

**1. Änderung
des Bebauungsplans
Nr. 809
„An der Kleinbahn“**

**Gutachterliche Stellungnahme
Einzelhandel**

(Stand 03.04.2014)

Gutachterliche Stellungnahme

Ansiedlung eines Lebensmitteldiscountmarktes am Standort Sankt Augustin-Birlinghoven

für die
Stadt Sankt Augustin, Fachdienst Planung und Liegenschaften

Ihre Ansprechpartner

Dipl.-Volksw. Corinna Küpper
(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 schmidt-illguth@bbe.de
kuepper@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

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

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

Wissen schafft Zukunft.

Köln, im März 2014

Stellungnahme Lebensmitteldiscountmarkt in Sankt Augustin-Birlinghoven

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation und Zielsetzung	4
2	Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel	5
2.1	Marktbedeutung des Betriebstyps Lebensmitteldiscounter	5
2.2	Abgrenzung von Lebensmitteldiscountern gegenüber anderen Betriebstypen	6
2.3	Flächenbedarf des Betriebstyps Lebensmitteldiscounter	9
3	Makrostandort	10
4	Mikrostandort	11
5	Wettbewerbssituation	13
6	Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung	17
7	Auswirkungsanalyse	21
7.1	Marktaberschöpfung und Umsatzleistung des Planvorhabens	21
7.2	Umsatzumverteilungseffekte und städtebauliche Bewertung	22
8	Fazit	27
Anhang:	Definitionen der Lebensmittel-Vertriebsformen	29

Stellungnahme Lebensmitteldiscountmarkt in Sankt Augustin-Birlinghoven

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel.....	6
Abbildung 2: Durchschnittliche Artikelanzahl nach Betriebstyp	7
Abbildung 3: Eigenschaften von Supermärkten und Lebensmitteldiscountern aus Verbrauchersicht	8
Abbildung 4: Flächennutzungsplan	11
Abbildung 5: Regionale Wettbewerbssituation	15
Abbildung 6: Einzugsgebiet	19
Abbildung 7: Umsatzprognose für einen Discountmarkt mit ca. 800 m ² Verkaufsfläche	21
Abbildung 8: Umsatzumverteilung	23

1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Die Stadt Sankt Augustin hat das Verfahren zur ersten Änderung des Bebauungsplanes Nr. 809 „An der Kleinbahn“ eingeleitet. Der rechtskräftige Bebauungsplan setzt ein Sondergebiet für einen Lebensmittelmarkt fest. Planungsziel der ersten Änderung ist es, die festgesetzte Verkaufsflächen-Obergrenze von heute 700 auf künftig 800 m² zu erweitern, so dass auch zukünftig die Schwelle der Großflächigkeit nicht überschritten wird.

Im Rahmen der frühzeitigen Beteiligung öffentlicher Belange wurden von den Nachbarkommunen Bonn und Königswinter Bedenken geltend gemacht. So besteht seitens der Stadt Bonn die Befürchtung, dass die Nahversorgung in Bonn-Hoholz geschädigt werden könnte. Die Stadt Königswinter bittet mit ihrer Stellungnahme darum, die Auswirkungen der Planung in Birlinghoven auf den Nahversorgungsstandort Stieldorf vertiefend prüfen zu lassen.

Vor diesem Hintergrund hat die Stadt Sankt Augustin die vorliegende Stellungnahme zu den absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Planvorhabens auf die wohnungsnaher Versorgung in den beiden Nachbarkommunen eingeholt.

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, speziell im Marktsegment „Lebensmitteldiscounter“, aufgezeigt.

Der Ausgabenanteil für Lebensmittel hat im Gegensatz zu anderen Bereichen des Handels in den letzten Jahren leicht zugenommen. Der Grund dafür liegt zum einen in Veränderungen der Nachfrage und steigenden Preisen begründet, zum anderen in 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.

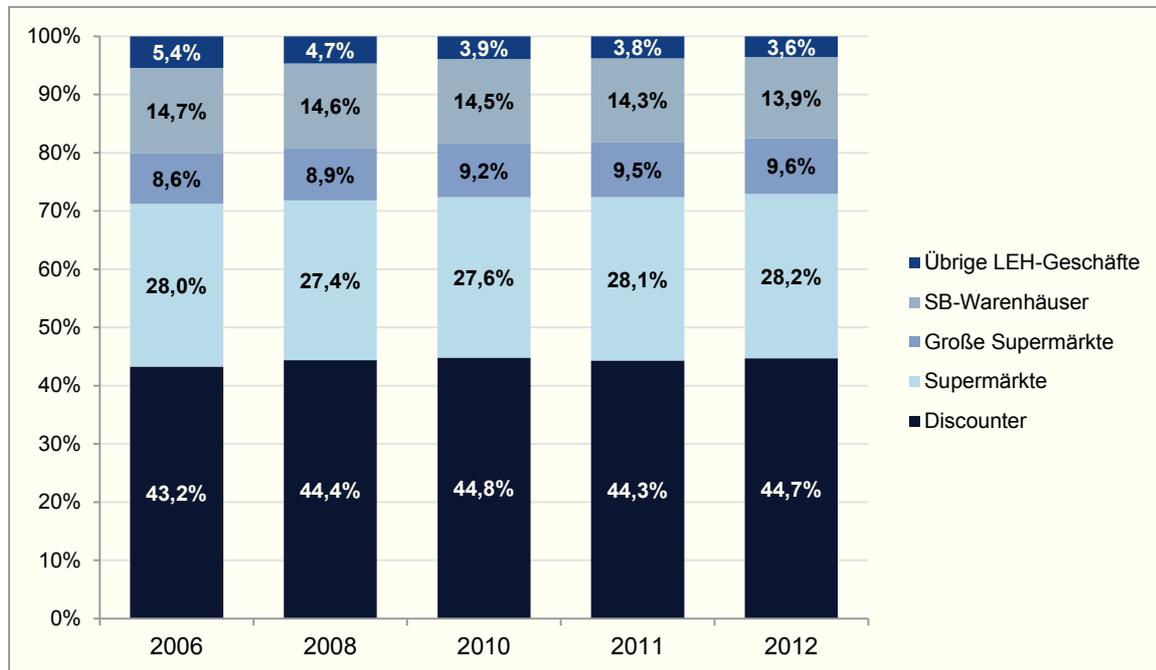
Von den Einzelhandelsausgaben der deutschen Verbraucher in Höhe von ca. 436 Mrd. € entfallen rd. 217 Mrd. € auf die Kernsortimente der Nahversorgung (Lebensmittel, Getränke, Drogeriewaren, Apothekenwaren). Dies entspricht einem Anteil von rd. 50 % und dokumentiert die hohe Bedeutung dieses Marktsegmentes, insbesondere der Nahrungs- und Genussmittel. Keine andere Branche weist eine so hohe Konzentration auf Handels- wie auch auf Lieferantenseite auf. Allerdings setzen die großen Betreiber von Supermärkten, die Rewe-Group und Edeka, zunehmend auf selbstständige Kaufleute, die mit ihrer lokalen Präsenz auf Besonderheiten des regionalen Marktes besser reagieren können.

Die Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel ist insgesamt durch eine starke Dynamik geprägt, wobei das Wachstum der Branche vor allem durch zunehmende Nachverdichtung, Flächenausweitungen und Diversifikation des Angebots generiert wird.

2.1 Marktbedeutung des Betriebstyps Lebensmitteldiscounter

Durch veränderte Verbraucherwünsche und eine starke Preisorientierung der deutschen Kunden haben die Lebensmitteldiscounter in den letzten Jahren kontinuierlich an Marktanteilen gewinnen können und sind heute mit einem Marktanteil von ca. 45 % der am stärksten präsente Betriebstyp des Lebensmittelhandels (vgl. Abbildung 1).

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel



Quelle: EHI, eigene Bearbeitung durch BBE Handelsberatung 2014

2.2 Abgrenzung von Lebensmitteldiscountern gegenüber anderen Betriebstypen

Anders als Supermärkte, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser stellen die Lebensmitteldiscounter keine Vollsortimenter dar. Auf einer Verkaufsfläche von i. d. R. 400 bis 1.300 m² bieten Lebensmitteldiscounter ein schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl an. Die Attraktivität der Lebensmitteldiscounter basiert auf einem preislichen Vorteil kombiniert mit einer überschaubaren Anzahl an Artikeln.

Während Supermärkte vor allem wegen ihres umfassenden Sortiments, einer großen Auswahl an Frischeartikeln, der attraktiveren Warenpräsentation und Ladenatmosphäre, des fachkundigen Personals und der Service-Elemente gefragt sind, werden Lebensmitteldiscounter von den Konsumenten in der Regel zum preisgünstigen Grundeinkauf aufgesucht.

