Markt- und Standortanalyse

zur geplanten Realisierung eines Nahversorgungsstandorts in Sankt Augustin-Niederpleis (Stufe I)

erstellt im Auftrag der

Stadt Sankt Augustin

Projektbearbeitung:

Dipl.-Geogr. Franz J.W. Hrabak

Gesamtverantwortung:

Dipl.-Geogr. Rainer Schmidt-Illguth

Köln, im Januar 2012

Inhaltsverzeichnis:

		Seite
1	Aufgabenstellung und methodische Vorgehensweise	4
1.1	Aufgabenstellung	4
1.2	Methodische Vorgehensweise	4
2	Makrostandort sowie übergeordnete Rahmenbedingungen	6
2.1	Makrostandort Sankt Augustin	6
2.2	Übergeordnete Rahmenbedingungen – Einzelhandelskonzept und Flächennutzungsplan	8
3	Mikrostandort und gesamtstädtische Einzelhandelssituation	10
3.1	Mikrostandort des Projektareals:	10
3.2	Einzelhandelssituation der Gesamtstadt	17
4	Markpositionierung und Entwicklungsoptionen des Standorts	21
4.1	Kaufkraftpotenziale	21
4.2	Strategische Positionierung des Standorts	24
5	Wettbewerbsanalyse	26
5.1	Lebensmittel-Märkte, -Ladenhandwerk und –Warengruppenspezialisten	26
5.2	Drogerieanbieter	28
5.3	Apotheken	28
5.4	Bekleidungsfilialisten	28
5.5	Sonstige für Nahversorgungszentren typische Nutzungen und Zusammenfassung	28
6	Sortiments- und betriebsformenbezogene Entwicklungsoptionen für das Planvorhaben	30
7	Nutzungsempfehlungen für das Projektareal	31
7.1	Standortspezifisches Flächen- und Nutzungsprofil	31
7.2	Geschäftsflächenkonzeption	33
7.2.1	Nutzungseinheit „Lebensmittelvollsortimenter“	35
7.2.2	Sortimente Drogerie/Parfümerie/Kosmetik	37
7.2.3	Sortiment Bekleidung/Wäsche	37
7.2.4	Weitere Sortimente des Einzelhandels	38
8	Fazit	39

Abbildungsverzeichnis:

		Seite
Abb. 1:	Die Stadt Sankt Augustin im regionalen Kontext	7
Abb. 2:	Der Flächennutzungsplan im Standortbereich des Planvorhabens	9
Abb. 3:	Mikrostandort des Planvorhabens	11
Abb. 4:	Projektskizze des Planvorhabens	12
Abb. 5:	Objektansichten (Bestandsareal)	13
Abb. 6:	Einzelhandelszentralität nach Warengruppen (2008)	19
Abb. 7:	Einzelhandelszentralität nach Warengruppen (2008)	20
Abb. 8:	Sortimentsspezifische Kaufkraftpotenziale in Sankt Augustin-Niederpleis	23
Abb. 9:	Entwicklungsoptionen für das Projektareal	30
Abb. 10:	Verkaufsflächenausstattung Sankt Augustins im Bereich nahversorgungsrelevanter Sortimente	36

1 Aufgabenstellung und methodische Vorgehensweise

1.1 Aufgabenstellung

Eine Investorengruppe plant, in zentraler Ortslage von Sankt Augustin-Niederpleis einen Nahversorgungsstandort zu entwickeln. Das Areal befindet sich im Bereich zwischen der Hauptstraße, der Paul-Gerhardt-Straße sowie der Schulstraße und liegt somit innerhalb des im Flächennutzungsplan dargestellten zentralen Versorgungsbereichs des Nahversorgungszentrums Niederpleis.

Die aktuelle Entwurfsplanung sieht einen Lebensmittel-Supermarkt (rd. 1.400 m² Verkaufsfläche – VKF), einen Drogeriemarkt (ca. 650 m² VKF), einen Textilmarkt (ca. 180 m² VKF) sowie eine weitere Fachmarktfläche mit rd. 380 m² VKF vor. Demnach wären auf dem Areal rd. 2.500 m² VKF zu errichten.

Ggfs. können zusätzlich auch Nachbargrundstücke in die Entwicklung einbezogen und damit noch weitere Verkaufsflächen realisiert werden.

Vor diesem Hintergrund soll zunächst ein Gutachten erarbeitet werden, das die Übereinstimmung der Planung mit dem kommunalen Einzelhandelskonzept prüft, ausgehend von den standortseitigen Rahmenbedingungen die Wettbewerbssituation im Standortumfeld beleuchtet sowie konkrete Nutzungsempfehlungen ausspricht. **(Stufe I)**

Auf Basis der Zwischenergebnisse wird zwischen Stadt und Investorengruppe ein konkretisiertes Nutzungskonzept festgelegt. Dieses wird anschließend auf die zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen untersucht. Hierbei ist insbesondere auf die Auswirkungen auf andere zentrale Versorgungsbereiche in Sankt Augustin und den Nachbarkommunen sowie die für die wohnungsnahe Versorgung bedeutsamen Nahversorgungsstrukturen abzustellen. **(Stufe II)**

Vor diesem Hintergrund hat die Stadtverwaltung Sankt Augustin die BBE Handelsberatung GmbH, Niederlassung Köln im November 2011 mit der Durchführung einer Markt- und Standortanalyse zur Ableitung einer Nutzungs- und Geschäftsflächenkonzeption beauftragt.

1.2 Methodische Vorgehensweise

Das vorliegende Gutachten basiert zum einen auf umfassenden Vor-Ort-Recherchen, die die Gutachter im Rahmen der zugrundeliegenden Einzelhandelsplanung in der Stadt Sankt Augustin sowie in umliegenden Kommunen durchgeführt haben. Zum anderen erfolgte eine Aufbereitung, Aktualisierung und Ergänzung von sekundärstatistischen Daten, die per Desk-Research-Verfahren sowie im Rahmen früherer durch die Gutachter im Untersuchungsraum durchgeführten Analysen ermittelt worden sind.

Folgende **Erhebungs- und Analysemethoden** sind zum Tragen gekommen:

- Ermittlung der relevanten Angebotsstrukturen der Angebotsformate: „Lebensmittelmärkte, Ladenhandwerk, Warengruppenspezialisten Lebensmitteleinzelhandel, Drogerieartikel, Apotheken, Bekleidungs- und Schuhfilialisten, gastronomische Nutzungen und sonstige Ladenformate sowie Dienstleistungen mit Nahversorgungsrelevanz.
- Ermittlung und Evaluierung von projektrelevanten Planungen im Untersuchungsgebiet.
- Auf Basis dieser Erhebungsdaten und unter Verwendung aktueller Veröffentlichungen von M & M / Trade Dimensions und des Eurohandelsinstitutes (insbesondere EHI: Handel Aktuell 2010) wurde eine Umsatzschätzung für das Jahr 2011 errechnet.
- Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung der Mikro-Standortsituation.
- Aufbereitung relevanter sekundärstatistischer Daten und Informationsquellen (u.a. Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept der Stadt Sankt Augustin 2007/2008).
- Verwendung von aktuellen Datenmaterialien der BBE Markt- und Regionalforschung (z.B. Kaufkraftkennziffern auf PLZ-Ebene und sortimentsspezifische Pro-Kopf-Ausgaben).
- Vorhandene Projektunterlagen zur Größendimensionierung und Sortimentsausrichtung im Zuge der geplanten Entwicklungsmaßnahme.
- Modellrechnung zu Umsatzerwartungen und Kaufkraftströmen.
- Erfahrungswerte der Gutachter aus einer Vielzahl ähnlich gelagerter Untersuchungen.

Die vorliegende Untersuchung (Stufe I des zugrunde liegenden Angebots vom 14. November 2011) stellt eine Markt- und Standortanalyse dar, die im Wesentlichen folgende Aspekte beleuchtet:

- Bewertung der makro- und mikroräumlichen Standortsituation sowie der übergeordneten Rahmenbedingungen.
- Ableitung der Entwicklungsoptionen des Grundstücks / funktionale Bewertung des vorliegenden Plankonzepts.
- Darstellung und Bewertung der projektrelevanten Angebots- und Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum unter quantitativen und qualitativen Aspekten.
- Abschätzung des Einzugsgebietes des Planvorhabens, Ableitung eines standortspezifischen Flächen- und Nutzungsprofils und Empfehlungen zur Geschäftsflächenkonzeption.

In einem **zweiten,** noch zu beauftragenden **Arbeitsschritt** wird dann eine gutachterliche Einschätzung des Vorhabens (im Rahmen eines noch endgültig festzulegenden Nutzer- und Sortimentskonzepts) in Bezug auf mögliche raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen vorgenommen.

2 Makrostandort sowie übergeordnete Rahmenbedingungen

Entscheidende Grundlagen für das Planvorhabens stellen neben der siedlungsräumlichen Strukturen die Planungsziele des städtischen Einzelhandelskonzepts und die Vorgaben der Flächennutzungsplanung sowie der Landes- und Regionalplanung dar.

2.1 Makrostandort Sankt Augustin

Die Stadt Sankt Augustin liegt im Rhein-Sieg-Kreis im südlichen Nordrhein-Westfalen, der insgesamt etwa 598.700[1] Einwohner aufweist. Die Stadt Sankt Augustin grenzt im Westen an die Bundesstadt Bonn, die der Rhein-Sieg-Kreis fast vollständig umschließt. Die Stadt Sankt Augustin grenzt im Norden an die Stadt Troisdorf, in östlicher Richtung schließen sich die Städte Siegburg und Hennef an, südlich die Stadt Königswinter.

Die Stadt Sankt Augustin verfügt über ein Bevölkerungspotenzial von rd. 55.400[2] Einwohnern, das sich auf 8 Ortsteile verteilt (Birlinghoven, Buisdorf, Hangelar, Meindorf, Menden, Mülldorf, Niederpleis und Ort). Die Ortsteile Mülldorf, Niederpleis, Hangelar und Menden erstrecken sich um den zentralen Ortsteil Sankt Augustin Ort herum. Die einwohnerschwächsten Ortsteile Meindorf, Buisdorf und Birlinghoven schließen sich westlich, östlich bzw. südlich an.

Der **Ortsteil Niederpleis**, in dem der Standort des Planvorhabens liegt, verfügt mit rd. **12.300 Einwohnern**[3] über die höchste Einwohnerzahl innerhalb von Sankt Augustin. In den Ortsteilen Hangelar, Menden und Mülldorf wohnen jeweils rd. 9.200 bis rd. 10.200 Personen.

Der Stadt Sankt Augustin ist im Landesentwicklungsplan NRW die Funktion eines Mittelzentrums zugewiesen. Aufgrund ihrer Lage in der Ballungsrandzone der Oberzentren Köln und Bonn kommt der Stadt aus Sicht der Landesplanung somit in erster Linie die Aufgabe zu, die Versorgung der eigenen Wohnbevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des Grundbedarfs sowie des gehobenen und auch des spezialisierten Bedarfs sicher zu stellen.

Sankt Augustin ist durch eine verkehrsgünstige Lage gekennzeichnet: Im nördlichen Stadtgebiet verläuft in Ost-West-Richtung durch die Ortsteile Menden, Mülldorf, Niederpleis und Buisdorf die Autobahn A 560, die hier die jeweils in Nord-Süd-Richtung verlaufenden Achsen A 3 in Buisdorf und A 59 in Menden miteinander verbindet. Anschlussstellen befinden sich in Menden (Anschlussstelle 2 - Sankt Augustin), in Mülldorf (Anschlussstelle 3 - Siegburg) und in Niederpleis (Anschlussstelle 4 - Niederpleis).

---

[1] Quelle: Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik Nordrhein-Westfalen (ITNRW), Stand: 31.12.2010.

[2] Quelle: Exakt: 55.442 zum 31. Dezember 2010. (ITNRW).

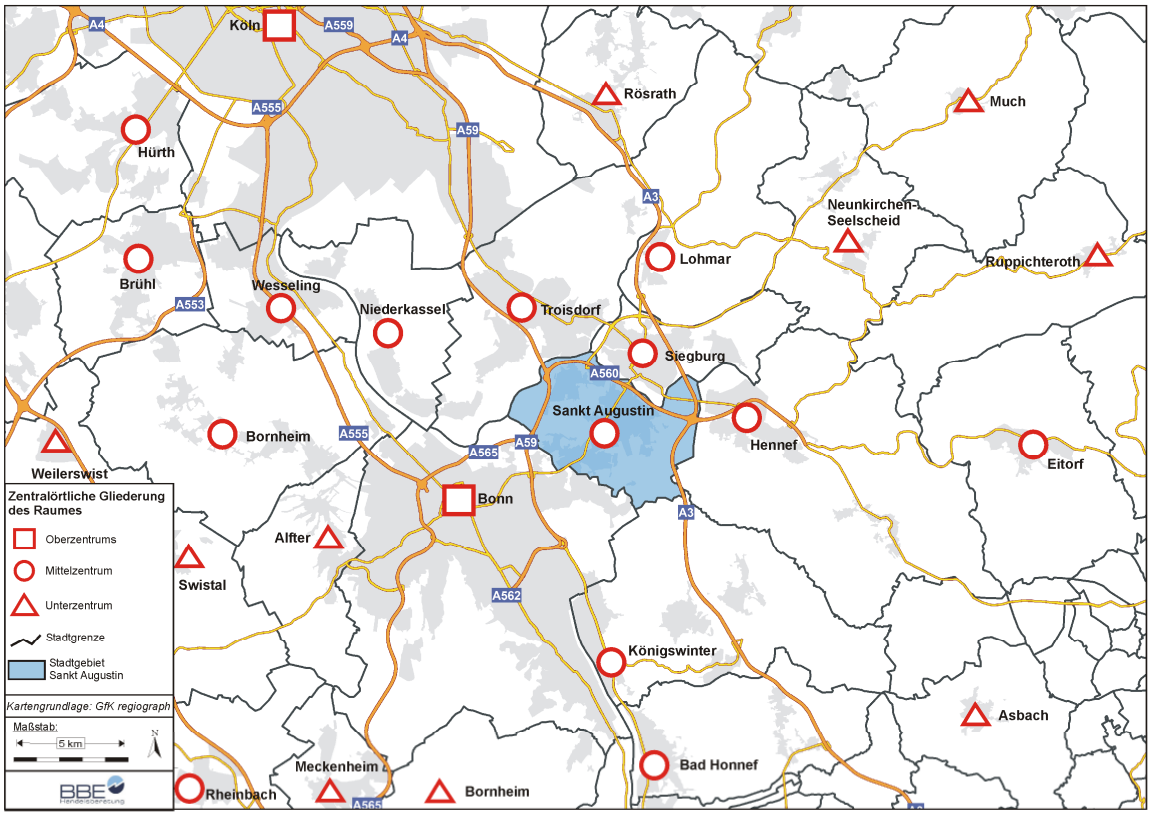
[3] Quelle: Exakt: 12.315 zum 31. Dezember 2010. (ITNRW).

