigen Sortimente/ Aktionswaren ca. 0,2 Mio. € Mehrumsatz.
- Der Untersuchungsstandort befindet sich in einem im Einzelhandels- und Zentrenkonzept ausgewiesenen Nahversorgungszentrum. Der Aldi Süd-Markt fungiert hier als wichtiger Versorgungsstandort für den Troisdorfer Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte. Im Einzugsgebiet leben 7.176 Einwohner, die über ein Nachfragevolumen in den relevanten Sortimentsgruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren von rd. 18,9 Mio. € verfügen.

  Mit einer Ausdehnung des Einzugsgebietes wird infolge der Erweiterung des Aldi Süd-Marktes von Seiten der Gutachter nicht gerechnet. So wird der Lebensmittelmarkt auch nach der Erweiterung den Großteil seines nahversorgungsrelevanten Umsatzes (ca. 80 %) mit Kunden aus dem Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte generieren.
- Der prognostizierte Zusatzumsatz wird sich zum Großteil zu Lasten der in der Stadt Troisdorf ansässigen Lebensmittelmärkte auswirken und hier insbesondere die systemgleichen Wettbewerber (Lebensmitteldiscountmärkte) betreffen.
- Im Rahmen der Auswirkungsanalyse konnte aufgezeigt werden, dass die durch das Erweiterungsvorhaben maximal zu erwartenden Wettbewerbswirkungen in keinem Fall die wirtschaftliche Tragfähigkeit einzelner Betriebe infrage stellen werden.

- Negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO können nach den Ergebnissen der Analyse somit ausgeschlossen werden.

Köln, im September 2017

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Joachim Schulte



i. V. Rainer Schmidt-Illguth