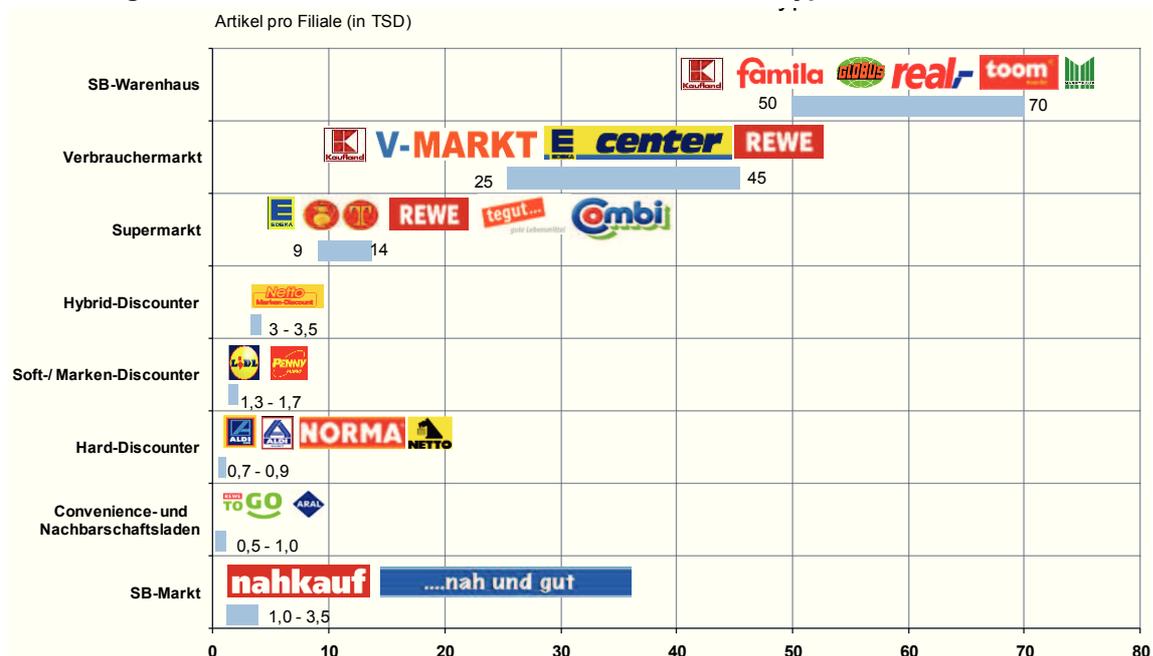
Dabei ist zwischen den Hard-Discountern und den Soft- bzw. Markendiscountern zu unterscheiden (vgl. Abbildung 2). Hard-Discounter führen etwa 800 verschiedene Artikel, wohingegen die Soft-Lebensmitteldiscounter mit bis zu 1.700 Artikeln mehr als die doppelte Artikelzahl anbieten. Der Schwerpunkt liegt bei beiden Lebensmitteldiscounterarten im Trockensortiment, das um Getränke (v. a. Einwegverpackung) ergänzt wird. Bedienungsabteilungen wie Frischetheken und andere Dienstleistungen sind in Lebensmit-

Stellungnahme Lebensmitteldiscountmarkt in Sankt Augustin-Birlinghoven

teldiscountern nicht vorzufinden. Charakteristisch für Lebensmitteldiscounter, insbesondere Hard-Discounter, ist der hohe Anteil an Eigenmarken, die sehr preiswert angeboten werden.

Die Discounter zeichnen sich durch eine preisorientierte und werbeintensive Unternehmensphilosophie aus. Die Warenpräsentation wird daher in der Regel eher nüchtern gestaltet, wobei vereinzelt ausgewählte Warengruppen (z. B. Drogerieartikel) aufwendiger präsentiert werden. Die Soft- bzw. Markendiscounter verfolgen dabei das Discount-Konzept weniger strikt als die Hard-Discounter. Der Nonfood-Bereich, der sich neben festen Nonfood-Artikeln zu einem Großteil aus wöchentlich wechselnden Aktionsangeboten zusammensetzt, umfasst durchschnittlich einen Umsatzanteil von 9 % bis 13 %.

Abbildung 2: Durchschnittliche Artikelanzahl nach Betriebstyp



Quelle: BBE Handelsberatung 2014

Die Lebensmitteldiscounter besitzen in der Regel einen einheitlichen Marktauftritt, so dass der Kunde in jedem Markt dasselbe Sortiment vorfindet. Abgeleitete Betriebsformen wie beispielsweise bei den Supermärkten (z. B. City-Supermarkt) sind bei Lebensmitteldiscountern i. d. R. nicht vorzufinden.

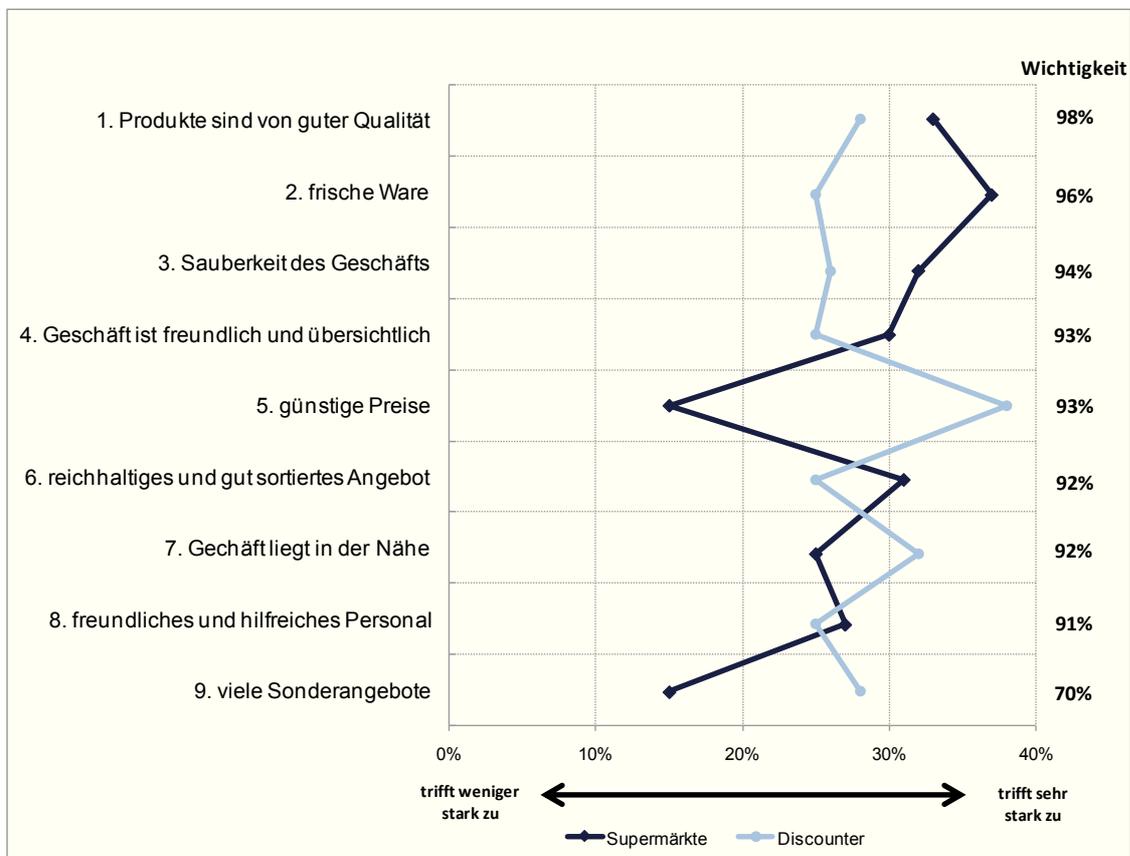
Eine Ausnahme bilden die Supermarkt-Discount-Hybriden (oder Hybrid-Discounter), zu denen in Deutschland Netto zählt. Netto positioniert sich hinsichtlich der Artikelzahl, der Bedienform und des Getränkesortiments zwischen Supermarkt und Lebensmitteldiscounter. Mit rund 3.500 Artikeln liegt die Artikelzahl eines Netto-Marktes deutlich über den discount-typischen 700 bis 1.700 Artikeln. Dies hat zur Folge, dass das Sortiment breiter und auch tiefer aufgestellt ist und der Kunde eine umfangreichere Nahversorgung vorfindet. Neben Eigenmarken bietet Netto dabei eine discount-untypisch hohe Anzahl an Markenartikeln an. Auch im Nonfood I-Segment (Drogerieartikel, Tiernahrung und Wasch- und Putzmittel) verfügt Netto über eine größere Sortimentsbreite und entspricht eher dem Nonfood I Aufbau eines Supermarktes.

Stellungnahme Lebensmitteldiscountmarkt in Sankt Augustin-Birlinghoven

Zudem verzichtet Netto weitgehend auf Aktionsartikel, so dass der entsprechende Umsatzanteil deutlich unter dem der klassischen Discounter liegen dürfte.

In der Praxis versorgt sich der Verbraucher nicht nur bei einer, sondern bei durchschnittlich 4,25 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 ergänzenden Wettbewerbern besorgt. Supermärkte bedienen andere Verbraucherbedürfnisse als beispielsweise Lebensmitteldiscounter, wie die folgende Abbildung veranschaulicht:

Abbildung 3: Eigenschaften von Supermärkten und Lebensmitteldiscountern aus Verbrauchersicht



Quelle: ZMG (Branchenreport LEH), Bearbeitung BBE Handelsberatung GmbH.