Eine direkte Anbindung an das Streckennetz der Deutschen Bahn ist über den Haltepunkt Menden gegeben. Von Menden aus ist der nächstgelegene ICE-Bahnhof in Köln in ca. 25 Minuten erreichbar. Ab Sankt Augustin Ort ist der ICE-Bahnhof Siegburg in ca. 10 Minuten, der Bonner Hauptbahnhof in rd. 20 Minuten mit der Stadtbahn (Linie 66) zu erreichen.

Das Bus- und Stadtbahnnetz in der Stadt Sankt Augustin ist gut ausgebaut, die meisten Verbindungen verkehren in dichter Taktfolge. Die Stadtbahn-Linie 66 fährt vom ICE-Bahnhof Siegburg nach Bad Honnef über Sankt Augustin, Bonn Beuel, Bonn Zentrum, Nieder- und Oberdollendorf am Siebengebirge entlang bis nach Königswinter. Die Haltestellen im Sankt Augustiner Stadtgebiet befinden sich in Hangelar-West, Mitte und Ost, Sankt Augustin Ort, Kloster und Markt, sowie Sankt Augustin Mülldorf.

Neben den Verbindungen des schienengebundenen Verkehrs verfügt die Stadt Sankt Augustin über mehrere Buslinien, die neben der Verbindung der einzelnen Ortsteile untereinander auch die Nachbarzentren Siegburg und Bonn anbinden (Linien 640, 510, 529, 540).

Abb. 1: Die Stadt Sankt Augustin im regionalen Kontext



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung 2012.

2.2 Übergeordnete Rahmenbedingungen – Einzelhandelskonzept und Flächennutzungsplan

Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept:

Hinsichtlich des Projekt-Ortsteils Niederpleis bzw. im Kontext der bislang diskutierten Sortimente sind folgende Ergebnisse des Einzelhandelskonzepts relevant:

Sankt Augustin ist in Teilen durch Defizite in der Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln gekennzeichnet. Dies trifft auch für den Bereich Niederpleis zu. Vor diesem Hintergrund ist das Handlungserfordernis zur Sicherung und Entwicklung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels im zentralen Versorgungsbereich Niederpleis formuliert worden.[4] Mit dem zwischenzeitlichen Wegzug von Edeka „nah und gut“ (ehemals am Projektstandort ansässig) hat sich die bevölkerungsnahe Versorgung damit sogar noch weiter verschlechtert.

Die befriedigende Ausstattungsqualität im Bereich Drogerie/Parfümerie/Kosmetik ist nach Aussage des Konzepts zu verbessern. Die Ansiedlung eines weiteren Anbieters demzufolge zu empfehlen.[5]

Insgesamt soll die Ortsmitte von Niederpleis als Nahversorgungszentrum gefördert werden.[6] (Leitziel III) Dies schließt gemäß den **Vorgaben der Landes- und Regionalplanung** damit die Aufnahme von großflächigen Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Betrieben ein. Das Einzelhandelsstandort und Zentrenkonzept führt zusammenfassend aus:

- *„In der Ortsmitte von Niederpleis findet sich im Bereich der Hauptstraße, der Schulstraße und der Paul-Gerhardt-Straße ein teilweise verdichteter Streubesatz von Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungsbetrieben. Wichtigster Träger der Nahversorgung ist eine Lebensmittel-SB-Markt, dessen Grundstück sowohl von der Schulstraße als auch von der Paul-Gerhardt-Straße erschlossen wird. Ergänzt wird das Nahversorgungsangebot durch mehrere Ladenhandwerksbetriebe und einen Getränkehandel. Neben der Ortsmitte Menden wird auch dem Ortskern Niederpleis die Funktion eines zentralen Versorgungsbereich mit der Funktion eines Nahversorgungszentrums zugewiesen. Dadurch wird auch der damit verbundene Entwicklungsansatz besonders betont. Der zentrale Versorgungsbereich soll somit auch großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten und einem eng begrenzten Anteil an Non-Food-Sortimenten (Vollsortimenter) aufnehmen, die sich hinsichtlich ihrer Umsatzleistung in den funktional zugeordneten Einzugsbereich des Nahversorgungszentrums (Stadtteil Niederpleis ca. 12.800 Einwohner)) einfügen.“*[7]

---

[4] Quelle: Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Sankt Augustin, S. 61.
[5] Ebd. S. 62.
[6] Ebd. S. 67.
[7] Ebd. S. 102.

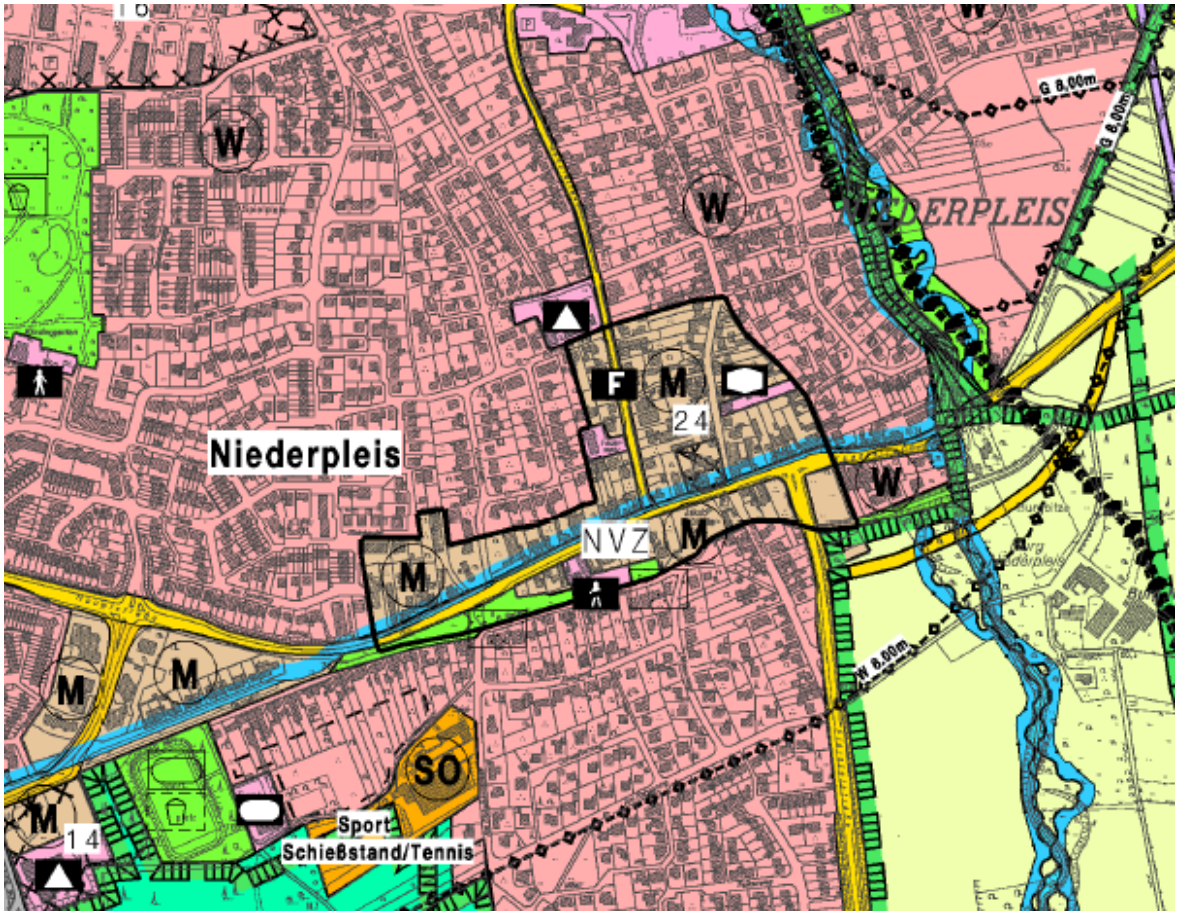
Vorgaben der Flächennutzungsplanung:

Der Flächennutzungsplan der Stadt Sankt Augustin führt unter Punkt 3. Planungsziele hinsichtlich der wirtschaftlichen Entwicklung aus:

- *„Sichern der Stadtteilzentren Niederpleis, Menden und Hangelar für den kurz- bis mittelfristigen Bedarf und Weiterentwickeln der vorhandenen Ansätze.*
- *Sichern der Versorgung für den täglichen Bedarf in den Stadtteilen Birlinghoven, Buisdorf, Meindorf, Mülldorf, Ort sowie den verdichteten Wohnbereichen Niederpleis und Menden.“*[8]

Im Rahmen der zeichnerischen Darstellung des Flächennutzungsplans ist der Standortbereich des Nahversorgungszentrum (NVZ) Niederpleis als gemischte Baufläche („M“) dargestellt. Im Umfeld befinden sich Flächen mit Wohnnutzung („W“).

Abb. 2: Der Flächennutzungsplan im Standortbereich des Planvorhabens



Quelle: Stadt Sankt Augustin, Flächennutzungsplan Neuaufstellung Entwurf Begründung Stand 06.05.2008; (Ausschnitt).

[8] Stadt Sankt Augustin Flächennutzungsplan Neuaufstellung Entwurf Begründung Stand 06.05.2008.

3 Mikrostandort und gesamtstädtische Einzelhandelssituation

3.1 Mikrostandort des Projektareals:

Das Projektareal setzt sich aus mehreren Grundstücken zusammen. Diese werden zum Untersuchungszeitpunkt unterschiedlich genutzt, bzw. liegen brach. Zum Untersuchungszeitpunkt sind auf dem Projektgrundstück auch Wohngebäude vorhanden, die entfernt werden müssen. Ein leer stehender, baufälliger, zu entfernender Gewerbebetrieb prägt das Projektareal. Ebenfalls hat sich auf dem Projektareal ein kleinflächiger nah&gut – Lebensmittelsupermarkt befunden, der mittlerweile aufgegeben worden ist.

Über die aktuelle Planung hinaus besteht ggfs. die Option, dass das Planvorhaben im südwestlichen, zur Hauptstraße hin sichtbaren Bereich um zwei Immobilien erweitert wird. Dort befinden sich aktuell eine Wohnhaus und das Gebäude einer Tanzschule.

Der Planstandort des Vorhabens befindet sich im Osten des Stadtgebiets von Sankt Augustin am Straßenverlauf an der L143 „Hauptstraße“ im Zentrum des Stadtteils Niederpleis.

Im Umfeld dominieren Wohnnutzungen. Die Bebauungsstruktur wird im gesamten Standortbereich durch Ein- und Mehrfamilienhäuser geprägt.

Entlang den von der Hauptstraße abgehenden Stichstraßen „Schulstraße“ (westlich) und „Paul-Gerhardt-Straße“ (östlich) sind einzelne Ladenlokale und Dienstleistungsbetriebe ansässig. Auch in diesen Abschnitten dominiert allerdings Wohnnutzung. Südlich der Hauptstraße liegt der Jakob-Fußhöller-Platz, der wiederum von Wohnnutzungen eingerahmt ist.

Die Hauptstraße stellt in westlicher Richtung die Hauptzufahrtsstraße zum Stadtzentrum von Sankt Augustin dar. In östlicher Richtung ermöglicht sie den Anschluss an den Stadtteil Buisdorf, bildet den Verkehrsanschluss an die Nachbarstadt Hennef (Sieg) und ermöglicht die Zufahrt zu den Autobahnen A3 und A 560.

Die Zu- und Abfahrten auf das Projektgrundstück erfolgen jeweils von der Schulstraße und der Paul-Gerhardt-Straße.

Die folgende Abbildung stellt den Mikrostandort des Planvorhabens dar.