2.3 Flächenbedarf des Betriebstyps Lebensmitteldiscounter

Für die Frage der Auswirkungen eines Einzelhandelsbetriebes ist vor allem die Größe der Verkaufsfläche relevant, da diese z. B. neben der Sortimentsstruktur und der Standortqualität einen bedeutenden Einflussfaktor für den zu erwartenden Umsatz darstellt. Die vergleichsweise großzügig dimensionierten Nebenflächen führen hingegen zu keinen städtebaulich relevanten Auswirkungen, sondern dienen vor allem dem effizienteren Betrieb des Marktes.

Die Ursache für den gestiegenen Flächenbedarf bei Lebensmitteldiscountern ist vor allem in der Prozessoptimierung zu sehen:

- Gesetzliche Vorgaben machen einen zusätzlichen Platzbedarf erforderlich, so u. a. die Anforderungen der geänderten Verpackungsverordnung, nach der Kunden Verpackungsmaterial sofort im Laden entsorgen können, oder die Pfandregelung für Kunststoffflaschen.
- Großzügigere Verkehrsflächen, insbesondere größere Gangbreiten, tragen zu einer effizienteren Bestückung des Ladens und zur Vereinfachung von (logistischen) Betriebsabläufen bei.
- Großzügigere Warenpräsentation und niedrigere Regalhöhen erleichtern vor allem den älteren Kunden (u. a. auch mit Blick auf den demographischen Wandel) den Wareneingang.

Größere Flächen führen dabei jedoch nicht in gleichem Umfang zu Mehrumsätzen, sondern regelmäßig zu einer abnehmenden Flächenleistung.

Fazit zu Entwicklungen und Trends in der Lebensmittelbranche:

- Qualitätsstrategien der Vollsortimenter versus Preisstrategien der Lebensmitteldiscounter.
 - Verkaufsfläche steigt bei Supermärkten und Lebensmitteldiscountern.
 - Lebensmitteldiscounter schaffen Grundversorgung (bis zu 3.500 Artikel).
 - Lebensmitteldiscounter sind der am stärksten verbreitete Betriebstyp des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland.
-

3 Makrostandort

Die Stadt Sankt Augustin mit ca. 55.700 Einwohnern¹ übernimmt landesplanerisch die Funktionen eines Mittelzentrums in der Ballungsrandzone von Bonn. Die Nachbarstädte sind Bonn, Troisdorf, Siegburg, Hennef (Sieg) und Königswinter. Die Ortsteile Hangelar, Sankt Augustin-Ort, Niederpleis und Mülldorf mit zusammen ca. 38.200 Einwohnern erstrecken sich als Hauptsiedlungsband zwischen Bonn und Siegburg. Die Ortsteile Menden und Meindorf im Norden, Buisdorf im Osten und Birlinghoven im Süden stellen eigenständige Siedlungsbereiche dar. Über das Pleisbachtal ist der südlichste Ortsteil Birlinghoven mit Niederpleis verbunden.

Die Stadt wurde im Rahmen der kommunalen Gebietsreform im Jahre 1969 aus den bisher selbständigen Gemeinden Buisdorf, Hangelar, Meindorf, Menden (Rheinland) und Siegburg-Mülldorf sowie aus Gebietsteilen von Beuel, Holzlar und Stieldorf gegründet.

Der Ortsteil Birlinghoven umfasst knapp 2.000 Einwohner. Aktuell wird die Nahversorgung durch zwei Bäckereien, eine Apotheke, zwei Friseure und eine Tankstelle bedient. Darüber hinaus sind u. a. ein Allgemeinmediziner, ein Zahnarzt und eine Massagepraxis sowie eine Kindertagesstätte als soziale Infrastruktur vorhanden. Der wichtigste Arbeitgeber im Ortsteil ist die Firma Hennecke (Maschinen- und Anlagentechnik für Polyurethanverarbeiter) mit ca. 380 Mitarbeitern.

Der Ortsteil Birlinghoven grenzt im Westen an Bonn-Hoholz, im Süden an Königswinter-Rauschendorf/Stieldorf und im Osten an Hennef-Dambroich. Die Hauptverkehrsachse stellt die Landesstraße 143 (Pleistalstraße) dar, die die Verbindung nach Sankt Augustin-Niederpleis und die Autobahn A 560 sowie nach Königswinter-Oberpleis herstellt. Über die Landesstraße 490 sind die benachbarte Ortschaft Stieldorf und weiter der Talraum von Königswinter sowie die östlichen Stadtteile von Bonn-Beuel erreichbar.

Fazit zur Makrostandortanalyse:

-
- Die Ortschaft Birlinghoven stellt mit knapp 2.000 Einwohnern einen kleineren Siedlungsbereich im Süden des Mittelzentrums Sankt Augustin dar.
 - Das Pleistal bündelt die Verkehrsströme in Nord-Süd-Richtung. Darüber hinaus bestehen eingeführte Verkehrswege über Stieldorf und Bonn-Hoholz in den westlich gelegenen Ballungsraum der Bundesstadt Bonn.
 - Der Ortsteil Birlinghoven verfügt nur über eine ausschnittweise Nahversorgung. Es ist kein umfassendes Lebensmittelangebot vorhanden, so dass die örtliche Kaufkraft vor allem nach Sankt-Augustin-Niederpleis sowie nach Königswinter-Stieldorf abfließt (vgl. nachfolgende Wettbewerbsanalyse).
-

¹ Angaben der Stadt Sankt Augustin, Stand 31.08.2013 (Einwohner mit Hauptwohnsitz)

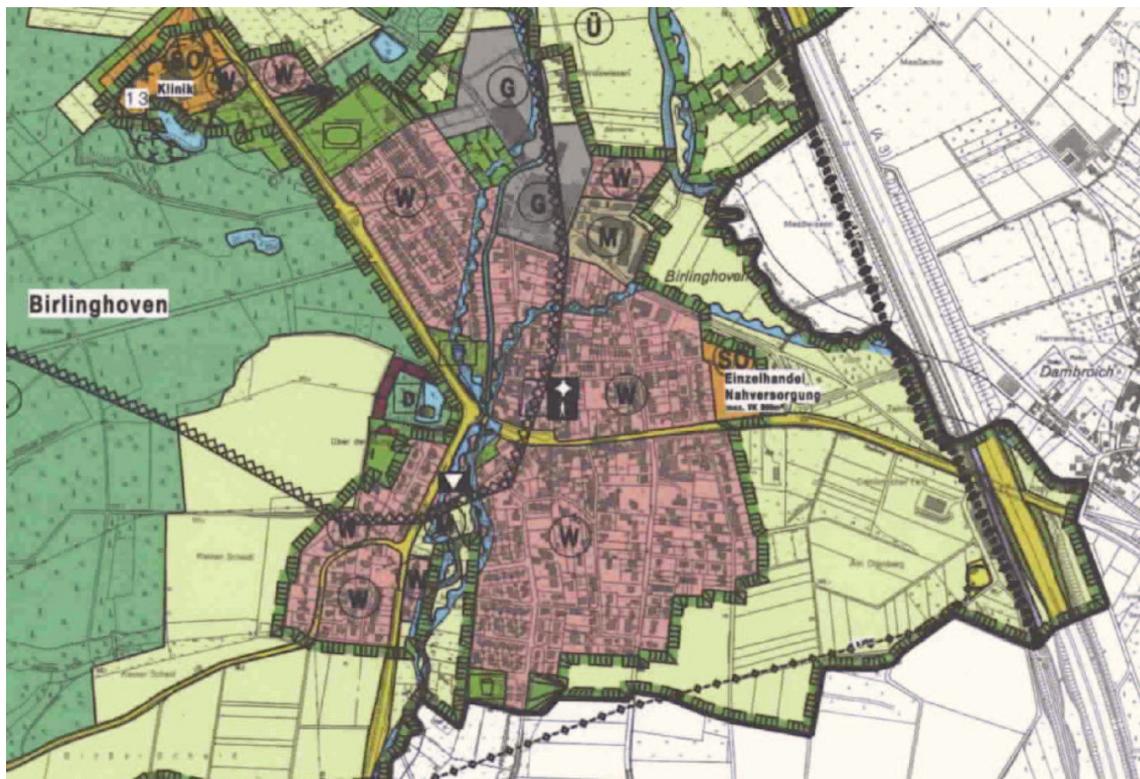
4 Mikrostandort

Der geplante Ansiedlungsstandort befindet sich an der Pleistalstraße (L 143) am östlichen Rand der Ortschaft Birlinghoven. Im Standortumfeld sind entlang der Hauptdurchgangsstraße Gaststätten, Handwerksbetriebe (Friseure, Fensterbau, Autoglas), eine Tankstelle, ein Computershop und zwei Bäckereibetriebe ansässig.

Der nächst gelegene Bushaltepunkt befindet sich in Birlinghoven an der Kirche (Pleistalstraße/ Birlinghovener Straße) und ist somit ca. 350 m vom Planstandort entfernt.