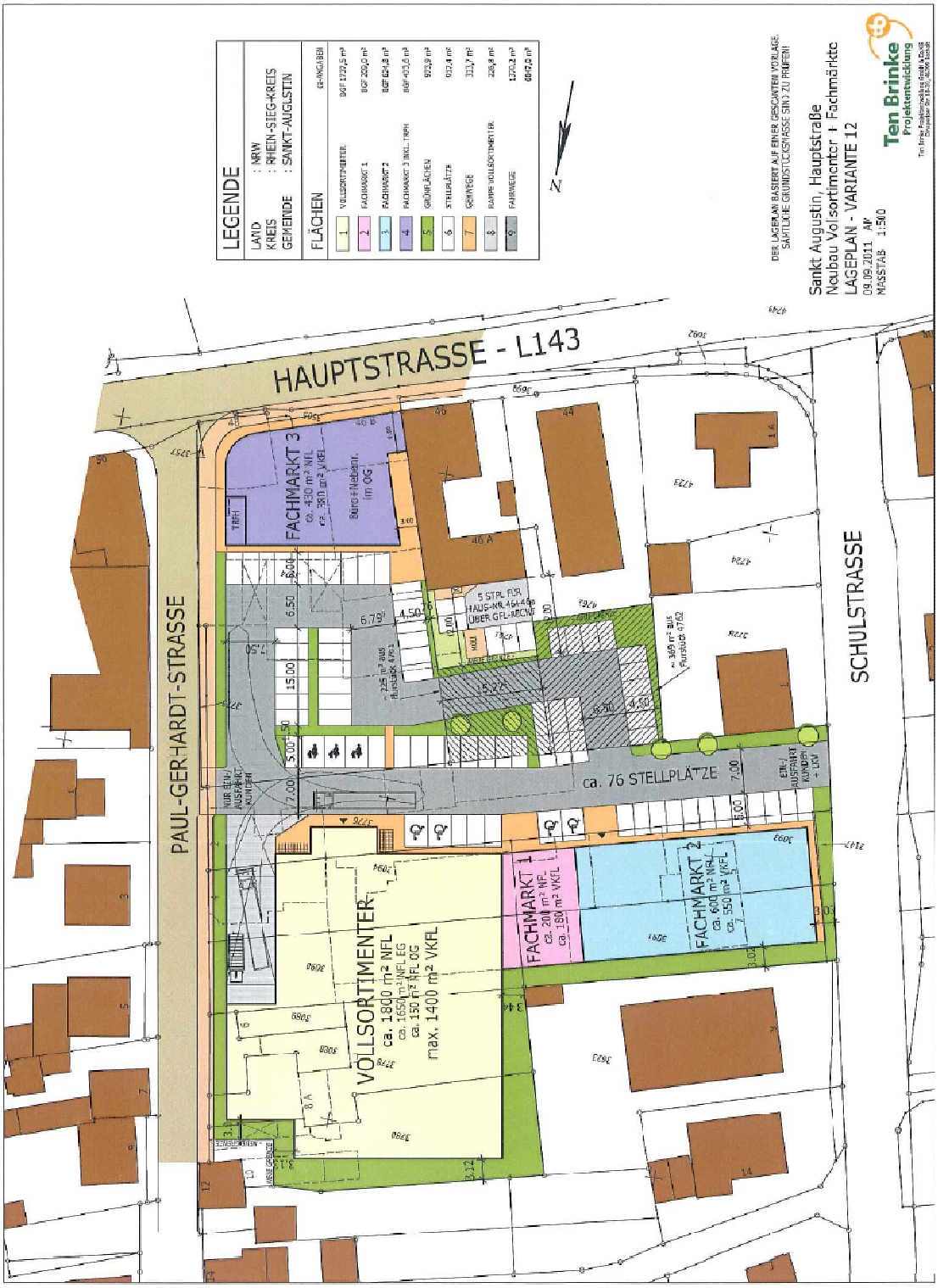
Abb. 3: Mikrostandort des Planvorhabens

Quelle: BBE Handelsberatung (2011), eigene Darstellung.

Die Projektskizze auf der folgenden Seite zeigt, dass bislang in der Nordhälfte des Grundstücks ein Lebensmittelsupermarkt („Vollsortimenter“), und zwei kleinere Fachmärkte baulich geplant sind.

Südlich innerhalb des Grundstücks liegt die Gemeinschafts-Stellplatzanlage mit (rd.) 76 Stellplätzen und daran anschließend Fachmarkt 3, der den zur Haupt- und Paul-Gerhardt-Straße hin vorgegebenen Gebäudegrundriss (Randbebauung) aufgreift / aufgreifen muss.

Abb. 4: Projektskizze des Planvorhabens



Quelle: Ten Brinke Projektentwicklung, Bocholt, Stand Dezember 2011.

Abb. 5: Objektansichten (Bestandsareal)

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen (Dez. 2011).

Im Einzelnen stellt sich die Standortsituation für das Planvorhaben wie folgt dar:

Verkehrliche Erreichbarkeit:

Die Erreichbarkeit des Projektstandortes im gesamtstädtischen Kontext ist über den Straßenzug „Hauptstraße“ gegeben. Wie oben dargestellt bildet diese eine innerstädtische Haupterschlie-

ßungsstraße; ferner ist darüber der Anschluss an Hennef, über die Pleistalstraße nach Birlinghoven und Königswinter-Rauschendorf und über die Schulstraße nach Sankt-Augustin-Mülldorf gegeben. Die Zufahrt auf das Projektgrundstück kann über die Schulstraße und die Paul-Gerhardt-Straße erfolgen, wobei zum Untersuchungszeitpunkt die Zufahrt auf diese nur Anliegern gestattet ist.

ÖPNV-Anschluss:

In der Schulstraße, unmittelbar auf Höhe des Projektareal befindet sich eine Bushaltestelle. Sie wird von den Linien 512, 517 und 529 angefahren. Die Erreichbarkeit des Projektstandorts mit öffentlichen Verkehrsmitteln ist vor diesem Hintergrund als gut zu bewerten.

Wahrnehmbarkeit und Fernwirkung

Der Projektstandort ist in seiner Gesamt-Dimensionierung nur eingeschränkt von der Hauptstraße aus wahrnehmbar. Aus Osten kommend kann das Gebäude von Fachmarkt 3 gesehen werden. Von Westen kommend sind das Projektgelände bzw. darauf errichtete Gebäude aufgrund vorgelagerter Baukörper nur eingeschränkt zu erkennen. Gleichwohl ist mit beleuchteten Werbeschildern und Logos der Mieter an der Gebäudefassade von Fachmarkt 3 die Wahrnehmbarkeit der dann vorhandenen Nutzungseinheiten gegeben.

Innerhalb der Schulstraße bzw. der Paul-Gerhardt-Straße kann das Projektareal auf breiter Front eingesehen, und damit darauf befindliche Objekte erkannt werden. Durch die benachbarten solitären, zum Teil auf ihren Grundstücken rückversetzten Gebäude ergeben sich hier eine Vielzahl von Sichtachsen auf das Gelände.

Durch die ggfs. mögliche Erweiterung des bisherigen Projektareals um die Immobilien des gelben Wohnhauses (Schulstraße / Ecke Hauptstraße) sowie die daran anschließende Tanzschulimmobilie könnte die Wahrnehmbarkeit des Projektstandortes von der Hauptstraße aus erhöht werden.

Agglomerationseffekte

Im Kontext der Bewertung von Agglomerationseffekten sind primär die enge Nachbarschaft zu weiteren Einzelhandelsbetrieben und daraus ggfs. entstehende Einkaufs-Koppelungsvorteile für die Kunden relevant.

In der Paul-Gerhardt-Straße ist ein kleines Blumen- und Pflanzengeschäft ansässig. Die dort ebenfalls ansässige Metzgerei Saal war zum Untersuchungszeitpunkt geschlossen und bis auf den Thekeneinbau frei geräumt. Aufgrund fehlender Hinweisschilder ist davon auszugehen, dass die Metzgerei dauerhaft geschlossen ist.

In der Schulstraße sind eine Sparkasse, eine Lotto-/Totto-Geschäft, die Bäckerei Echt und ein Schuhfachgeschäft mit rd. 70 m² Verkaufsfläche ansässig.

Entlang der Hauptstraße sind u.a. eine Bäckerei und ein kleines Ladenlokal für Stoffe und Textilwaren[9] ansässig.

Insgesamt ist somit im unmittelbaren Umfeld von einem schwach ausgeprägten Einzelhandelsangebot auszugehen. Der am Projektstandort ehemals bestehende Nah&Gut-Lebensmittelmarkt hat sich zurückgezogen. Der Standortbereich ist als Nahversorgungszentrum qualifiziert – kommt dieser Funktion heute aber nur sehr eingeschränkt nach.

Von Agglomerationseffekten, von denen die Betriebe des Planvorhabens hinsichtlich Kundenfrequenz, Einkaufskoppelung und Einzugsgebiet profitieren könnten, kann vor diesem Hintergrund nicht ausgegangen werden. Es ist eher davon auszugehen, dass die bereits ansässigen Betriebe von einer deutlich gesteigerten Kundenfrequenz im Zuge einer Projektrealisierung ausgehen können.

Bevölkerungspotenzial im Umfeld

Der **Stadtteil Niederpleis** verfügt über eine **Einwohnerzahl von rd. 12.300**. Hiervon entfallen rd. 3.000 Einwohner auf den Bereich einer fußläufigen Nahversorgungsdistanz von rd. 700 m Entfernung um den Projektstandort.

Zusätzlich stellt der Standort aufgrund seiner Lage und der Angebots- sowie Nachfragesituation auch für Bewohner der Stadtteile Buisdorf und Birlinghoven innerhalb von Sankt Augustin eine Angebotsalternative dar. Die in diesen Teilräumen lebenden rd. 5.300 Einwohner sind deshalb dem erweiterten Einzugsgebiet zuzuordnen.

Lage innerhalb der Zentrenstruktur der Stadt Sankt Augustin

Das Einzelhandelskonzept der Stadt Sankt Augustin definiert unterschiedliche Zentrale Versorgungsbereiche (ZVB) - ein Hauptzentrum mit gesamtstädtischer Versorgungsfunktion, das Stadtteilzentrum Hangelar sowie die Nahversorgungszentren Ortsmitte Menden und Ortsmitte Niederpleis. Die letztgenannten ZVB verfügen überwiegend über Nahversorgungsfunktionen;
der Flächennutzungsplan weist den Standorten Versorgungsfunktionen im kurz- bis mittelfristigen Bereich zu.

Städtebauliche Integration:

Das Projektareal umfasst größere Teile des Nahversorgungszentrum Niederpleis. Es ist von allen Seiten von Wohnnutzung umgeben. Der Projektstandort ist damit als städtebaulich in einen baulich verdichteten Siedlungszusammenhang integriert zu bezeichnen.

[9] Ein dem Geschäftsgebäude vorgelagertes Schaufenster weist auf den Verkauf im Gebäude hin.

Standortseitige Restriktionen und Verbesserungen durch das Planvorhaben

Hinsichtlich standortseitiger Restriktionen ist aus Betreibersicht auf die eingeschränkte Befahrbarkeit der Paul-Gerhardt-Straße hinzuweisen. Von der Hauptstraße aus ist dies zum aktuellen Zeitpunkt nur für „Anlieger“ gestattet. Aufgrund der eingeschränkten Straßenbreite ist darüber hinaus die gleichzeitige Durchfahrt für einen Pkw und ein zweites Fahrzeug, das breiter als ein Pkw ist, nicht möglich. Zusätzlich sind entlang der Paul-Gerhardt-Straße Pkw-Stellplätze ausgewiesen, die die Zufahrt zur Kreuzung einschränken.

Die aktuelle Projektplanung umfasst eine rd. 76 Pkw-Stellplätze große Parkierungsanlage (inkl. Behinderten- und größer geschnittenen Mutter-Kind-Stellplätzen). Gemessen an der skizzierten Gesamtverkaufsfläche des Projekts (rd. 2.510 m² inkl. Einzelhandels- und Dienstleistungsflächen von Fachmarkt 3) entspricht dies einer Verkaufsfläche von rd. 33 m² pro Stellplatz, was noch einen konzepttypischen Durchschnittswert darstellt.[10] Durch die Grundstücks- und Zufahrtssituation sind die Stellplätze allerdings auf mehrere separate, in der Tiefe gestaffelte Einheiten aufgeteilt.

Das Projektgrundstück ist von der Hauptstraße aus nur eingeschränkt sichtbar – hier würde die Erweiterung des Projektgrundstück um die an die Hauptstraße südwestlich angrenzenden Immobilien[11] eine deutliche Verbesserung hinsichtlich der Wahrnehmbarkeit bewirken. Im Rahmen der Projektareal-Erweiterung kann, vorbehaltlich der Ergebnisse der Marktanalyse und der detaillierten Verträglichkeitsanalyse, ggfs. ein weiteres Ladenlokal und/oder eine größere Zahl an Pkw-Stellplätzen realisiert werden.

Im Kontext einer Realisierung des Planvorhabens wird die Bebauung des Projektareals im Bereich Paul-Gerhardt-Straße/Hauptstraße zurückversetzt werden. Hierdurch werden die Einsehbarkeit sowie die Gehwegbreite verbessert.

[10] Vergleichende Erhebungen zeigen: solitäre Super- und Discountmärkte verfügen im Mittel über rd. 15-20m² VKF pro Stellplatz, bei besonders großzügiger Grundstückssituation auch darunter: Der Aldi-Discountmarkt in Sankt-Augustin-„Im Mittelfeld“ verfügt z.B. nach eigener Erhebung bei einer Verkaufsfläche von rd. 1.000 m² über eine rd. 80 Stellplatze umfassende Parkierungsanalage, was einer Quote von 12,5 m² VKF pro Stellplatz entspricht. Integrierte Einkaufszentren verfügen, wenn sie über ein eigenes Parkhaus verfügen, über rd. 45-55 m² VKF pro Stellplatz. Nahversorgungs- und Fachmarktzentren liegen im Mittel zwischen diesen Größenordnungen, bei rd. 25-35 m² VKF pro Pkw-Stellplatz.

[11] Tanzschulgebäude und gelbes Wohnhaus.