Im Flächennutzungsplan ist für den Planstandort eine Sonderfläche „Einzelhandel/ Nahversorgung mit max. 800 m²“ dargestellt. Im Einzelhandelskonzept ist er als Ergänzungsstandort für die Nahversorgung ausgewiesen. Nach den Aussagen des Einzelhandelsstandortes ist eine Ansiedlung eines kleinflächigen Lebensmittelmarktes zur Verbesserung der Versorgung im Siedlungsbereich Birlinghoven wünschenswert, die Marktchancen wurden aufgrund der geringen Bevölkerungszahl jedoch als eingeschränkt bewertet.²

Abbildung 4: Flächennutzungsplan



Quelle: Stadt Sankt Augustin, Flächennutzungsplan 2009

² BBE-Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Sankt Augustin, 2008

Stellungnahme Lebensmitteldiscountmarkt in Sankt Augustin-Birlinghoven

Im Rahmen der 1. Änderung des Bebauungsplanes Nr. 809 ist eine Festsetzung als Sondergebiet nach § 11 BauNVO mit einer maximalen Verkaufsfläche von 800 m² und einem nahversorgungsrelevanten Kernsortiment vorgesehen. Zentren- und nicht-zentrenrelevante Randsortimente sollen auf max. 10 % der Verkaufsfläche, höchstens jedoch 100 m² je Betrieb beschränkt werden.

Fazit zur Mikrostandortanalyse:

- Es handelt sich um einen Ergänzungsstandort für die Nahversorgung, der Versorgungsfunktionen für die Einwohner des Ortsteils Birlinghoven und aufgrund der Lage an der Pleistalstraße ggf. der benachbarten kleineren Ortschaften übernehmen kann.
- Der projektierte Discountmarkt wird hinsichtlich Größe und Sortimentsstruktur durch die vorbereitende Bauleitplanung (FNP) abgedeckt.
- Die Verkehrslage mit Anbindung an die L 143 bietet gute Voraussetzungen für eine störungsfreie Abwicklung des Kundenverkehrs, der sich vor allem aus Birlinghoven und den kleineren benachbarten Ortslagen rekrutiert.
- Dem Plangrundstück ist auch ein Bushaltepunkt in fußläufiger Entfernung (ca. 350 m) zugeordnet, so dass der Standort funktionsfähig in das ÖPNV-Netz eingebunden ist.

5 Wettbewerbssituation

Die Wettbewerbssituation wird wesentlich durch die Lebensmittelmärkte geprägt, während der kleinteilige Einzelhandel (Lebensmittelfachgeschäfte) nur in begrenztem Maße von der Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes betroffen sein wird. Dies resultiert daraus, dass die Systemwettbewerber (= Super-/ Discountmärkte sowie Verbrauchermärkte/ SB-Warenhäuser) im Wesentlichen den Versorgungseinkauf sicherstellen und gleichzeitig die größte Sortimentsüberschneidung mit dem Vorhaben aufweisen.

Im Folgenden stehen die strukturprägenden Hauptwettbewerber für die Wettbewerbsbetrachtung im Vordergrund. Im **Untersuchungsraum** mit Teilen der Städte Sankt Augustin, Hennef, Königswinter und Bonn sind dies vor allem folgende Betriebe:

Sankt Augustin-Niederpleis

- Hit SB-Warenhaus, Alte Heerstraße, ca. 6.000 m² Verkaufsfläche, große Ausstrahlungskraft des Versorgungsstandortes mit:
- Aldi Discountmarkt, Alte Heerstraße, ca. 800 m² Verkaufsfläche
- Netto, Pleiser Dreieck, ca. 500 m² Verkaufsfläche, Versorgungsfunktion für umliegende Wohngebiete
- Geplant: Nahversorgungszentrum, Hauptstraße mit Rewe, dm und Takko, Nahversorgungsfunktionen für den östlichen Siedlungsbereich von Niederpleis.

Königswinter-Stieldorf

- Edeka Buchner Supermarkt, Raiffeisenstraße, ca. 1.200 m² Verkaufsfläche, moderner Supermarkt im Nahversorgungszentrum Stieldorf mit großer Ausstrahlungskraft auf die benachbarten Ortschaften, im Umfeld ergänzende Nahversorgung (u. a. Bäckerei, Apotheke, Banken, Post).

Königswinter-Oberpleis

- Edeka Supermarkt, Am Offermannsberg, ca. 1.500 m² Verkaufsfläche, Standort im Nebenzentrum Oberpleis mit Versorgungsfunktionen für den Königswinterer Bergraum, Standortverbund mit:
- Aldi Discountmarkt, Am Offermannsberg, ca. 800 m² Verkaufsfläche, Nebenzentrum Oberpleis
- Rewe Supermarkt, Dollendorfer Straße, ca. 1.200 m² Verkaufsfläche zzgl. Getränkemarkt, Nebenzentrum Oberpleis
- Außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sind die Discountmärkte Netto (Herresbacher Straße) und ein Aldi (Königswinterer Straße) ansässig.

Stellungnahme Lebensmitteldiscountmarkt in Sankt Augustin-Birlinghoven

Königswinter-Thomasberg

- Rewe Supermarkt, Siebengebirgsstraße, ca. 1.400 m² Verkaufsfläche, isolierter Standort mit Versorgungsbedeutung für die benachbarten Siedlungsbereiche.

Bonn-Hoholz

- Hoholzer City Markt Lebensmittel-SB-Geschäft (nah & frisch), Gilgenstraße, ca. 200 m² Verkaufsfläche, Nahversorgungsstandort mit Bäckerei, Kiosk/ Postshop und Gaststätte, Grundversorgung für die Bevölkerung des Stadtteiles Hoholz.

Bonn-Holzlar

- Kaiser's Supermarkt, Espeler Wiese, ca. 450 m² Verkaufsfläche, Grundversorgung für die Bevölkerung des Stadtteiles Holzlar.

Hennef-Dambroich

- Edeka Lebensmittel-SB-Geschäft, Pleistalstraße, ca. 150 m² Verkaufsfläche, kein zeitgemäßer Marktauftritt, ausschnittweise Grundversorgung („Vergesslichkeitsbedarf“) für Bevölkerung der Ortschaft Dambroich.

Hennef-sonstige relevante Lebensmittelmärkte

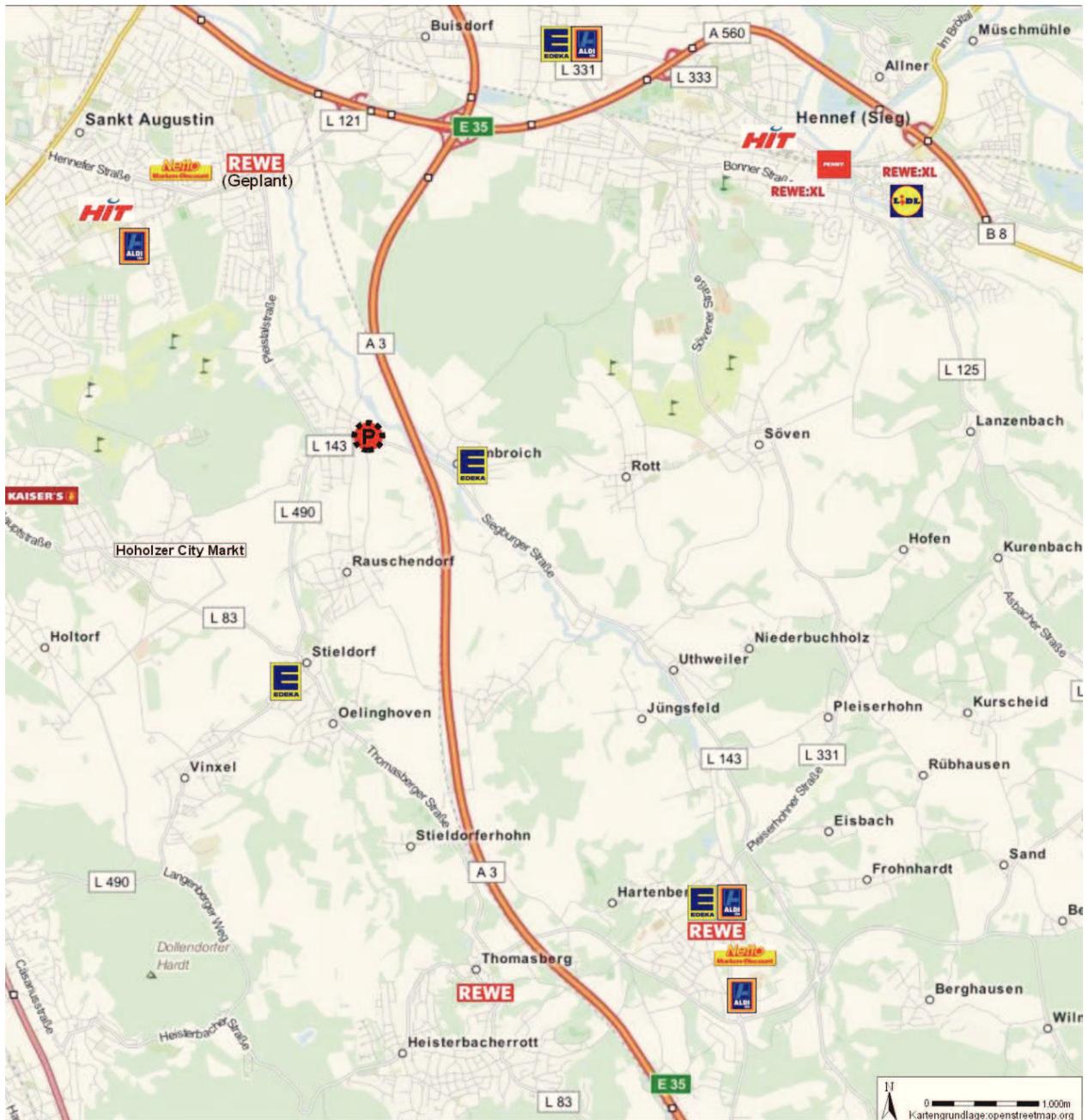
- Kernstadt: Hit Verbrauchermarkt (Adenauerplatz), Rewe XL Supermarkt (Hauptstraße), Penny Discountmarkt (Allnerstraße), Rewe XL Supermarkt / Lidl Discountmarkt (Emil-Langen-Straße)
- Stoßdorf: Edeka Supermarkt (Sanddornweg), Aldi Discountmarkt (Löhestraße).