3.2 Einzelhandelssituation der Gesamtstadt und Entwicklung

Die Marktpotenzialanalyse für einen Nahversorgungsstandort Niederpleis muss zwischen der gesamtstädtischen Angebots- und Nachfragesituation und der Marktsituation im Stadtteil Niederpleis differenzieren. Auf Ebene der **gesamtstädtischen Situation** sind die Ergebnisse des Einzelhandelskonzepts aus 2008 auch für die vorliegende Untersuchung noch von hoher Qualität: In gesamtstädtischer Hinsicht hat es seitdem nur vergleichsweise geringe Veränderungen im Bereich der Einzelhandelsausstattung sowie bei der Bevölkerungszahl gegeben.

Im lokalen Kontext des **Stadtteils Niederpleis** sind die relevanten Marktdaten (Einwohnerzahl, Pro-Kopf-Ausgaben, Kaufkraftpotenziale und Einzelhandelsbesatz) demgegenüber im Kontext der aktuellen Situation zu würdigen (vgl. Kap. 4.2)

Gesamtstädtische Perspektive: Ergebnisse des Einzelhandelskonzepts (*kursiv* dargestellt)[12]:

Im Stadtgebiet Sankt Augustin gibt es insgesamt

- *236 Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe, die zusammen über eine*
- *Verkaufsfläche von 84.652 qm verfügen und einen*
- *Gesamtumsatz von ca. 291,7 Mio. EUR erwirtschaften.*

Betrachtet man die räumliche Verteilung des Einzelhandels im Stadtgebiet, so zeigen sich folgende - vor dem Hintergrund des aktuellen Planvorhabens - relevante Strukturen:

- *Insgesamt 40 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 32.900 qm sind im **Stadtzentrum** von Sankt Augustin ansässig. Dabei entfällt der überwiegende Teil der hier vorhandenen Betriebe (insgesamt 32 Betriebe, Stand September 2007) auf den **HUMA-Einkaufspark** an der Rathausallee. Hervorzuheben ist das Real-SB-Warenhaus, das als kundenfrequenzstarker Lebensmittelbetrieb wichtige Magnetfunktionen für das Center übernimmt. Weitere großflächige Anbieter im HUMA-Einkaufspark sind Saturn, Adler Modemarkt, Mode Vögele und Intersport Vosswinkel Ebenfalls sind dort die (kleinflächigen) Filialisten Schuh Reno und Gruber Schuh ansässig.* [Diese Betriebe **bestehen auch heute noch**].
- *Ein weiterer wichtiger großflächiger Lebensmittel-Betrieb findet sich mit dem Hit SB-Warenhaus an der **Alten Heerstraße** an der Stadtteilgrenze zwischen Sankt Augustin Ort und Niederpleis. Dieser Großbetrieb bildet zusammen mit einem Chrysanth Gartencenter, einem Aldi Discountmarkt, einem dm Drogeriemarkt sowie einigen weiteren Einzelhandelsgeschäften einen Standortverbund mit annähernd 11.000 m² Verkaufsfläche.* [Diese Betriebe

[12] Stadt Sankt Augustin, Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept (2008), S. 16ff.

bestehen auch heute noch, lediglich das Gartencenter wurde durch Blumen Risse übernommen].

- *Wichtige Anbieter im sonstigen Stadtteil **Niederpleis** sind zwei Plus-Discountmärkte sowie ein Edeka SB-Markt mit Verkaufsflächen in Größenordnungen zwischen 300 und 500 m².* [In diesem Bereich hat seit 2008 ein **deutlicher Wandel** stattgefunden. Ein Plus-Markt ist vom Betreiber Netto übernommen worden, der zweite ehemalige Plus-Markt ist im Zuge der Übernahme durch Netto auf 800 m² neu aufgestellt worden. Der Edeka SB-Markt (innerhalb des aktuellen Projektareals) hat sich vom Markt **zurück gezogen.**]

Darüber hinaus prägen Nahversorgungsstrukturen in den Stadtteilen den Einzelhandel. Die übrigen Verkaufsflächen werden vorrangig von nicht-zentrenrelevanten Anbietern eingenommen (Baumärkte und Gartencenter in Menden sowie Möbel Trösser).

Die **Umsatz-Kaufkraft-Relation** stellt auf gesamtstädtischer Ebene Kaufkraftpotenziale und Umsätze gegenüber. Sie lässt sich differenziert nach Warengruppen darstellen. Graphisch umgesetzt, ergibt sich aus den Zentralitätswerten der verschiedenen Teilmärkte ein Polaritätsprofil, das Rückschlüsse auf die quantitativen Stärken und Schwächen des Einzelhandels zulässt (vgl. übernächste Seite).

- *Die Abbildung auf der folgenden Seite zeigt, dass die Gesamtbindungsquote von 91 % starke Unterschiede zwischen den einzelnen Warengruppen überdeckt. So ergibt sich mit 244 % der höchste Wert im Sortiment Sportartikel/ Fahrräder/ Camping, gefolgt von Unterhaltungselektronik/ Kommunikation (149 %) sowie Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte (124 %). Einen Zentralitätswert von über 100 % wird ebenfalls in der Warengruppe GPK/ Hausrat/ Geschenkartikel (116 %) sowie Drogerie/ Parfümerie/Kosmetik (109 %) erreicht. Der niedrigste Wert existiert mit nur 13 % bei Bettwaren/ Haus-, Tisch- und Bettwäsche. Für weitere vier Warengruppen ergeben sich Werte von unter 50 %.*

- *In der mit rd. 108 Mio. EUR umsatzstärksten Branche Nahrungs- und Genussmittel, wird ein Zentralitätsindex von 100 % erreicht. Dies bedeutet, dass für den Lebensmitteleinzelhandel bezogen auf die Gesamtstadt per Saldo in etwa genauso viel umgesetzt wird, wie Kaufkraft vorhanden ist.* [hierbei ist allerdings zu berücksichtigen, dass in den einzelnen Stadtteilen teilweise von einer deutlichen Unterversorgung auszugehen ist – bedingt durch die beiden dominierenden Großflächenanbieter HIT und real,-]

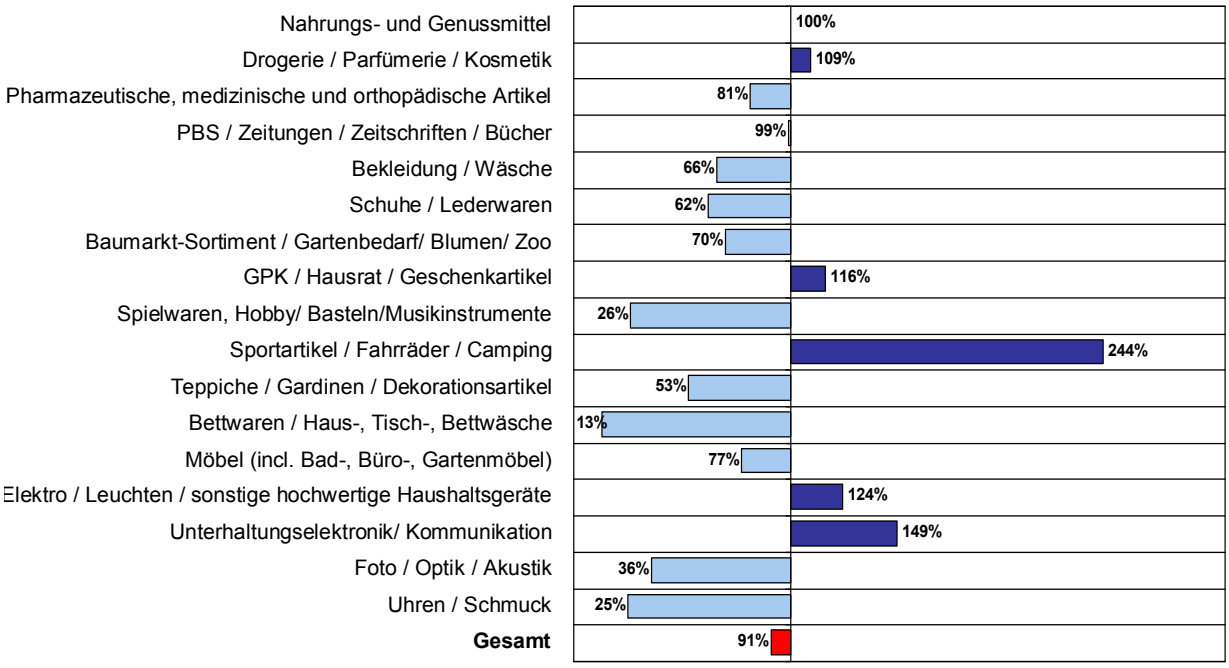
- *Die höchsten absoluten Abflüsse sind mit 11,4 Mio. bzw. 10,4 Mio. EUR in den Sortimenten Bau- und Gartenmarktartikel und Bekleidung/Wäsche festzustellen.*

Abb. 6: Einzelhandelszentralität nach Warengruppen (2008)

Warengruppe	Umsatz in Mio. EUR	Kaufkraft in Mio. EUR	Umsatz-Kaufkraft-Relation in %	Umsatz-Kaufkraft-Relation in Mio. EUR
Nahrungs- und Genussmittel	108,1	108,6	100	-0,4
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	15,8	14,5	109	1,3
Pharmazeutische, medizinische und orthopädische Artikel	21,4	26,4	81	-5,1
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	12,7	12,8	99	-0,1
Bekleidung / Wäsche	20,6	31,0	66	-10,4
Schuhe / Lederwaren	4,3	6,9	62	-2,6
Baumarkt-Sortiment / Gartenbedarf/ Blumen/ Zoo	26,3	37,7	70	-11,4
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	7,7	6,6	116	1,1
Spielwaren, Hobby/ Basteln/ Musikinstrumente	1,8	6,9	26	-5,1
Sportartikel / Fahrräder / Camping	13,0	5,3	244	7,7
Teppiche / Gardinen / Dekorationsartikel	2,1	4,0	53	-1,9
Bettwaren / Haus-, Tisch-, Bettwäsche	0,5	3,8	13	-3,3
Möbel (incl. Bad-, Büro-, Gartenmöbel)	14,4	18,7	77	-4,3
Elektro / Leuchten / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	10,3	8,3	124	2,0
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC/ Drucker / Kommunikation	29,3	19,7	149	9,6
Foto / Optik / Akustik	2,6	7,2	36	-4,6
Uhren / Schmuck	0,8	3,4	25	-2,5
Gesamt	**291,7**	**321,8**	**91**	**-30,1**

Quelle: Stadt Sankt Augustin: Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept (2008).

Abb. 7: Einzelhandelszentralität nach Warengruppen (2008)



Quelle: Stadt Sankt Augustin: Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept (2008),

Zukünftige Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Sankt Augustin:

Der HUMA-Park wird kurzfristig einer umfassenden Sanierungs- und Revitalisierungsmaßnahme unterzogen werden. Im Zuge dieser Maßnahme wird das besonders verkaufsflächenstarke SB-Warenhaus real,- neu aufgestellt und hinsichtlich der Gesamtverkaufsfläche verkleinert. Im Zuge dieser Maßnahme wird der Verkaufsflächenanteil im Bereich Lebensmittel allerdings zunehmen und damit die zugehörige Verkaufsfläche etwa gleich bleiben. Es ist durch das neue Konzept von einer gesteigerten Umsatzleistung im Bereich Lebensmittel auszugehen.

Die u.a. aus dieser Entwicklungsmaßnahme resultierenden Verkaufsflächen werden für die Ansiedlung weiterer Einzelhandelsshops genutzt. Aufgrund der Standort- und Immobilienstruktur ist unter betriebswirtschaftlich marktüblichen Bedingungen, auch hinsichtlich der Mietzahlungsfähigkeit, davon auszugehen, dass die avisierten Mieter im Qualitätsniveau „oberhalb“ der bereits ansässigen Einzelhandelsformate liegen. Insbesondere im Bekleidungsbereich ist vor diesem Hintergrund nicht von der Ansiedlung besonders preisorientierter Fachgeschäfte bzw. Fachmärkte auszugehen.

Ein im Nahversorgungszentrum Niederpleis zukünftig ansässiger Lebensmittelvollsortimenter sieht sich vor diesem Hintergrund einer gesteigerten Wettbewerbssituation gegenüber. Der Betrieb bzw. das Nahversorgungszentrum muss deshalb wettbewerbsfähig aufgestellt werden, um die Versorgungsfunktion nachhaltig sicherstellen zu können.

4 Markpositionierung und Entwicklungsoptionen des Standorts

Vorbemerkung: Ein ggfs. vorhandenes, durch Zuzüge bedingtes Bevölkerungswachstum der Stadt Sankt Augustin kann für ein nachhaltiges Retail-Investment aus Sicht der BBE nur ergänzend bzw. als Rundungsgröße berücksichtigt werden. Einzelhandelsnutzungen müssen derart konzipiert sein, dass sie unter **vorhandenen Marktgegebenheiten** rentabel betrieben werden können. Die Ableitung zusätzlicher Marktpotenziale aus zukünftigen Bevölkerungsveränderungen ist nicht sinnvoll – zumal man auf weitere Marktentwicklungen, insbesondere hinsichtlich der Wettbewerbssituation keine Einflussmöglichkeiten besitzt und Entwicklungen nur äußerst bedingt abschätzen kann.

Für die **Festlegung der Marktpositionierung und der strategischen Entwicklungsoptionen** des Vorhabens sind insbesondere die folgenden, in den vorangegangenen Kapitel dargestellten Zwischenergebnisse

- *der Standortanalyse (allgemeine **Flächenverfügbarkeit** im Bereich des Projektareals) – vgl. Kap. 3.1,*
- *dem Einzelhandelskonzept und Flächennutzungsplan (standortbezogene **Ziele der Stadtplanung**) – vgl. Kap. 2.2, und*
- *der Marktpotenzialanalyse (bedienbare **Nachfragesituation und** gesamtstädtische **Wettbewerbssituation**) – vgl. folgendes Kap. 4.1 – entscheidend.*

4.1 Kaufkraftpotenziale

Der **Stadtteil Niederpleis** verfügt zum Untersuchungszeitpunkt über rd. **12.300 Einwohner**. Gemäß Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept übernimmt das Nahversorgungszentrum Niederpleis Versorgungsfunktionen für den Stadtteil mit einer damaligen Bevölkerungszahl von rd. 12.800 Einwohnern. Vor diesem Hintergrund ist die heutige Einwohnerzahl im Kontext der Markpotenzialanalyse als relevante Bemessungsgröße zu berücksichtigen.

Der Flächennutzungsplan weist zur funktionalen Sicherung des zentralen Versorgungsbereichs einen Ansiedlungsbedarf für Waren des kurz- und mittelfristigen Bedarfs aus.

Bezogen auf die Leitsortimente des Einzelhandels sind für den Stadtteil bzw. den Versorgungsbereich des Nahversorgungszentrums Niederpleis die auf der folgenden Seite tabellarisch zusammengefassten Kaufkraftpotenziale festzustellen.

Kaufkraftpotenziale sind allerdings nicht mit möglichen Umsätzen gleichzusetzen, da in der Regel mehrere Anbieter im Kundenwettbewerb stehen. Die einzelbetrieblich generierbaren Marktanteile liegen vor diesem Hintergrund weit unter 100 %.

Die folgende Abbildung zeigt, dass insbesondere im Bereich

- Nahrungs- und Genussmittel, (rd. 26,3 Mio. EUR),
- Drogerie/Parfümerie/Kosmetik (rd. 3,1 Mio. EUR),
- Pharmazeutische/Medizinische/ Orthopädische Artikel (rd. 7,5 Mio. EUR) und bei
- Bekleidung/ Wäsche (rd. 8,0 Mio. EUR) sowie Schuhe (rd. 1,7 Mio. EUR)

bereits innerhalb von Niederpleis Kaufkraftpotenziale vorhanden sind, die die Errichtung von zugeordneten Einzelhandelsbetrieben marktwirtschaftlich tragfähig erscheinen lassen.

Die übrigen Sortimentsgruppen können aufgrund der limitierten Basis der dargestellten Kaufkraftpotenziale und im Kontext des vorhandenen Wettbewerbs in Sankt Augustin betriebswirtschaftlich kaum nachhaltig über eigenständige Einzelhandelsbetriebe angeboten werden.

Bei Unterhaltungselektronik/PC/ Drucker/ Kommunikation, im Buchhandel und bei den nichtzentrenrelevanten Sortimenten Baumarkt und Möbeln sind ebenfalls jeweils größere Kaufkraftpotenziale vorhanden – allerdings kann hieraus aufgrund der hohen allgemeinen Wettbewerbsdichte sowie der Sortimentsvielfalt und deshalb notwendiger Mindestumsätze entsprechender Betriebsformen noch kein nachhaltiger Geschäftserfolg für einen separaten Betrieb abgeleitet werden.

Ein separater Lotto/Totto-Post-Laden, der auch Zeitungen/Zeitschriften anbietet, ist in der Schulstraße bereits vorhanden. Ebenso werden diese Sortimente auch in der Vorkassenzone des geplanten Lebensmittelsupermarktes angeboten.

Abb. 8: Sortimentsspezifische Kaufkraftpotenziale in Sankt Augustin-Niederpleis

	Pro-Kopf-Ausgaben 2009 Bund (in €)	Kaufkraft-kennziffer (in %)	Pro-Kopf-Ausgaben 2009 (in €)	Kaufkraft-potenzial (Gesamtstadt) (in Mio. €)	Kaufkraft-potenzial (Niederpleis) (in Mio. €)
Nahrungs- u. Genussmittel/ Bäcker/ Metzger	2.046	104,5	2.139	119,4	**26,3**
Blumen, Pflanzen	56	104,1	59	3,3	**0,7**
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	47	104,1	49	2,7	**0,6**
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	243	103,6	252	14,1	**3,1**
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	567	107,0	607	33,9	**7,5**
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	191	103,4	198	11,0	**2,4**
Bekleidung/Wäsche	593	109,2	647	36,1	**8,0**
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	130	108,2	141	7,9	**1,7**
Baumarktsortiment	271	104,1	282	15,7	**3,5**
Kfz-Zubehör	96	107,7	103	5,8	**1,3**
Pflanzen/Gartenbedarf (o. G-Möbel)	109	104,1	114	6,4	**1,4**
GPK/Haushaltsgegenstände (inkl. Kunstgegenstände)	80	105,9	85	4,8	**1,0**
Spielwaren/Hobby/Basteln/ Musikinstrumente (inkl. Kinderwagen)	115	105,4	121	6,8	**1,5**
Kinderwagen					**0,0**
Sportartikel (inkl. Camping)	88	107,5	94	5,3	**1,2**
Fahrräder	55	106,6	58	3,3	**0,7**
Camping					**0,0**
Gardinen/Stoffe/Sicht-, Sonnenschutz	28	106,5	30	1,7	**0,4**
Teppiche	31	106,5	33	1,9	**0,4**
Haus-, Tisch-, Bettwäsche	40	106,5	43	2,4	**0,5**
Bettwaren (Lattenroste, Matratzen, Oberbetten)	30	106,5	31	1,8	**0,4**
Möbel (inkl. Bad-/Garten-/Büromöbel)	294	111,5	327	18,3	**4,0**
Lampen und Leuchten	19	106,5	20	1,1	**0,2**
Elektrokleingeräte	40	104,9	42	2,3	**0,5**
Elektrogroßgeräte	80	104,9	84	4,7	**1,0**
UE/CD/Video/PC/Drucker/Kommunikation	259	108,3	281	15,7	**3,5**
Foto/Optik/Akustik	101	108,5	110	6,1	**1,4**
Uhren/Schmuck	56	111,4	62	3,5	**0,8**
Gesamt	**5.664**	**106,1**	**6.012**	**335,7**	**74,0**

*Rundungsdifferenzen möglich

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung auf Basis der Marktforschungsdaten von MB-Research (Nürnberg) 2011.

Die vorstehende Tabelle zeigt, dass insbesondere die Warengruppe der Nahrungs- und Genussmittel den größten Anteil an einzelhandelsrelevanter Kaufkraft im Stadtteil Niederpleis darstellt – und hier eine Größenordnung erreicht, die einen entsprechend leistungsfähig dimensionierten Anbieter marktwirtschaftlich tragfähig erscheinen lässt (rd. 26 Mio. EUR)

Unter Berücksichtigung der Ergebnisse des Einzelhandelskonzepts der Stadt Sankt Augustin zeigt sich, dass im Stadtteil Niederpleis im Jahr 2008 ein **Einzelhandelsumsatz von rd. 12 Mio. EUR**

im Bereich von Nahrungs- und Genussmitteln festzustellen ist. **Rund 14 Mio. EUR sortimentsspezifischer Kaufkraft fließen vor diesem Hintergrund per Saldo aus dem Stadtteil ab.**[13]

Rund 17 Mio. EUR werden durch den an der Stadtteilgrenze liegenden HIT-Verbrauchermarkt (im Übergangsbereich zum Stadtteil Sankt Augustin-Ort) erwirtschaftet. Dieser Markt verfügt allerdings primär über ein gesamtstädtischen Einzugsgebiet und übt damit auch Versorgungsfunktionen für den Stadtteil Niederpleis aus.

Die **Kaufkraftbindung** im Bereich nahversorgungsrelevanter Sortimente durch in Niederpleis ansässige, überwiegend fußläufig erreichbare Betriebe ist vor diesem Hintergrund als **deutlich unzureichend** zu bezeichnen. Das Einzelhandelskonzept weist hierauf an verschiedenen Stellen ebenfalls hin.

Vor diesem Hintergrund dürfte sich die strategische Positionierung des Projektstandortes in erster Linie an einer Nahversorgungsfunktion orientieren. Unter Berücksichtigung der planerischen Zielstellungen und der in Niederpleis vorhandenen Kaufkraftpotenziale sind ggfs. weitere Einzelhandelsnutzungen denkbar.

4.2 Strategische Positionierung des Standorts

Das Planvorhaben ist innerhalb seiner räumlichen Lagesituation und bereits aufgrund des lokalen Wettbewerbs in der Stadt Sankt Augustin nicht in der Lage, das Einzelhandelsangebot der benachbarten fachmarktorientierten Versorgungsbereiche und des Hauptzentrums zu übertreffen.

Der Projektstandort ist in seiner Funktion als Einzelhandels-Standort dabei auch durch die baulich realisierbare Gesamtverkaufsfläche limitiert. Das Hauptzentrum und die großen Fachmarktbereiche (z.B. mit dem HIT-SB-Warenhaus) sind verkehrlich aus dem gesamten Stadtgebiet gut zu erreichen.

- Vor diesem Hintergrund trägt die Standort- und Wettbewerbssituation dazu bei, dass sich das zu versorgende **Einzugsgebiet des Planvorhabens im Wesentlichen auf den Stadtteil Niederpleis konzentriert**.
- **Ankerbetrieb** des Planvorhabens ist vor diesem Hintergrund ein wettbewerbsfähiger, großflächiger **Lebensmittelsupermarkt („Vollsortimenter“).**
- Aufgrund des vorhandenen Nachfragevolumens ist auch die Etablierung eines, den Vollsortimenter **ergänzenden Drogeriefachmarktes** geeignet. Dieses Angebotsformat ist prägend für Nahversorgungszentren. Für eine spezialisierte Parfümerie bzw. ein Kosmetikfachge-

[13] Gegenüber dem Stand aus 2008 ist von einem weitgehend unveränderten Einzelhandelsbesatz auszugehen. Einer Netto-Neuaufstellung steht ein Rückzug eines Nah&Gut-Lebensmittelmarktes gegenüber.

schäft stellt das vorhandene Kaufkraftpotenzial demgegenüber noch keine geeignete „Mindestgröße“ dar.

- Ergänzend hierzu kann das Planvorhaben bei einigen Sortimenten/ Angebotskonzepten in der Lage sein, das Einzelhandelsangebot der Gesamtstadt in einem eng umfassten Sortiment zu ergänzen. Diese Chance eröffnet sich insbesondere bei Warengruppen, die, zielgruppenspezifisch, noch unzureichend aufgestellt sind:

  Besonders **Preis- und Mode-orientierte Fachgeschäfte und/oder Fachmärkte im Bereich Bekleidung** stellen vor dem Hintergrund der Objektstruktur des Planareals und der städtischen Wettbewerbs- und Nachfragestruktur aus **immobilienwirtschaftlicher Perspektive** neben den reinen Nahversorgungsanbietern eine grundsätzlich geeignete Nutzungsoption dar.

  Die **Perspektive der städtebaulichen Verträglichkeit** entsprechender Mieteinheiten, und damit auch die **Perspektive einer geordneten und nachhaltigen stadtplanerischen Einzelhandels-Standortentwicklung** sind Teil von Stufe II des vorliegenden Einzelhandelsgutachtens. Eine entsprechende Verträglichkeit ist aufgrund der vorhandenen Angebots- und Nachfragestruktur nicht grundsätzlich zu verneinen.

- Ebenfalls erscheint im Kontext der (zugewiesenen) Nahversorgungsfunktion des Projektareals die **Errichtung einer Apotheke als strategisch und betriebswirtschaftlich möglich**.

- Das Planvorhaben würde durch geeignete Mieter Kaufkraft an den Standort Niederpleis binden, die bislang zu vergleichbaren Angebotsstandorten außerhalb des Stadtteils, aber innerhalb von Sankt Augustin abfließt (im Fall von nahversorgungsrelevanten Sortimenten sowie bei Drogeriewaren) bzw. zu Einzelhandelsbetrieben in Umlandkommunen abfließt (Teilsegment preis- und modeorientierten Bekleidung/Wäsche bzw. Schuhe).

5 Wettbewerbsanalyse

Um die Wettbewerbssituation bewerten zu können, wurden im engeren und weiteren Untersuchungsraum die aus dem skizzierten Planvorhaben bzw. der Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrum Niederpleis heraus in erwartbar relevantem Maß tangierten Angebotsstrukturen differenziert nach Standort, Verkaufsfläche und Sortimentsschwerpunkt erhoben und hinsichtlich des Marktauftritts und der Umsatzleistung bewertet. Hierzu zählen in erster Linie Nahversorgungs-(leit-)betriebe: Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser, Lebensmittelsupermärkte und Lebensmitteldiscountmärkte, ferner Drogerien/Parfümerien und Getränkemärkte. Ebenfalls wurden Apotheken und Bekleidungs- und Schuhfilialisten als Wettbewerber erfasst. Im Hinblick auf sonstige, für Nahversorgungszentren typische Ladennutzungen, Gastronomieeinrichtungen und sonstige nahversorgungsrelevante Dienstleistungen wird eine qualitative Einschätzung durchgeführt.