Wichtigster Anbieter im Untersuchungsraum ist der in den letzten Jahren modern aufgestellte Edeka-Markt in Königswinter-Stieldorf, der als einziger größerer Vollversorger eine über den zugewiesenen Verflechtungsbereich (Stieldorf, Rauschendorf, Nieder-, Oberscheuren) hinausreichende Ausstrahlung entfalten kann. Das Lebensmittel-SB-Geschäft in Hennef-Dambroich erscheint dagegen nur noch sehr eingeschränkt als marktfähig. Aufgrund der Größe, der baulichen Rahmenbedingungen und der Art der Warenpräsentation entspricht der Betrieb nicht mehr den Anforderungen der Verbraucher an eine Lebensmittelvollversorgung. In Bonn-Hoholz kann das kleinteilige Lebensmittel-SB-Geschäft in Verbindung mit den benachbarten Betrieben eine wohnungsnah Grundversorgung sicherstellen. Dabei beschränkt sich die Ausstrahlung des Betriebes jedoch auf die Bevölkerung des eigenen Ortsteiles.

Stellungnahme Lebensmitteldiscountmarkt in Sankt Augustin-Birlinghoven

Über die wohnungsnah Grundversorgung hinaus sind vor allem die großen Lebensmittelmärkte in Sankt-Augustin-Niederpleis, Königswinter-Oberpleis, Bonn-Beuel und Hennef-Kernstadt von Bedeutung.

Abbildung 5: Regionale Wettbewerbssituation



Quelle: BBE-Darstellung

Stellungnahme Lebensmitteldiscountmarkt in Sankt Augustin-Birlinghoven

Fazit zur Wettbewerbssituation:

- Der Ortsteil Birlinghoven verfügt über keine eigene wohnungsnahe Lebensmittelgrundversorgung.
- Der im benachbarten Ortsteil Königswinter-Stieldorf ansässige Edeka-Markt kann als einziger und modern aufgestellter Lebensmittelvollversorger im engeren Untersuchungsraum eine große Ausstrahlungskraft auf die umliegenden Ortschaften entfalten.
- Eine funktionsfähige Grundversorgung weist im engeren Untersuchungsraum nur der Bonner Stadtteil Hoholz auf, ohne dass der Betrieb über den eigenen Ortsteil hinaus wesentliche Kaufkraft binden kann.
- Ergänzende Versorgungsfunktionen werden von den größeren Lebensmittelmärkten in Sankt Augustin-Niederpleis, Königswinter-Oberpleis, Bonn-Beuel (inkl. Pützchen) und Hennef übernommen.

6 Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung

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,³
- die projektrelevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Anbieter im Standortumfeld,
- die Attraktivität der Projektvorhaben, die u. a. durch die Dimensionierung, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad der Betreiber bestimmt wird,
- die Qualität des Projektstandortes, die u. a. aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten sowie aus vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen ausgehend von z. B. topographischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten,
- traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung,
- die zentralörtliche Funktion der Stadt/ Versorgungsfunktion des Standortbereiches.

Dazu ist anzumerken, dass ein Einzugsgebiet grundsätzlich nicht als statisches Gebilde anzusehen ist, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil eines Betriebes/ Standortverbundes stammt. Darüber hinaus sind diffuse Zuflüsse von außerhalb zu erwarten. Für den zu untersuchenden Discountmarkt in Sankt Augustin-Birlinghoven sind folgende Faktoren für die perspektivische Reichweite des Kundenherkunftsgebietes von Bedeutung:

- Aufgrund des nahversorgungsbezogenen Angebotsschwerpunktes (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) des geplanten Discountmarktes stellt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand für die Ausdehnung des perspektivischen Einzugsgebietes einen begrenzenden Faktor dar.

³ 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).

Stellungnahme Lebensmitteldiscountmarkt in Sankt Augustin-Birlinghoven

- Die benachbarten Ortschaften Königswinter-Stieldorf und -Oberpleis, Bonn-Beuel, Hennef und Sankt Augustin-Niederpleis verfügen über leistungsfähige Nahversorgungsstrukturen, die das Einzugsgebiet des Untersuchungsvorhabens räumlich begrenzen. Dies gilt insbesondere für den Lebensmittelsupermarkt in Stieldorf, der aufgrund des wesentlich umfassenderen Angebotes (Lebensmittelvollsortimenter) die mögliche Ausdehnung des Marktgebietes nach Süden begrenzt.
- Der Planstandort ist über die Landesstraße 143 zu erreichen, so dass das Untersuchungsobjekt von Pendlerverflechtungen profitiert, die sich jedoch aufgrund der vorgenannten Aspekte nur auf Streuumsätze beziehen, ohne dass ein größeres räumlich abzugrenzendes Marktgebiet erzielt wird.

Aufbauend auf den vorgenannten Bewertungsfaktoren wird ein Einzugsgebiet prognostiziert, das neben dem Ortsteil Birlinghoven die kleineren Ortschaften im Süden entlang der Pleistalstraße (L 143) sowie im Osten entlang der Kreisstraße 40 (Hennefer Straße/ Dambroicher Straße/ Rotter Straße) umfasst. Im Einzelnen sind das die Hennefer Ortschaften Dambroich, Rott, Söven, Hommerich, Scheurenmühle, Blankenbach und Westerhausen mit zusammen ca. 2.880 Einwohnern sowie die Königswinterer Ortschaften Uttweiler, Niederbuchholz, Oberscheuren und Niederscheuren mit zusammen ca. 1.080 Einwohnern. Einschließlich von Sankt-Augustin-Birlinghoven umfasst das Marktgebiet ca. 5.950 Einwohner.

Damit wird deutlich, dass der zu untersuchende Discountmarkt Nahversorgungsfunktionen für den unmittelbaren Nahbereich übernehmen kann, in dem keine größeren Lebensmittelversorger vorhanden sind. Darüber hinaus beschränken sich die Umsätze mit weiteren Kunden auf geringe Streuumsätze, die aus der Verkehrslage (Pleistalstraße) und dem Arbeitsstandort Birlinghoven resultieren. Das mögliche Marktgebiet wird wesentlich durch die Wettbewerbsstrukturen in den benachbarten Ortschaften (vor allem Stieldorf) beschränkt.

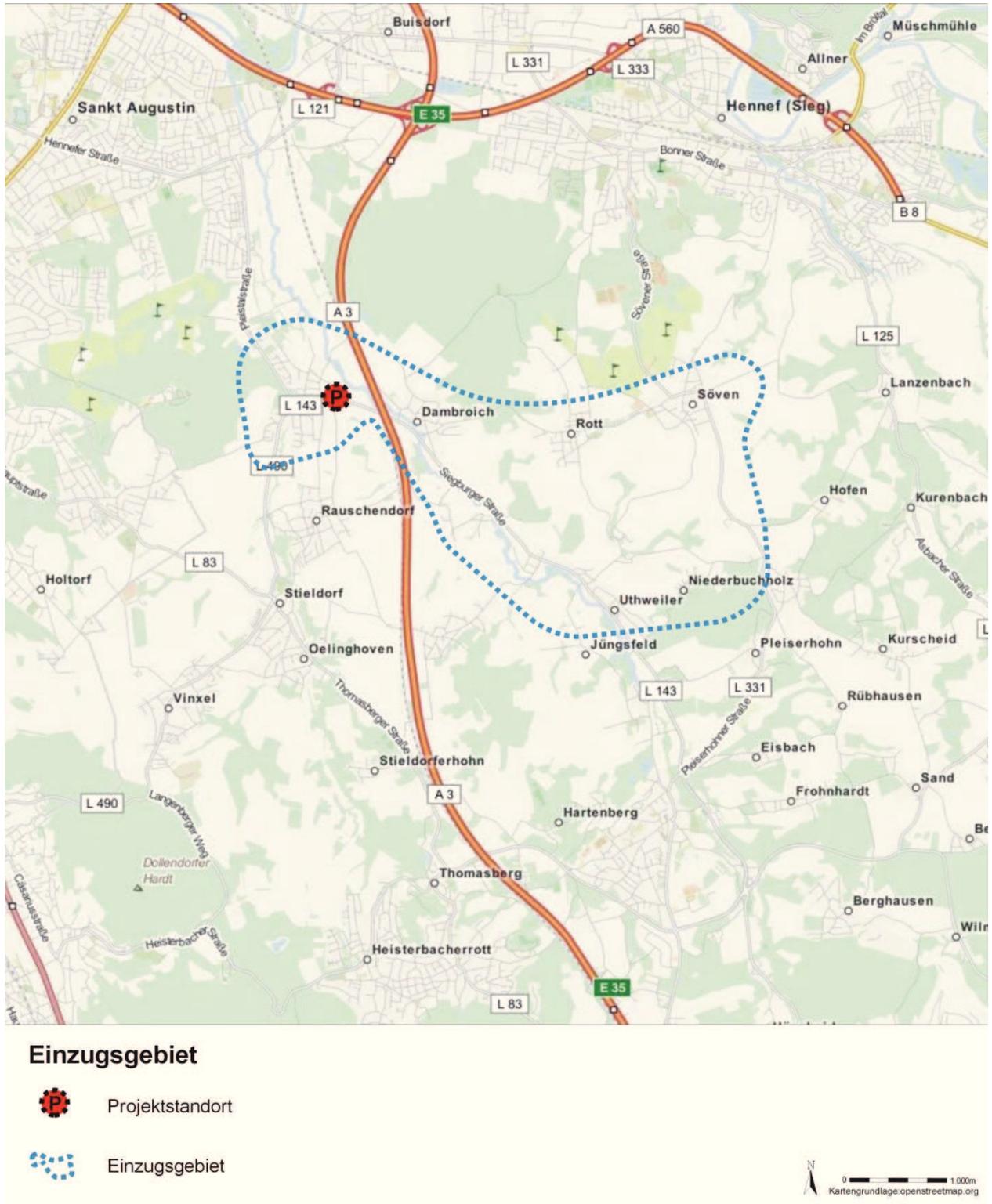
Das vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag von ca. 2.575 € für nahversorgungsrelevante Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren), gewichtet mit der sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffer (BBE!CIMA!MB-Research).