Dass die Stadt Sankt Augustin über einen insgesamt starken Handelsbesatz verfügt, wurde bereits in Kap. 3.2 deutlich: Es sind über 230 Einzelhandelsbetriebe vorhanden, die über eine Verkaufsfläche von rd. 85.000 m² verfügen. Die Zentralen Versorgungsbereiche der Stadt bilden das Hauptzentrum (HUMA-Park), das Stadtteilzentrum Hangelar sowie die Nahversorgungszentren Ortsmitte Menden und Ortsmitte Niederpleis (in dem das Projektareal liegt). Solitäre Nahversorgungsanbieter ergänzen das Angebot. Im Hinblick auf das vorliegende Vorhaben/Einzelhandelsgutachten (Stufe I) sind die folgende Wettbewerber relevant:

5.1 Lebensmittel-Märkte, -Ladenhandwerk und –Warengruppenspezialisten

Im Umfeld des Projektareals stellen folgende Anbieter die, mit zunehmender Distanz, nächstgelegenen Wettbewerber dar:

- **Bäckerei Eich**, Schulstraße, 10 m² VKF, Distanz 150 m
- **Bäckerei Profittlich**, Hauptstraße, 10 m² VKF, Distanz 400 m
- **Getränke-Tankstelle**, Hauptstraße, 70 m² VKF, Distanz 400 m
- **Netto-Discount**[14], Pleiser Dreieck, 500 m² VKF (Nachbarschaft zu Schlecker-Drogerie und einem türkischen Bäcker/Lebensmittelmarkt mit rd. 100 m² VKF inkl. Außenfläche); in rd. 150 m Entfernung Getränkemarkt „getränke und mehr...“ (60 m² VKF).
- Den **insgesamt wichtigsten Wettbewerber** stellt der Fachmarktbereich „Alte Heerstraße“: Aldi-Discount (800 m² VKF), **Hit-Verbrauchermarkt** (5.500 m² VKF) mit Bäckerei in der Vorkassenzone und separatem Getränkemarkt (430 m² VKF) sowie Türkischem Feinkostanbieter „Bulut“ (20 m² VKF/Shopzone), ferner ist gegenüber von Hit die Bäckerei Gilgens ansässig (15 m² VKF)

[14] Alle ehemaligen Discountfilialen des Betreibers PLUS sind am Standort in Filialen des Betreibers Netto umgeflaggt worden.

- Netto-Discount, Am Engelsgraben (Mülldorf), neu aufgestellt auf 800 m² VKF
- Aldi-Discount, Im Mittelfeld (Buisdorf), Ausbildungsfiliale neben GH-Lager, 1.000 m² VKF
- Netto-Discount, Frankfurter Str. (ebenfalls Buisdorf), 500 m² VKF, Bäckerei Schlösser im Objekt, gegenüber Sparkasse und Apotheke; nebenan VR-Bank und Tankstelle mit neuem Café/Bistro und einer noch freien Ladeneinheit
- HUMA-Einkaufspark / Hauptzentrum Sankt Augustin: real,-SB-Warenhaus (19.200 m² VKF), netto-Discount 500 m² VKF, weitere Bäckereien im HUMA-Park; Vielzahl weiterer (großflächiger) Einzelhandelsbetriebe (Adler, Saturn, InterSport) (umfassende Neuaufstellung des gesamten Standortverbundes steht kurzfristig bevor)
- Metzgerei Hielscher, Früchte/Gemüseladen Rühlicke und Apotheke (Boelkestraße/ Uhlandstraße) (keine relevante Wettbewerbsstruktur zum Planstandort)
- Zwei Bäckereien an der Pleistalstraße in Birlinghoven (je 10 m² VKF). Ebenfalls im Bereich Birlinghoven, im Übergang nach Dambroich, ist die Errichtung eines kleinflächigen Nahversorgungsanbieters über die Ausweisung eines Autobahn-nahen Sondergebiets (SO) avisiert.
- Östlich des Stadtteils Buisdorf sind am Eingang zur Nachbarkommune Hennef (Sieg) im Umfeld des Möbelhauses Müllerland die Anbieter Aldi (900 m² VKF) und Edeka (800 m² VKF) ansässig. Benachbart liegen ein Fahrradfachgeschäft und eine Filiale des Zooanbieters Futterhaus.
- Anbieter am Standort Siegburg liegen, durch die räumliche Distanz und die Barrierewirkung der Infrastrukturnetze überwiegend außerhalb eines Wirkungszusammenhangs mit dem Standort des Planvorhabens.

  Eine Ausnahme stellt der Kaufland-Verbrauchermarkt an der Wilhelm-Ostwald-Straße dar. Dieser Anbieter stellt zumindest für die Bewohner des Stadtteils Buisdorf, das zum erweiterten Einzugsgebiet des Planvorhabens zu zählen ist, einen relevanten Angebotsstandort dar. Darüber hinaus sind in Siegburg-Deichhaus, nahe der Frankfurter Straße, Lebensmitteldiscounter ansässig.
- Anbieter am Standort Königswinter stehen aufgrund der räumlichen Distanz überwiegend außerhalb eines Wirkungszusammenhangs mit dem Standort des Planvorhabens. In den Ortsteilen Königswinter-Dambroich und -Rauschendorf sind keine relevanten Nahversorgungsanbieter vorhanden.

  Der nächstgelegene relevante Anbieter ist hier in Stieldorf ansässig – ein Edeka-Lebensmittelsupermarkt.

5.2 Drogerieanbieter

- Schlecker-Drogerie, Pleiser Dreieck, neben Netto-Markt neu aufgestellt
- dm-Drogeriemarkt, Alte Heerstraße, 560 m² VKF
- Schlecker, Pleistalstraße (Birlinghoven), 150 m² VKF

5.3 Apotheken

- Pleis-Apotheke, Niederpleiser Str. 15 m²
- Apotheke, Alte Heerstraße, 15 m² VKF
- St-Georg-Apotheke, Frankfurter Str. (Buisdorf), 20 m² VKF, Sparkasse gegenüber
- Schloss-Apotheke, Sankt-Augustin-Birlinghoven, 15 m² VKF

5.4 Bekleidungsfilialisten und Schuhe

- Textil- und Wäscheanbieter, Hauptstraße (Meterware), Schaufensterkasten, kein relevanter Wettbewerb, Distanz 400 m
- Ernsting's Family, Rathausallee – HUMA-Park, 50 m² VKF – engster Wettbewerber, weitere Bekleidungsdisounter in Sankt Augustin generell nicht vorhanden.
- Modemarkt-Adler (2.900 m² VKF) und Mode Vögele (960 m² VKF), ebenfalls HUMA-Park.
- Schuhgeschäft, Schulstraße, 30 m² VKF, rd. 50 m vom Projektstandort entfernt
- Reno-Schuhe (700 m² VKF), Standort HUMA-Park
- Gruber-Schuh (35 m² VKF), Standort HUMA-Park
- Deichmann-Schuhe, Südstraße, nördlich am HUMA-Park, (450 m² VKF)

5.5 Sonstige für Nahversorgungszentren typische Nutzungen und Zusammenfassung

- SoGi Geschenke und Schreibwaren (Hauptstraße, von Projetareal eingefasst), 40 m² VKF
- Lotto-Totto-Zeitschriften-Tabakwaren-Schreibwaren (Eva's TOP-TIP), Schulstraße, 30 m² VKF
- Blumengeschäft, (Blumen, Pflanzen, Glas/Porzellan/Keramik), Paul-Gerhardt-Straße, 40 m² VKF.
- Sparkasse, Schulstraße
- Hinsichtlich öffentlicher Gastronomiebetriebe sind im Stadtteil Niederpleis insbesondere die Betriebe „Die Kneipe Honny" (Hauptstraße 50; unmittelbar am Projektareal) und das Tanz-

Center Rose, das ebenfalls im unmittelbaren Projektumfeld liegt, zu nennen. In der Alte Heerstraße befindet sich Marchetti's Gyros Palast – ein griechisches Grillrestaurant.

Insgesamt ist festzustellen, dass das **Nahversorgungszentrum Niederpleis** (NVZ) zum Untersuchungszeitpunkt durch einen **schwachen Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz** gekennzeichnet ist.

Auch eine Grundversorgung mit Nahrungsmitteln ist nicht mehr gegeben. Im NVZ bzw. im unmittelbaren Umfeld sind insgesamt lediglich zwei Bäckereien und ein Zeitschriftenshop mit ausgewählten Schreibwaren ansässig.

Alle weiteren für die Nahversorgung relevanten Angebotsformate liegen bereits in vergleichsweise deutlicher Entfernung zum eigentlichen Nahversorgungszentrum (Getränkemarkt, Apotheke, Netto-Lebensmitteldiscount und (türkischer) Bäcker) am Pleiser Dreieck.

Die Dienstleistungsfunktion beschränkt sich auf eine Sparkassenfiliale; gastronomische Nutzungen (Tanz-Center und Kneipe) sind vorhanden.

Im erweiterten Standortumfeld ist eine Mehrzahl an Lebensmittelanbietern zu finden, die allerdings überwiegend auf Auto-orientierte Kunden ausgerichtet sind. Die Großformate besitzen dabei auf das gesamte Stadtgebiet ausgerichtete Einzugsgebiete.

6 Sortiments- und betriebsformenbezogene Entwicklungsoptionen für das Planvorhaben

Für das Projektareal sind aus Sicht der BBE hinsichtlich realistischer Einzelhandelssortimente, Betriebsformen und sonstiger gewerblicher Nutzungen in den Bedarfsstufen folgende Entwicklungsoptionen[15] gegeben.

Abb. 9: Entwicklungsoptionen für das Projektareal

Bedarfsstufe	Waren-hauptgruppe	Betriebsform	strategisches Ziel
kurzfristiger Bedarf	Nahrungs- und Genussmittel	großer Supermarkt	Nahversorgung im Stadtteil und Grundfrequenz für vorhandene Anbieter (Einzelhandel und Dienstleistung) des Nahversorgungszentrums
		Bäcker	Ergänzung der Nahversorgung
		Metzger	Ergänzung der Nahversorgung
		Getränke	Bei Flächenverfügbarkeit ggfs. separater Getränkemarkt
	Drogeriewaren, Parfümerie und Kosmetik	Drogeriefachmarkt	Aufwertung des Warenangebots, Stadtteil-Nahversorgung; ergänzende Angebote bei Parfümerie und Kosmetik
	Medizinische Artikel	Apotheke	leistungsfähiges Angebot im Bevölkerungsschwerpunkt
mittelfristiger Bedarf	Bekleidung	Ein bis zwei Filialisten im Fachgeschäft- bzw. Fachmarktsegment	Damen und Kinder sowie Herren im konsumig-modischen Segment (nur besonders expansive Unternehmen)
	Schuhe	Filialist im konsumig-preisorientierten Segment	Damen, Herren, Kinder im Preis-Einstiegssegment
	Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren	Konzessionär oder Randsortiment des Supermarktes	Kombination mit Vollsortimenter
einzelhandels-nahe Dienst-leistungen	Gastronomie	Für Fast-Food Franchise-Ketten ist Nahversorgungszentrum zu klein; Lokaler Anbieter aus dem Bereich des Lebensmittelhandwerks (Bäcker/ Metzger) mit Bistrofunktion	Abrundung des Angebotsmix über in Qualitäts- und Design-orientiertes Gastronomiekonzept
		An Stadtteillage und zugleich Fahrlage ortientiertes "American Bar/ Mexikanisches Restaurant"-Konzept	Modernes, neues Gastrokonzept im Stadtteil. Abrundung des gesamtstädtischen Gastrokonzepts. Kombination von Lauflage und Fahrlage
	Frisör	Lokaler Selbständiger / Etablierter Filialist bzw. Franchisegeber	Abrundung des Angebotsmix

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung (2011).

[15] Die Festlegung der Entwicklungsoptionen orientiert sich dabei an der Maxime, innerhalb der Einzelnutzungen möglichst hohe Verkaufsflächenproduktivitäten (EUR Miete / m² Verkaufsfläche) erzielen zu können. Dies bedingt wiederum, die Mietflächen mit Nutzern zu belegen, die am Standort die höchsten Erfolgsaussichten besitzen. Die Erfolgsaussichten definieren sich aus den Marktverhältnissen (Wettbewerb und Nachfrage) sowie der generellen Wettbewerbsfähigkeit einzelner Betreiberkonzepte bzw. Store-Konzepte.

7 Nutzungsempfehlungen für das Projektareal

Im folgenden Abschnitt werden die aus Sicht der BBE für das Projektgrundstück realistischen gewerblichen Nutzungen im Hinblick auf eine Einzelhandelsnutzung und ergänzender Dienstleistungen dargestellt. Zum Ersten wird ein standortspezifisches Flächen- und Nutzungsprofil entwickelt. Zum Zweiten werden Empfehlungen zur Geschäftsflächenkonzeption unter Berücksichtigung betriebsnotwendiger Mindestgröße und standortspezifischer Anforderungen entwickelt.

7.1 Standortspezifisches Flächen- und Nutzungsprofil

Wie bereits im Rahmen der Standort- und der Marktpotenzialanalyse sowie der darauf aufbauenden strategischen Positionierung des Projektstandortes deutlich geworden ist, ist das Planvorhaben in erster Linie an einer Nahversorgungsfunktion zu orientieren. In Kapitel 4.2 werden die vor diesem Hintergrund grundsätzlich denkbaren Angebotsformate/Betriebsformen dargestellt.