Die Höhe der Kaufkraftkennziffer wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer gibt unabhängig von der Gemeindegröße das verfügbare Netto-Einkommen pro Einwohner im Verhältnis zum Gesamt-Einkommen der Bundesrepublik an, welches für die Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht. Die sortimentspezifische Kaufkraftkennziffer von Sankt Augustin für nahversorgungsrelevante Sortimente liegt bei 104,0 und somit über dem Bundesdurchschnitt (= 100,0). Für Hennef (101,4) und Königswinter (107,3) bestehen ebenfalls überdurchschnittliche Werte.

Unter Berücksichtigung der erläuterten Parameter steht den Einwohnern im Marktgebiet für die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren ein Kaufkraftvolumen in Höhe von ca. 15,8 Mio. € im Jahr zur Verfügung, davon entfallen auf Sankt-Augustin-Birlinghoven ca. 34 %. Im 1.000 m-Radius (Orsteile Birlinghoven und Dambroich) leben ca. 2.660 Einwohner, die über eine nahversorgungsrelevante Kaufkraft von ca. 7,1 Mio. € verfügen.

Stellungnahme Lebensmitteldiscountmarkt in Sankt Augustin-Birlinghoven

Abbildung 6: Einzugsgebiet



Quelle: BBE-Darstellung

Stellungnahme Lebensmitteldiscountmarkt in Sankt Augustin-Birlinghoven

Fazit zum Einzugsgebiet:

- Das Einzugsgebiet wird sich vor allem auf Birlinghoven und die direkt benachbarten Ortschaften beziehen, die über die Landesstraße 143 und die Kreisstraße 40 verkehrlich auf den Planstandort ausgerichtet sind.
- Die mögliche Ausdehnung des Marktgebietes wird wesentlich durch den Lebensmittelmarkt in Königswinter-Stieldorf begrenzt, der als Lebensmittelvollsortimenter eine hohe Versorgungsbedeutung über den zugeordneten Verflechtungsbereich erreichen kann.
- Der Umsatz mit Kunden aus einem erweiterten Marktgebiet beschränkt sich auf Streuumsätze, die sich aus der Verkehrslage (Pleistalstraße) und dem Arbeitsstandort Birlinghoven ergeben.
- Das nahversorgungsrelevante Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet beläuft sich auf ca. 15,8 Mio. € p. a.

7 Auswirkungsanalyse

7.1 Marktabschöpfung und Umsatzleistung des Planvorhabens

Die Einschätzung der durch die geplante Erweiterung zu erwartenden Umsätze bildet die Voraussetzung für die Prognose der ausgelösten Umsatzumlenkungen und der hierdurch möglicherweise hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen.

Aufbauend auf der Wettbewerbssituation ist eine Umsatzprognose für die Planvorhaben vorzunehmen. Die Berechnung erfolgt unter Heranziehung der zu erwartenden Anteile vom Kaufkraftpotenzial (= Abschöpfungsquote), die das Vorhaben im Einzugsgebiet binden kann. Wesentliche Rahmenbedingungen sind dabei die Größe des Vorhabens (ca. 800 m² Verkaufsfläche), die Marktbedeutung der projektierten Betriebsform (Hybrid-Discountmarkt) und damit die Ausstrahlungskraft sowie die Erreichbarkeit des Vorhabenstandortes.

Für das nahversorgungsrelevante Sortiment (Nahrungs- und Genussmittel/ Drogeriewaren) ist davon auszugehen, dass der projektierte Markt als (nicht-großflächiger) Nahversorger im direkten Standortumfeld (Ortschaften Birlinghoven und Dambroich im 1.000 m-Radius) eine Kaufkraftabschöpfung von max. 20 - 22 % erreichen kann. In den benachbarten Ortschaften ist dagegen eine deutlich geringere Kaufkraftabschöpfung von ca. 10 - 11 % zu erwarten. Bezogen auf das Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet von ca. 15,8 Mio. € entsprechen diese Marktanteile einem erwarteten Umsatz von ca. 2,6 Mio. €. Damit kann der projektierte Markt voraussichtlich knapp die Hälfte seines Umsatzes mit Kunden aus dem Naheinzugsgebiet (Birlinghoven/ Dambroich) erzielen, ca. ein Drittel des Umsatzes entfällt voraussichtlich auf Kunden aus dem erweiterten Einzugsgebiet (benachbarte Ortschaften), während ca. 10 % als Streumsätze mit Kunden aus einem größeren Umfeld erwirtschaftet werden (vgl. Abbildung 7).

Abbildung 7: Umsatzprognose für einen Discountmarkt mit ca. 800 m² Verkaufsfläche

Zone	Kaufkraftpotenzial in Mio. €	Kaufkraftbindung in %	Planumsatz in Mio. €
1: Sankt Augustin-Birlinghoven, Hennef-Dambroich (1.000 m- Radius)	7,1	20 - 22	1,5
2: benachbarte Ortschaften	10,5	10 - 11	1,1
Marktgebiet gesamt	15,8	16 - 17	2,6
diffuse Herkunft (u. a. Pendler)	./.	./.	0,4
Nonfood-Sortimente	./.	./.	0,2
Planvorhaben gesamt	./.	./.	3,2

Quelle: eigene Berechnungen (Rundungsdifferenzen möglich)

Stellungnahme Lebensmitteldiscountmarkt in Sankt Augustin-Birlinghoven

Unter Berücksichtigung von Umsätzen mit den sonstigen Nonfood-Artikeln kann der projektierte Discountmarkt einen Umsatz von max. 3,2 Mio. € erzielen. Der projektierte Discountmarkt mit ca. 800 m² Verkaufsfläche kann eine maximale Flächenproduktivität von ca. 4.000 € je m² Verkaufsfläche erreichen. Aufgrund der Wettbewerbsausstattung und der geringen (zu versorgenden) „Mantelbevölkerung“ kann der geplante Lebensmittelmarkt damit nur maximal einen durchschnittlichen Umsatz erzielen. Die Vergleichswerte von Netto-Märkten liegen bei ca. 4.000 € je m² Verkaufsfläche.⁴

Der projektierte Discountmarkt kann einen Umsatz erzielen, der ca. 45 % der nahversorgungsrelevanten Kaufkraft im Nahbereich (1.000 m-Radius) entspricht. Gleichzeitig stellt die projektierte Verkaufsfläche von 800 m² die kleinste Einheit für einen neu anzusiedelnden Discountmarkt dar, der eine Versorgung der kleineren Ortschaften im Umfeld übernehmen kann, die aufgrund der begrenzten Einwohnerzahl über keine eigene Grundversorgung verfügen. Mit einem Marktanteil von 16 - 17 % bezogen auf die im Umfeld vorhandene Kaufkraft orientiert sich der projektierte Markt an der zu versorgenden Bevölkerung.

7.2 Umsatzumverteilungseffekte und städtebauliche Bewertung

Im vorherigen Abschnitt wurde die Abschöpfungsquote des Planvorhabens im Einzugsgebiet ermittelt und somit dargelegt, welche Versorgungsbedeutung der projektierte Lebensmittelmarkt übernehmen kann.

Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind jedoch die durch das Planvorhaben induzierten Umverteilungseffekte für die ansässigen Betriebe relevant. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall am Planstandort zu erwartende Mehrumsatz zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern/ Wettbewerbsstandorten umverteilt wird.⁵

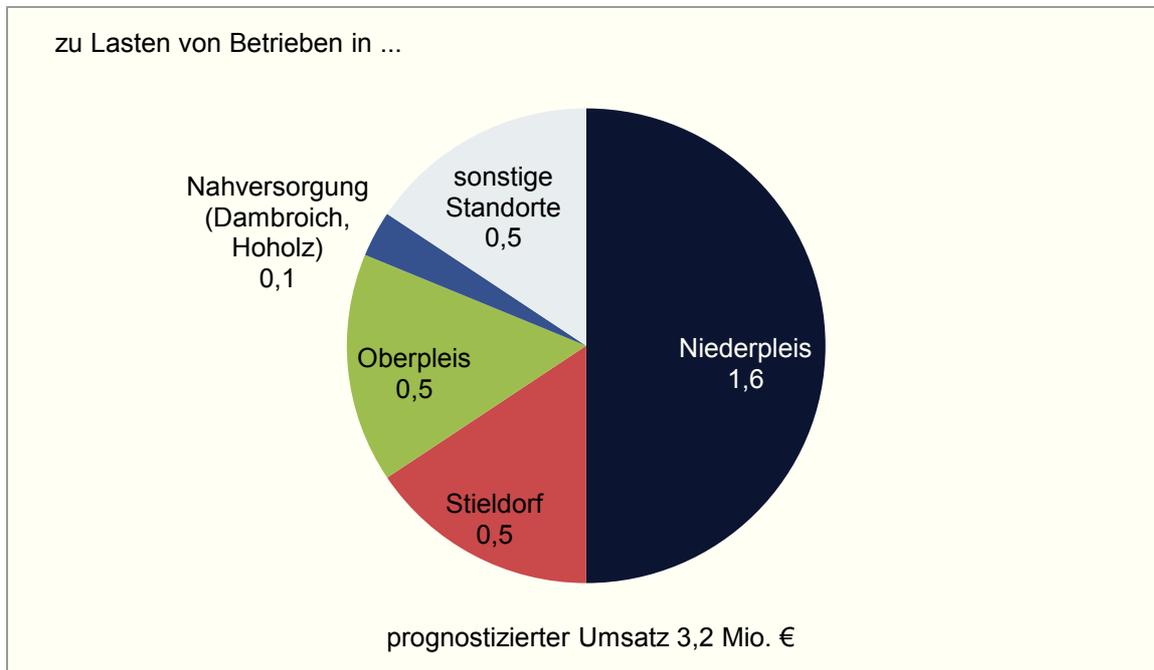
Im Falle der Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes in Sankt Augustin-Birlinghoven wird ein Planumsatz in Höhe von max. 3,2 Mio. € prognostiziert. Davon wird der Großteil (rd. 3,0 Mio. €) auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente entfallen, die sonstigen Sortimente (Aktionswaren) werden voraussichtlich rd. 0,2 Mio. € Umsatz erzielen.

⁴ Vgl. Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report Germany 2013/ 2014 (brutto)

⁵ Dabei werden „Worst-Case-Annahmen“ u. a. hinsichtlich der Auswirkungen für städtebaulich integrierte Wettbewerber (zentrale Versorgungsbereiche / wohnungsnah Standorte) getroffen.

Stellungnahme Lebensmitteldiscountmarkt in Sankt Augustin-Birlinghoven

Abbildung 8: Umsatzumverteilung



Quelle: eigene Berechnungen (ca.-Werte in Mio. €)

Als Hauptwettbewerber sind die Betriebe zu bewerten, die aktuell einen hohen Anteil der Versorgung übernehmen. Demgemäß sind bei der Ansiedlung eines Nahversorgers in Sankt Augustin-Birlinghoven im engeren Untersuchungsraum die größten Umsatzverluste für den Edeka-Markt in Königswinter-Stieldorf als einzigem größeren, marktgerecht aufgestellten Lebensmittelvollversorgers zu erwarten, der eine deutlich über den eigenen Ortsteil hinausreichende Ausstrahlung entfalten kann.

Das Marktgebiet des Edeka-Marktes umfasst den Königswinterer Stadtteil Stieldorf (inkl. zugeordnete Ortschaften), die Bonner statistischen Bezirke Hoholz und Holtdorf sowie die im Einzugsgebiet des projektierten Netto-Marktes befindlichen Ortschaften Sankt Augustin-Birlinghoven und Hennef-Dambroich mit zusammen ca. 13.700 Einwohnern und einer nahversorgungsrelevanten Kaufkraft von ca. 38 Mio. €. Das Umsatzvolumen des Betriebes wird auf ca. 7 Mio. € geschätzt (ca. 19 % der Kaufkraft im Marktgebiet). Bei Realisierung des Untersuchungsobjektes wird es zu Überschneidungen der Einzugsgebiete der beiden Märkte kommen, die sich vor allem auf Birlinghoven und Dambroich (Kerneinzugsgebiet des projektierten Nahversorgers) bezieht. In diesem Bereich leben knapp 20 % der Einwohner, mit denen der Edeka-Markt heute ca. 0,8 – 0,9 Mio. € Umsatz erzielt. Die Realisierung eines Nahversorgers wird einen Teil dieses Kaufkraftabflusses nach Stieldorf reduzieren. Dabei ist für die Einschätzung der initiierten Umverteilung zu berücksichtigen, dass der projektierte Discountmarkt aufgrund von Größe und Sortimentskon-

Stellungnahme Lebensmitteldiscountmarkt in Sankt Augustin-Birlinghoven

zept nur einen Teil der nach Stieldorf abfließenden Kaufkraft binden kann.⁶ Demgemäß sind Umsatzverluste für den Edeka-Markt in Höhe von ca. 0,5 – 0,6 Mio. € zu prognostizieren, während auch nach Realisierung eines Nahversorgers in Birlinghoven weiterhin ca. 0,3 Mio. € örtliche Kaufkraft nach Stieldorf abfließen.

Die zu erwartenden Umsatzrückgänge für den Edeka-Markt in Birlinghoven werden sich auf ca. 7 – 8 % des derzeitigen Umsatzes belaufen, da sich der Großteil der Edeka-Kunden aus einem Marktgebiet rekrutiert, das durch den Birlinghovener Markt keine Verbesserung der Nahversorgung erfährt (u. a. Königswinterer Stadtteil Stieldorf (inkl. zugeordnete Ortschaften) und Bonner statistische Bezirke Hoholz und Holtdorf, die jedoch 80 % des Edeka-Marktgebietes ausmachen).

Darüber hinaus sind vor allem die in den nächsten größeren Ortsteilen ansässigen Lebensmittelbetriebe durch die Verbesserung der Nahversorgung in Birlinghoven betroffen, da die Kunden weniger stark auf die Versorgung in Sankt Augustin-Niederpleis, Königswinter-Oberpleis, Bonn-Beuel oder Hennef zurückgreifen müssen.

Geringe Auswirkungen sind für die Nahversorgung in Bonn-Hoholz zu erwarten (< 5 % des Umsatzes), da das dort ansässige Versorgungsangebot überwiegend von der ortsansässigen Bevölkerung aufgesucht wird, die Ausstrahlungskraft des projektierten Lebensmittelmarktes jedoch nicht bis nach Hoholz reicht. Dies resultiert vor allem aus der Einkaufsorientierung der Hoholzer Bevölkerung entlang der Verkehrsachse Landesstraße 83 nach Königswinter-Stieldorf bzw. vor allem nach Bonn-Beuel (u. a. auch SB-Warenhaus in Pützchen).

Wettbewerbswirkungen sind darüber hinaus für das Edeka-Geschäft in Hennef-Dambroich zu erwarten, der aber bereits ohne das Planvorhaben als Grenzertragsbetrieb zu bewerten ist. Unter versorgungsstrukturellen Aspekten kommt dem Anbieter bereits heute keine prägende Nahversorgungsfunktion zu. Es handelt sich um einen Betrieb, der vorwiegend dem „Vergesslichkeitsbedarf“ der in Dambroich ansässigen Bevölkerung dient. Eine Ausstrahlungskraft über den eigenen Ortsteil kann der Betrieb aktuell nicht erzielen.

Die zu erwartenden Wettbewerbswirkungen des Vorhabens sind im Hinblick auf die versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen in der Stadt Sankt Augustin und den Nachbarkommunen Bonn, Königswinter und Hennef zu bewerten. Dabei stehen die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche und der wohnungsnahen Versorgung im Vordergrund.

⁶ Aufgrund des eingeschränkten Angebotes des projektierten Lebensmittelmarktes (ca. 3.500 Artikel) wird er auch im Einzugsgebiet nur zu einer teilweisen Substitution führen, da die Kunden aufgrund der Angebotsvielfalt bestimmte Artikel auch zukünftig im Supermarkt kaufen. Die Supermärkte weisen bundesweit einen Marktanteil von ca. 38 % auf.

Stellungnahme Lebensmitteldiscountmarkt in Sankt Augustin-Birlinghoven

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. Diese nachteiligen Auswirkungen wären zu unterstellen, wenn infolge der geplanten Ansiedlung des Lebensmittelmarktes solche Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren/ Nahversorgungsstandorte wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können. Die Entwicklungsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen wäre dann beeinträchtigt, wenn bei Realisierung der Projektplanung die Chancen bestehender Betriebe zur Anpassung an Marktentwicklungen oder die Entwicklungschancen zum Ausbau zentraler Versorgungsbereiche eingeschränkt würden.