- Das Flächen- und Nutzungsprofil umfasst demnach als Ankernutzer einen großen **Lebensmittelsupermarkt**, ggfs. ergänzt um Ladenhandwerksbetriebe (Bäcker/Metzger; ggfs. mit Gastronomiebereich) in der Vorkassenzone. Aufgrund der auf dem Projektareal gegebenen **Flächenpotenziale** – im Nordosten des Grundstücks ist die größte zusammenhängende Flächeneinheit gegeben – ist der Supermarkt in diesem Abschnitt zu entwickeln / eine Entwicklung in diesem Bereich unter Flächengesichtspunkten möglich.[16]
- Ergänzt wird dieser Anbieter durch einen auf den „Grundbedarf“ ausgerichteten **Drogeriefachmarkt** (Parfümerien und Kosmetik-Fachgeschäfte stellen aufgrund des insgesamt limitierten Kaufkraftpotenzials keine relevanten Mieteinheiten dar). Durch die allgemeinen **Flächenpotenziale** und die „Sortimentsnähe“ zum Supermarkt bedingt, ist der Drogeriemarkt möglichst nahe in Richtung Vollsortimenter zu platzieren. Die ist mit der aktuellen Projektskizze und der dort umrissenen Fachmarktfläche 2 durchgeführt.
- Die im Vergleich deutlich kleinere Verkaufsflächeneinheit des **Fachmarkts 1** ist räumlich zwischen dem Lebensmittelsupermarkt und dem Drogeriemarkt angesiedelt, was zu den höchsten Kundenfrequenzen und Austauschbeziehungen zwischen den Ladeneinheiten führt. Eine entsprechende Flächeneinheit kann durch einen im Projektareal denkbaren filialisierten **Bekleidungsanbieter** (preis- und mode-orientiertes Fachgeschäft/ bzw. Fachmarkt) genutzt werden.
- Ebenfalls umfasst das Flächen- und Nutzungsprofil eine **Apotheke** – das Kaufkraftpotenzial des Stadtteils reicht hierfür aus. Diese Nutzung kann in guter Weise innerhalb des **Fachmarktes 3** in Richtung Hauptstraße angesiedelt werden. Die aus dem Objektgrundriss notwendige „innere“ Flexibilität kann über mehrere kleine Nutzer erreicht werden. Ladeneinheit 3 muss in Form der Randbebauung den bisherigen Fassadengrundriss zur Haupt- und zur

[16] Das dem Gutachter vorliegende Nutzungserstkonzept sieht diese grundsätzliche Ausrichtung ebenfalls vor.

Paul-Gerhardt-Straße hin aufnehmen. Ebenfalls sind in der Immobilie 3 deshalb **weitere vergleichsweise kleinteilige Einzelhandels-, Dienstleistungs-, Gastronomie- und sonstige gewerbliche Nutzer** zu etablieren.

- Ladeneinheit 3 können nach Norden hin **Pkw-Stellplätze** vorgelagert werden. Zur Zu- und Abfahrt des Projektareals von der Schulstraße sowie von der Paul-Gerhardt-Straße aus ist innerhalb des Projektareals eine Durchfahrt zu ermöglichen. Davon abgehend sind (beiderseits) Pkw-Stellplätze zu errichten, die somit zugleich eine Distanzfunktion zwischen fließendem Verkehr und den zu errichtenden Immobilien schaffen. Die uneinheitlichen Grundstücksgrundrisse definieren darüber hinaus Lage und Ausrichtung der weiteren Pkw-Stellplätze auf dem Projektareal.

- **Ausblick:** Das bislang vorliegende Plankonzept umfasst die bislang für eine Entwicklung greifbaren Grundstücke. Darüber hinaus können ggfs. **weitere Grundstücke** (im Südwesten des Areals) einer Entwicklung zugeführt werden. Unter dieser Voraussetzung wären im Hinblick auf das Flächen- und Nutzungsprofil des Planvorhabens weitere Nutzungsoptionen denkbar:

  - Einerseits könnte man den Supermarkt um einen separaten **Getränkemarkt** ergänzen. Der Drogerieanbieter wäre dann in Richtung Süden zu verlagern.

  - Alternativ ist im Zuge der Grundstückserweiterung die Etablierung eines **zweiten Bekleidungsfachmarktes und/oder eines Schuhfachmarktes** denkbar.

  - Ebenfalls kann die Grundstückserweiterung des Projektareals (in Teilen) auch zur Errichtung **weiterer Pkw-Stellplätze** genutzt werden.

7.2 Geschäftsflächenkonzeption

Die Geschäftsflächenkonzeption zeigt im Resultat aus

- vorhandener und absehbarer Angebotsstruktur in Sankt Augustin[17],
- vorhandenen Einzelhandelsumsätzen in Sankt Augustin
- vorhandener und absehbarer Angebotsstruktur in den Umlandkommunen,
- dem hieraus im Groben ableitbaren Einzugsgebiet des Nahversorgungszentrums Niederpleis und den vor diesem Hintergrund in Niederpleis vorhandenen Kaufkraftpotenzialen
- den denkbaren Bindungs- und Verdrängungschancen, und
- der grundsätzlich denkbaren strategischen Positionierung des Planvorhabens

die unter marktüblichen Gesichtspunkten realisierbaren Verkaufsflächen-Strategien am Standort „Nahversorgungszentrum Niederpleis“. Nur diesen Nutzungseinheiten steht jeweils ein genügend großes „freies“ Potenzial zur Verfügung, das in Kombination mit Umverteilungen innerhalb von Sankt Augustin und der Bindung bislang aus der Stadt abfließender Kaufkraft, die Realisierung entsprechender Angebotsformate möglich macht.

- **Verkaufsflächengrößen**

Damit der Einzelhandelsstandort „Nahversorgungszentrum Niederpleis“ eine eigene Dynamik entwickeln kann, um im lokalen Wettbewerb als attraktiver Standort wahrgenommen werden zu können, sind in den einzelnen Betriebseinheiten geeignete Flächenformate zu entwickeln.

Unter Berücksichtigung vergleichbarer Nahversorgungs-Konzepte ist für die, den Ankermieter ergänzenden Fachgeschäfte und Fachmärkte im Bereich kurz- und mittelfristiger Konsumgüter von Verkaufsflächeneinheiten von rd. 150 m² bis 700 m² auszugehen. Hierzu zählen die Nahversorgungs-Sortimentsbereiche Parfümerie/Drogerie/Kosmetik, Bäcker bzw. Metzger mit angeschlossener Gastronomie bzw. mit Bistro- oder Café-Funktion sowie die Konsumgüter mittelfristiger Bedarfsstufe Bekleidung und Schuhe. Im Bereich Schuhe ist dabei aus Sicht der BBE nur ein einzelner Betrieb zu empfehlen. Dessen maximale Verkaufsfläche sollte 400 m² nicht überschreiten.

Kleinflächenkonzepte von unter 150 m²VKF sind für Bäcker/Metzger (in diesem Fall ohne Bistro), Apotheken und weitere ergänzende Einzelhandels- bzw. Dienstleistungsnutzer vorzusehen. Entsprechende Shops verfügen i.d.R. über Verkaufsflächen zwischen 40 m² und 100 m².

Im Bereich Lebensmittel (Hauptanbieter) ist aus Sicht der BBE eine Strategie denkbar:
Ein **großer Lebensmittelsupermarkt** als „Vollsortimenter“ mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd.

[17] Revitalisierung HUMA-Park.

1.300 m² bis rd. 1.700 m². Dieser würde im Kontext des Stadtteils als leistungsfähiger Lebensmittelanbieter wahrgenommen werden, ohne hierdurch in eine zu große Konkurrenz zu den vorhandenen SB-Warenhäusern/Verbrauchermärkten zu treten. Innerhalb des Nahversorgungszentrums hätte er einen besonders positiven Effekt auf die Grundfrequenz.

Ein kleinerer Supermarkt im „City-Format“ oder ein Bio-Supermarkt sind aus Sicht der BBE am Projektstandort nicht realistisch. Das zu spezialisierte Sortiment beider Anbieter würde hierbei zu einer nur unzureichenden Marktdurchdringung führen. Eine ausreichend attraktive Wettbewerbssituation gegenüber den vorhanden Großflächenanbietern könnte auf diese Weise nicht generiert werden. Der Rückzug des ehemals vorhandenen nah&gut-Lebensmittelladens deutet ebenfalls hierauf hin.

- **Geschossausrichtung**

Aus Sicht der BBE Handelsberatung ist das Projekt grundsätzlich auf eine ausschließliche Einzelhandelsnutzung im Erdgeschoss auszurichten. Aufgrund des vorhandenen Kaufkraftpotenzials ist aus Sicht der BBE eine Vermietung von Einzelhandelsflächen, die sich auf andere Gebäudegeschosse orientieren am Projektstandort nicht nachhaltig.

- **Stellplatzsituation**

Die aktuelle Projektplanung umfasst eine rd. 76 Pkw-Stellplätze große Parkierungsanlage (inkl. Behinderten- und größer geschnittenen Mutter-Kind-Stellplätzen). Gemessen an der skizzierten Gesamtverkaufsfläche des Projekts (rd. 2.510 m² inkl. Einzelhandels- und Dienstleistungsflächen von Fachmarkt 3) entspricht dies einer Verkaufsfläche von rd. 33 m² pro Stellplatz, was noch einen konzepttypischen Durchschnittswert darstellt. Gegebenenfalls sind im Zuge einer räumlich erweiterten Grundstückssituation weitere Pkw-Stellplätze realisierbar.

- **Flächenzuteilung**

Neben dem Lebensmittelvollsortimentsanbieter ist bislang die Errichtung von rd. 1.000 m² Einzelhandelsverkaufsfläche geplant. Auch hier ist aus Sicht der BBE die Ansprache wettbewerbsfähiger Filialisten zu empfehlen, die die höchste „Magnetwirkung“ auf den Standort erreichen können.

Hinsichtlich der in den folgenden Unterkapiteln umrissenen Shopgrößen sind neben den dort zugrunde liegenden Kaufkraftsalden bzw. generierbaren Marktanteilen die letztendlichen baulichen Rahmenbedingungen des konkreten Planvorhabens zu berücksichtigen. Hieraus sind ggfs. Flächenkorrekturen „nach oben“ bzw. „nach unten“ durchzuführen.

7.2.1 Nutzungseinheit „Lebensmittelvollsortimenter“

Kapitel. 4.2 (Kaufkraftpotenziale) zeigt, dass insbesondere die Warengruppe der Nahrungs- und Genussmittel den größten Anteil an einzelhandelsrelevanter Kaufkraft im Stadtteil Niederpleis darstellt – und hier eine Größenordnung erreicht, die einen entsprechend leistungsfähig dimensionierten Anbieter marktwirtschaftlich tragfähig erscheinen lässt (rd. 26 Mio. EUR).

Unter Berücksichtigung der Ergebnisse des Einzelhandelskonzepts der Stadt Sankt Augustin zeigt sich, dass im Stadtteil Niederpleis im Jahr 2008 ein Einzelhandelsumsatz von rd. 12 Mio. EUR im Bereich von Nahrungs- und Genussmitteln festzustellen ist. Rund 14 Mio. EUR sortimentsspezifischer Kaufkraft fließen vor diesem Hintergrund per Saldo aus dem Stadtteil ab.[18]

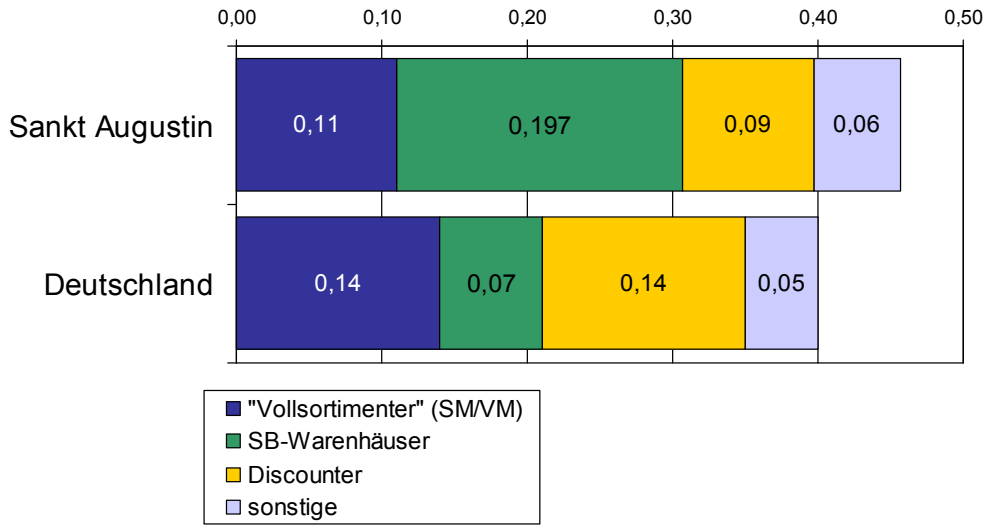
Neben der Bindung bislang abfließender Kaufkraft führt das Planvorhaben zu Umsatzumverlagerungen innerhalb der Stadt Sankt Augustin– wovon insbesondere das SB-Warenhaus HIT in der Alten Heerstraße und das real,--SB-Warenhaus betroffen sein dürften. Zugleich ist das Planvorhaben für einen nachhaltigen Markterfolg auf entsprechende Umverteilungen angewiesen. Die im Folgenden dargestellte **Marktanteilsbetrachtung** verdeutlicht diesen Sachverhalt:

Im Bereich Nahrungs- und Genussmittel (NuG) ist in Sankt Augustin insgesamt ein dichter Wettbewerb vorhanden. In allen wesentlichen Betriebsformen des Lebensmitteleinzelhandels: Vollsortimenter (Supermärkte (SM) und Verbrauchermärkte (VM)), SB-Warenhäuser, Lebensmitteldiscounter und sonstige Anbieter (Getränkemärkte, Bäcker, Metzger, Kioske, Tankstellenshops) sind entsprechende Anbieter vorhanden.

Der Vergleich der Verkaufsflächenrelationen zeigt allerdings, dass die Verkaufsflächen von SB-Warenhäusern deutlich überdurchschnittlich anzusetzen sind (rd. 0,2 m² VKF pro Einwohner). Demgegenüber liegen die Verkaufsflächen von „Vollsortimentern“ in Sankt Augustin deutlich unter dem Durchschnitt in Deutschland. Ebenfalls sind Lebensmitteldiscountflächen nur unterdurchschnittlich vorhanden (vgl. Abbildung auf der folgenden Seite). Sonstige Angebotsformate liegen auf Bundesniveau.

[18] Gegenüber dem Stand aus 2008 ist von einem weitgehend unveränderten Einzelhandelsbesatz auszugehen. Einer Netto-Neuaufstellung steht ein Rückzug eines Nah&Gut-Lebensmittelmarktes gegenüber.