Städtebaulich relevante Auswirkungen liegen somit regelmäßig dann vor, wenn

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

Für die Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen sind folgende Aspekte von Bedeutung:

- Das Planvorhaben stellt einen Nahversorgungsbetrieb in einer marktüblichen Größe dar (ca. 800 m² Verkaufsfläche). Neben den nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren werden nur in untergeordnetem Umfang sonstige Nonfood-Sortimente (überwiegend als Aktionswaren) angeboten.
- Der projektierte Betrieb ist geeignet, die Nahversorgung für die Bevölkerung in Birlinghoven und den direkt angrenzenden kleinen Ortschaften ohne eigene Grundversorgung sicherzustellen, ohne eine wesentlich darüber hinausreichende Ausstrahlungskraft zu entfalten. Einzig aufgrund der bereits bestehenden Arbeitspendlerbeziehungen können Umsätze mit auswärtigen Kunden generiert werden.
- In den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren bestehen aktuell relativ hohe Kaufkraftabflüsse in die benachbarten Stadtteile, die vor allem aus Defiziten in der quantitativen und qualitativen Ausstattung des Nahversorgungsangebotes im Untersuchungsraum resultieren. Als Hauptwettbewerber sind der Edeka-Markt in Königswinter-Stieldorf sowie die größeren Lebensmittelmärkte in Sankt Augustin-Niederpleis, Königswinter-Oberpleis, Bonn-Beuel und Hennef zu bewerten. Unter versorgungsstrukturellen Aspekten handelt es sich hierbei um eine „Rückholung“ der örtlichen Kaufkraft, die aktuell mangels marktgerechter Angebote im Einzugsgebiet nicht gebunden werden kann.

Stellungnahme Lebensmitteldiscountmarkt in Sankt Augustin-Birlinghoven

- Auf die Frage, ob die wettbewerblichen Auswirkungen auch städtebaulich negative Auswirkungen nach sich ziehen, ist festzuhalten, dass mit der Ansiedlung eines modernen Lebensmittelmarktes die Versorgungsqualität im Einzugsgebietes (Birlinghoven und umliegende kleine Ortschaften) deutlich verbessert würde. Städtebaulich negative Auswirkungen auf benachbarte zentrale Versorgungsbereiche und sonstige wohnungsnah Standorte können angesichts der Wettbewerbs- bzw. Versorgungsstruktur ausgeschlossen werden. Dies gilt auch für den Hauptwettbewerber in Königswinter-Stieldorf, der durch die Wettbewerbsverschärfung zwar Umsätze (ca. 7 – 8 %) verlieren wird, aufgrund seines umfassenderen Sortimentes und der großen räumlichen Ausstrahlungskraft nicht in seiner Existenz gefährdet sein wird.
Die Umsatzumverteilungseffekte außerhalb des Einzugsgebietes beziehen sich auf eine Vielzahl von Betrieben bzw. Standorten, so dass städtebaulich relevante Auswirkungen aufgrund der geringen Umsatzbedeutung des Planvorhabens ebenfalls ausgeschlossen werden können.
- Da sich der projektierte Discountmarkt überwiegend auf die Versorgung der Bevölkerung im Nah-einzugsgebiet (Birlinghoven und benachbarte kleine Ortschaften) bezieht, wird auch die Entwicklungsfähigkeit der benachbarten zentralen Versorgungsbereiche nicht eingeschränkt.

Abschließend ist festzuhalten, dass durch das Planvorhaben die Nahversorgung für die Bevölkerung in Sankt Augustin-Birlinghoven und den benachbarten kleinen Ortschaften aufgebaut werden kann. Die stärksten Wettbewerbswirkungen sind für die außerhalb des Einzugsgebietes gelegenen Lebensmittelmärkte in Sankt Augustin-Niederpleis, Königswinter-Stieldorf und -Oberpleis zu erwarten. Städtebaulich negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und sonstige wohnungsnah Standorte können ausgeschlossen werden. Für das Nahversorgungsangebot in Bonn-Hoholz sind keine erheblichen Wettbewerbsverschärfungen zu erwarten, da die Einkaufsbeziehungen heute nicht stark ausgeprägt sind und das Planvorhaben angesichts der Wettbewerbsstrukturen auch zukünftig nur zu geringen Veränderungen führen wird. Dies resultiert vor allem daraus, dass die Hoholzer Bevölkerung in geringerer Entfernung bereits zwei größere Lebensmittelsupermärkte erreichen kann, die aufgrund des umfassenderen Sortimentes eines Supermarktes (ca. 10.000 Artikel) eine größere Ausstrahlungskraft entfalten können.

Unter Berücksichtigung der zu versorgenden Bevölkerung im Einzugsgebiet ist die projektierte Dimensionierung des Lebensmitteldiscountmarktes von ca. 800 m² Verkaufsfläche als bedarfsgerecht zu bewerten.

8 Fazit

- Im Ortsteil Sankt Augustin-Birlinghoven ist an der Pleistalstraße die Ansiedlung eines Lebensmitteldiscountmarktes mit ca. 800 m² Verkaufsfläche geplant. Der Betrieb weist überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren) auf, die untergeordnet durch Nonfood-Sortimente (vorwiegend Aktionswaren) ergänzt werden.
- Der Standort ist geeignet, die Nahversorgung für die Bevölkerung vor allem in Birlinghoven und angrenzenden kleinen Ortschaften mit zusammen ca. 5.950 Einwohnern zu verbessern. Eine darüber hinausreichende Ausstrahlungskraft wird das Planvorhaben aufgrund der Sortimentsstruktur, Erreichbarkeit und der regionalen Wettbewerbssituation nicht entfalten. Umsätze mit auswärtigen Kunden werden auf Streuumsätze (vor allem Berufspendler) beschränkt sein. Die projektierte Größenordnung von ca. 800 m² Verkaufsfläche ist angesichts der Marktbedingungen im Lebensmittelbereich und der zu versorgenden „Mantelbevölkerung“ als versorgungsstrukturell angemessen zu bewerten.
- Die Wettbewerbssituation ist innerhalb des Einzugsgebietes nur durch ein kleines Lebensmittel-SB-Geschäft (Dambroich) gegeben. Im näheren Umland ist vor allem der Lebensmittelsupermarkt in Königswinter-Stieldorf von Bedeutung, der als größerer, moderner Anbieter weit über die eigene Bevölkerung hinaus Versorgungsfunktionen übernimmt. Im benachbarten Bonner Stadtteil Hoholz ist ein weiterer kleinerer Lebensmittelanbieter vorhanden, der jedoch nur der lokalen Versorgung der Bevölkerung im eigenen Stadtteil dient. Aufgrund der geringen Wettbewerbsausstattung im engeren Untersuchungsraum fungieren auch die größeren Lebensmittelmärkte in Sankt Augustin-Niederpleis, in Königswinter-Oberpleis, in Bonn-Beuel sowie in Hennef als wichtige Einkaufsstätten zur Deckung des Nahversorgungsbedarfs und werden daher auch von Umsatzumverteilungen betroffen sein.
- Aufgrund der Größe des Vorhabens und der Wettbewerbssituation sind städtebaulich negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die wohnungsnaher Versorgung auszuschließen. Dies gilt auch für die Nahversorgung in Königswinter-Stieldorf und Bonn-Hoholz, die in Folge der Ergänzung der Nahversorgung durch den geplanten Lebensmittelmarkt in Birlinghoven nicht in ihrer Existenz gefährdet sein werden.
- Durch das Vorhaben werden die Nahversorgungsfunktionen im Ortsteil Birlinghoven und in den benachbarten Ortschaften verbessert. Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche bzw. die Nahversorgung in der Stadt Sankt Augustin und im Umland sind auszuschließen. Die Ansiedlung des projektierten (nicht-großflächigen) Lebensmittelmarktes an einem Ergänzungsstandort für die Nahversorgung ist mit den Vorgaben des städtischen Einzelhandelskonzeptes und den landesplanerischen Zielsetzungen vereinbar.

Stellungnahme Lebensmitteldiscountmarkt in Sankt Augustin-Birlinghoven

Köln, im März 2014

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Corinna Küpper



i. V. Rainer Schmidt-Illguth

Anhang: Definitionen der Lebensmittel-Vertriebsformen

Lebensmitteldiscounter:

- Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 400 und 1.300 m² Verkaufsfläche.
- Ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl (ca. 700 bei Harddiscountern bis 1.400 bei Markendiscountern), Nonfood-Umsatzanteil ca. 9 - 13 %.
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment (ergänzt um Getränke)
- In den letzten Jahren kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch).
- Ohne Bedienungsabteilungen und weiteren Dienstleistungen, preisaggressiv, werbeintensiv.
- In der Regel sehr nüchterne Warenpräsentation, vereinzelt werden einzelne Warengruppen wertiger präsentiert (z.B. Drogerieartikel).
- So genannte Markendiscounter verfolgen dieses Konzept weniger strikt (Konzept ähnelt eher Supermärkten).

SB-Markt

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

Supermarkt

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

Verbrauchermarkt

- Verkaufsfläche über 1.500 bis 5.000 m².
- Breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche stark ansteigender Flächenanteil an Nonfood-Abteilungen (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz- und mittelfristigen Bedarfs), Nonfood-Umsatzanteil ca. 20 - 40 %, Nonfood-Flächenanteil ca. 30 - 60 %.
- Autokundenorientierter Standort.

SB-Warenhaus

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