Abb. 10: Verkaufsflächenausstattung Sankt Augustins im Bereich nahversorgungsrelevanter Sortimente



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung (2011).

Vor dem Hintergrund der vorstehenden Aspekte und unter Berücksichtigung bundesweiter Durchschnittswerte sowie Erfahrungen der BBE Handelsberatung ist ein moderner Lebensmittelsupermarkt am Standort Niederpleis in Sankt Augustin in der Lage einen maximalen **Marktanteil von rd. 20 %** am gesamten NuG-Kaufkraftpotenzial im Stadtteil Niederpleis zu binden. Dies entspricht einem **Umsatzpotenzial von rd. 5,3 Mio. EUR im Bereich Nahrungs- und Genussmittel**. Knapp die Hälfte der bislang aus dem Stadtgebiet abfließenden Kaufkraft könnten somit durch den geplanten Vollsortimenter am Standort des Nahversorgungszentrums gebunden werden.

Diesen Umsatz kann ein entsprechender Lebensmittelsupermarkt **ab einer reinen Verkaufsfläche von ca. 1.300 m²** erreichen – andernfalls stellt das Angebot eine nicht ausreichend attraktive Alternative zu den vorhandenen Wettbewerbern dar.

Unter zusätzlicher Berücksichtigung von Kaufkraftzuflüssen von Standorten außerhalb von Niederpleis können zusätzlich zu dem dargestellten Umsatzpotenzial von rd. 5,3 Mio. EUR maximal weitere rd. 10-12 % Umsatz generiert werden.[19] Dies entspricht einer maximalen Umsatzerwartung des geplanten Lebensmittelsupermarktes von rd. 6,0 Mio. EUR.

Als grundsätzlich **marktseitig trägfähige Nutzungsform ist aus Sicht der BBE vor diesem Hintergrund ein 1.400 m² bis zu 1.600 m² VKF großer Supermarkt** denkbar. Zur nachhaltigen und strategischen Positionierung des Betriebs müssen hierbei zusätzlich mehrere Aspekte berücksichtigt werden:

[19] Das erweiterte Einzugsgebiet des Nahversorgungszentrums umfasst bis zu rd. 7.000 weitere Bewohner, die zum überwiegenden Teil ebenfalls der Stadt Sankt Augustin entstammen.

Soweit wie möglich sollte auf vergleichsweise unproduktive interne Getränkemarktflächen verzichtet werden. Im Frischfleischsegment sollte ein Qualitätsmetzger mit Bedientheke eingerichtet werden. Im Bäckereibereich sollte durch einen Konzessionär bzw. einen separaten Backshop eine besondere Angebotskompetenz aufgebaut werden. Sinnvoll ist hierbei die Kombination mit einer Café- bzw. Bistro-Funktion. Dies stellt im Kontext der räumlichen Lage im Stadtteilzentrum eine Positionierungschance für das Standortkonzept dar. Das Projektareal fungiert auf diese Weise als „Lebens-Mittel"-Punkt.

Als mögliche Shoptypen/ Mieter sind hinsichtlich eines Lebensmittelsupermarktes die Anbieter Kaiser's, Edeka oder Rewe vorstellbar.

7.2.2 Sortimente Drogerie/Parfümerie/Kosmetik

In diesem Sortimentsbereich ist innerhalb des Stadtteils Niederpleis ein Kaufkraftpotenzial von rd. 3,1 Mio. EUR vorhanden. Deshalb besteht aus Sicht der BBE das Marktpotenzial zur Ansiedlung eines auf die wohnortnahe Grundversorgung ausgerichteten Drogerieanbieters.

Es wäre für diese Sortimentsbereiche von Umverteilungseffekten insbesondere gegenüber dem ansässigen real,-SB-Warenhaus und dem vorhandenen Verbrauchermarkt auszugehen. Eine relevante Bindung von externer Kaufkraft würde aus Sicht der BBE allerdings nichts stattfinden.

Als marktseitig trägfähige Nutzungsform ist aus Sicht der BBE ein 600m² bis 700 m² VKF großer Drogeriefachmarkt denkbar. Als mögliche Mieter sind z.B. die Anbieter „Rossmann" oder „dm" vorstellbar. Andere Drogerieanbieter (z.B. Ihr Platz, aktuell auch: Schlecker) sind ebenfalls grundsätzlich denkbar – unterschiedliche Quellen weisen allerdings auf eine nur sehr eingeschränkte Expansionstätigkeit hin. Entsprechende Anbieter benötigen aufgrund ihres Sortiments eine **Mindestverkaufsfläche von rd. 400 m².**

7.2.3 Sortiment Bekleidung/Wäsche und Schuhe

Im Bereich Bekleidung/Wäsche ist bereits innerhalb des Stadtteils Niederpleis ein Kaufkraftvolumen von rd. 8,0 Mio. EUR vorhanden, weitere 1,7 Mio. EUR sind hier im Bereich Schuhe vorhanden. Trotz der hohen (zielgruppenspezifischen) Angebots- und Sortimentsvielfalt ist vor dem Hintergrund des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials im Stadtteil das Marktpotenzial zur Ansiedlung eines auf die Grundversorgung ausgerichteten mode- und insbesondere auch preisorientierten filialisierten Angebots gegeben. Zusätzlich sind entsprechende Angebote/Anbieter im Stadtzentrum im Bekleidungsbereich nur auf vergleichsweise geringer Verkaufsfläche vorhanden (Vögele Moden bietet u.a. auch besonders preisorientierte Sortimentslinien an).

Als **marktseitig trägfähige** Nutzungsform sind aus Sicht der BBE bis zu drei Anbieter denkbar – bis zu zwei Anbieter im Bekleidungssegment und ein Anbieter im Schuhsegment. Die Gesamtver-

kaufsfläche der Betriebe kann dabei bis zu rd. 800 m² betragen. Durch mögliche Anbieter im Bereich preisorientierter Angebote können hierbei sowohl jüngere, als auch mittlere Zielgruppen bedient werden.

Als **mögliche Shoptypen/ Mieter** sind z.B. Anbieter Takko, Jeans Fritz oder Mister&Lady-Jeans, und Ernsting's Family (hier als Zweitstandort neben der Filiale im HUMA-Park) im Bereich Bekleidung denkbar. Ladenlokale dieser Betreiber benötigen Ladenlokale in der Größenordnung ab 500 m² bis 700 m² VKF. Vor dem Hintergrund der betreibertypischen Filialkonzepte sind für Ladenlokale der Firma Ernsting's Family knapp 200 m² VKF bis 300 m² VKF zu berücksichtigen. Im Schuhsegment ist ein bis zu 400 m² VKF großer Anbieter denkbar.

7.2.4 Weitere Sortimente des Einzelhandels

Für alle anderen Warengruppen des Einzelhandels bzw. entsprechender Angebotsformate bestehen aus immobilienökonomischen Gründen[20], vor dem Hintergrund der Nachfragesituation, sowie insbesondere unter Berücksichtigung der im näheren und weiteren Standortumfeld vorhandenen Angebots- und Wettbewerbssituation sowie deren abschätzbarer Entwicklung aus Sicht der BBE generell nur eingeschränkte Realisierungschancen.

[20] Hierzu zählt insbesondere die unter marktüblichen Bedingungen zu erwartenden Verkaufsflächenleistungen, der hiervon abzuleitende Mietzinsanteil in %, sowie im Ergebnis daraus der monatliche Mietzins im Kontext der zu erwartenden Immobilien-Kostenstruktur und hiervon abzuleitender Mindestmieten pro m² VKF.

8 Fazit

In zentraler Ortslage von Sankt Augustin-Niederpleis ist geplant, einen Einzelhandelsstandort zu entwickeln. Das Areal befindet sich im Bereich zwischen der Hauptstraße, der Paul-Gerhardt-Straße sowie der Schulstraße. Es liegt ein erstes Grobkonzept vor.

Den **Makrostandort** Sankt Augustin kennzeichnet eine auf separate Stadtteile verteilte Wohnbevölkerung. Die heterogene, zugleich dichte Siedlungsstruktur setzt sich zu den Nachbarkommunen, insbesondere in Richtung Siegburg und Hennef unmittelbar fort. Es ist von sich stark überlagernden Angebots- und Nachfragestrukturen zwischen den Kommunen auszugehen.

Das **Einzelhandelsangebot** der Stadt Sankt Augustin wird durch den HUMA-Park dominiert, der in Nachbarschaft zu den zentralen öffentlichen Diensten die geschaffene Stadtmitte bildet. An diesem Standort ist kurzfristig mit einer Aufwertung der Einzelhandelssituation zu rechnen. In der „Alte Heerstraße“ ist eine Fachmarktkonzentration vorhanden. In den Ortsteilen der Stadt sind Nahversorgungsanbieter vorhanden.

Der **Mikrostandort** liegt innerhalb des Nahversorgungszentrums Niederpleis. Im Ortsteil Niederpleis leben rd. 12.300 Einwohner. Für weitere rd. 5.500 Einwohner aus Sankt Augustin stellt der Standort einen ebenfalls noch attraktiven Versorgungsstandort dar. Der Projektstandort ist von der Schulstraße und der Paul-Gerhardt-Straße aus anfahrbar. Zur „Hauptstraße“ hin ist das Projektareal aktuell durch die Rückseite einer Teilimmobilie orientiert. Die nur eingeschränkte Sichtbarkeit des Projektareals von der lokal am stärksten frequentierten Hauptstraße aus, stellt eine wesentliche Restriktion dar.

Die **aktuelle Entwurfsplanung** sieht einen Lebensmittel-Supermarkt, einen Drogeriemarkt, einen Textilmarkt sowie eine weitere Fachmarktfläche vor. Ggfs. können zusätzlich auch Nachbargrundstücke in die Entwicklung einbezogen und damit noch weitere Verkaufsflächen realisiert werden.

Die im Kontext aus Entwurfsplanung und gesamtstädtischer Angebots- sowie Nachfragesituation **relevante Wettbewerbssituation** wird durch wenige Großformate des Lebensmitteleinzelhandels, z.Tl. ergänzt durch Drogerieanbieter, durch eine Mehrzahl von Apotheken und durch Großformate des Bekleidungseinzelhandels geprägt.

Die Nutzungsempfehlung der BBE für den Projektstandort ist – vergleichbar zur vorliegenden und diskutierten Konzeptskizze ebenfalls auf die Entwicklung eines Nahversorgungsstandortes hin ausgerichtet: Neben Leitbetrieben der Nahversorgung (**wettbewerbsfähiger Supermarkt und Drogeriemarkt**) sind ebenfalls **kleinflächige Anbieter** mit zentrenrelevanten Sortimenten denkbar. Diese sind auf die preisbewusste Grundversorgung mit **Bekleidung, ggfs. ergänzt um Schuhe** hin auszurichten. Diese Betriebe können zusätzlich die aktuelle bzw. geplante Angebotsstruktur des HUMA-Parks an einem hierfür geeigneten Standort ergänzen.

Als **potenzielle Mieter** sind im Kontext der Umfeldbevölkerung Anbieter aus dem Bereich der modischen, preisorientierte Bekleidung für (Klein-)Kinder und junge Familien sowie der preisorientierten Bekleidung/Schuhe für alle Altersgruppen realistisch.

Die **Verkaufsflächen** können im Kontext der Versorgungs- und Wettbewerbsstrukturen

- im Bereich Supermarkt in einer Größenordnung bis zu **rd. 1.600 m²;**
- im Bereich eines separaten Drogeriemarktes bis **max. 700 m²**
- und im Bereich Bekleidung/Schuhe bis zu insgesamt **rd. 800 m²** (**für bis zu drei Anbieter**)

als **marktseitig tragfähig** betrachtet werden. Ebenfalls ist eine marktübliche Apotheke tragfähig.

Durch die Realisierung des Planvorhabens in der oben dargestellten Form kann auch eine **Frequenzbelebung** des Nahversorgungszentrums bzw. **der bereits** in der Schulstraße und der Paul-Gerhardt-Straße **ansässigen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe** erreicht werden.

Zugleich ist mit dem empfohlenen Branchenmix sowie der zugehörigen Verkaufsflächendimensionierung sichergestellt, dass **nur ein kleiner Teil der** in der Gesamtstadt vorhandenen **Kaufkraftpotenziale gebunden** werden würde.

Im Zuge der Standortentwicklung wird auch die Standortbelebung im Hinblick auf eine gastronomische Nutzungseinheit denkbar – zumindest kann über Konzessionärsflächen des Lebensmittelsupermarktes (Bäcker/Metzger) eine den Einzelhandel ergänzende Gastronomie geschaffen werden.

Insofern würde auch den **planerischen Zielvorstellungen für das Nahversorgungszentrum voll entsprochen** - bzw. würde ein Standort geschaffen, der im Kontext der gesamtstädtischen Einzelhandelsstruktur im Bekleidungssegment (mittelfristige Bedarfsstufe) einen zielgruppenspezifischen, das vorhandene gesamtstädtische Sortiment „abrundenden“ Ergänzungsstandort darstellt.

Vorbehaltlich einer noch durchzuführenden detaillierten Umsatz-Umverteilungs- und städtebaulichen Auswirkungsanalyse ist für das gesamte Planvorhaben in diesem Kontext von einer „verträglichen“ Einzelhandelsentwicklung im Sinne der Bauleitplanung auszugehen.

Köln, den 10. Januar 2012

BBE Handelsberatung GmbH,
Niederlassung Köln

i.V. Franz J.W. Hrabak
(Standort- und Immobilienberatung)

i.V. Rainer Schmidt-Illguth
(Niederlassungsleiter)

- - -

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

- - -