

MARKT- UND STANDORTANALYSE FÜR DEN STANDORT BURGSTRASSE, SANKT AUGUSTIN-MENDEN



URHEBERRECHT

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit darauf, immer die männliche und weibliche Schriftform zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

Quelle Grafik Titelblatt: GMA



Forschen. Beraten. Umsetzen.

Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg / Dresden / Hamburg / Köln / München

Büro Köln
Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl, Oliver Matzek

Tel 0221 – 9898380 / Fax 0221 – 989438-19
office.koeln@gma.biz / www.gma.biz

INHALT

I.	AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG DER UNTERSUCHUNG	4
II.	MARKTENTWICKLUNG UND STANDORTANFORDERUNGEN BEI SUPERMÄRKTEN UND DROGERIEMÄRKTEN	6
III.	MAKROSTANDORT SANKT AUGUSTIN-MENDEN	14
IV.	STÄDTEBAULICHE ANALYSE DES ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHES NAHVERSORGUNGSZENTRUM ORTSMITTE MENDEN	20
V.	MIKROSTANDORT BURGSTRASSE / ECKE SIEGSTRASSE	28
VI.	ANGEBOTS- UND NACHFRAGESITUATION	33
VII.	EMPFEHLUNGEN ZUR MACHBARKEIT	43
VIII.	ZUSAMMENFASSUNG	49

I. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG DER UNTERSUCHUNG

I. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG DER UNTERSUCHUNG

Die Verwaltung der Stadt Sankt Augustin wurde von den politischen Gremien der Stadt beauftragt, für das Karree zwischen Siegstraße / Burgstraße / Wilhelm-Mittelmeier-Straße / Marktstraße im Stadtteil Menden ein **städtebauliches Konzept** zu erarbeiten mit dem Ziel, die Burgstraße als Einzelhandelsstandort und zentralen Versorgungsbereich zu stärken und weiter zu entwickeln.

In dem o. g. Karree befinden sich heute u. a. der kleine Lebensmittelmarkt nahkauf, ein Eiscafé, Wohnnutzungen sowie eine leerstehende Einzelhandelsimmobilie, die früher durch ein Fahrradfachgeschäft genutzt wurde. Im Idealfall sollte hier ein erweiterter Supermarkt und ein Drogeriemarkt angesiedelt werden, wobei zum jetzigen Zeitpunkt die zur Diskussion stehenden Grundstücksflächen nur **rd. 2.200 – 2.300 m²** umfassen. Sie reichen von der Burgstraße im Norden nicht komplett zur Marktstraße im Süden; der südliche Teil des Karrees bleibt derzeit noch außen vor.

Im Rahmen einer **Markt- und Standortanalyse** soll zunächst geprüft werden, welche Verkaufsflächengrößen am Standort aufgrund der Angebots- und Nachfrageseite in Menden überhaupt tragfähig sind. Dabei wird die GMA die städtebaulichen und die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für eine mögliche Ansiedlung prüfen.

Unter Standortaspekten sind die **städtebaulichen Ausgangsbedingungen** im zentralen Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Ortsmitte Menden und insbesondere in der Burgstraße zu bewerten und dabei auch die Planungen zur Revitalisierung des gesamten Ortskerns Menden auf Grundlage eines Stadtteilentwicklungsplans aus dem Jahr 2015 zu berücksichtigen. In diesem Zusammenhang werden auch Aussagen zu einer möglichen Neuabgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs auf Basis der aktuellen Rechtsprechung zu zentralen Versorgungsbereichen getroffen (faktischer zentraler Versorgungsbereich).

Auf **wirtschaftlicher Seite** sind zunächst grundsätzliche Marktentwicklungen im Lebensmittel- und Drogeriewareneinzelhandel sowie Standortanforderungen der deutschlandweit agierenden Filialisten darzustellen und auf Basis einer Angebots- und Nachfrageanalyse zu ermitteln, welche Verkaufsflächen am Standort Sankt Augustin-Menden, Burgstraße, grundsätzlich wirtschaftlich darstellbar wären. Im Anschluss sind diese Verkaufsflächenpotenziale und die Grundstücksmöglichkeiten übereinander zu legen und Empfehlungen zu einer sinnvollen Nutzung des Areals zu treffen. Dabei sind sowohl Aussagen zu Verkaufsflächendimensionierungen als auch zu verkehrlichen Rahmenbedingungen, insbesondere zu Parkplatzsituation und Anlieferungs-möglichkeiten, zu treffen.

II. MARKTENTWICKLUNG UND STANDORTANFORDERUNGEN BEI SUPERMÄRKTEN UND DROGERIEMÄRKTEN

BETRIEBSTYPENDEFINITIONEN

*„**Supermarkt:** Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.*

***Großer Supermarkt:** Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel führt.*

***SB-Warenhaus:** Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood-II-Angebot führt.*

***Discounter:** Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood-I-Sortimente sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.*

***LEH-Fachgeschäft:** Ein LEH-Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft, das auf eine Warengruppe spezialisiert ist und ein tiefes Sortiment führt. Dazu zählen u. a. Spezialitäten-Fachgeschäfte, Getränkeabholmärkte, Obst- und Gemüse-, Süßwarenläden sowie handwerklich orientierte Einzelhandelsgeschäfte wie Feinkostgeschäfte, Bäckereien und Fleischereien.*

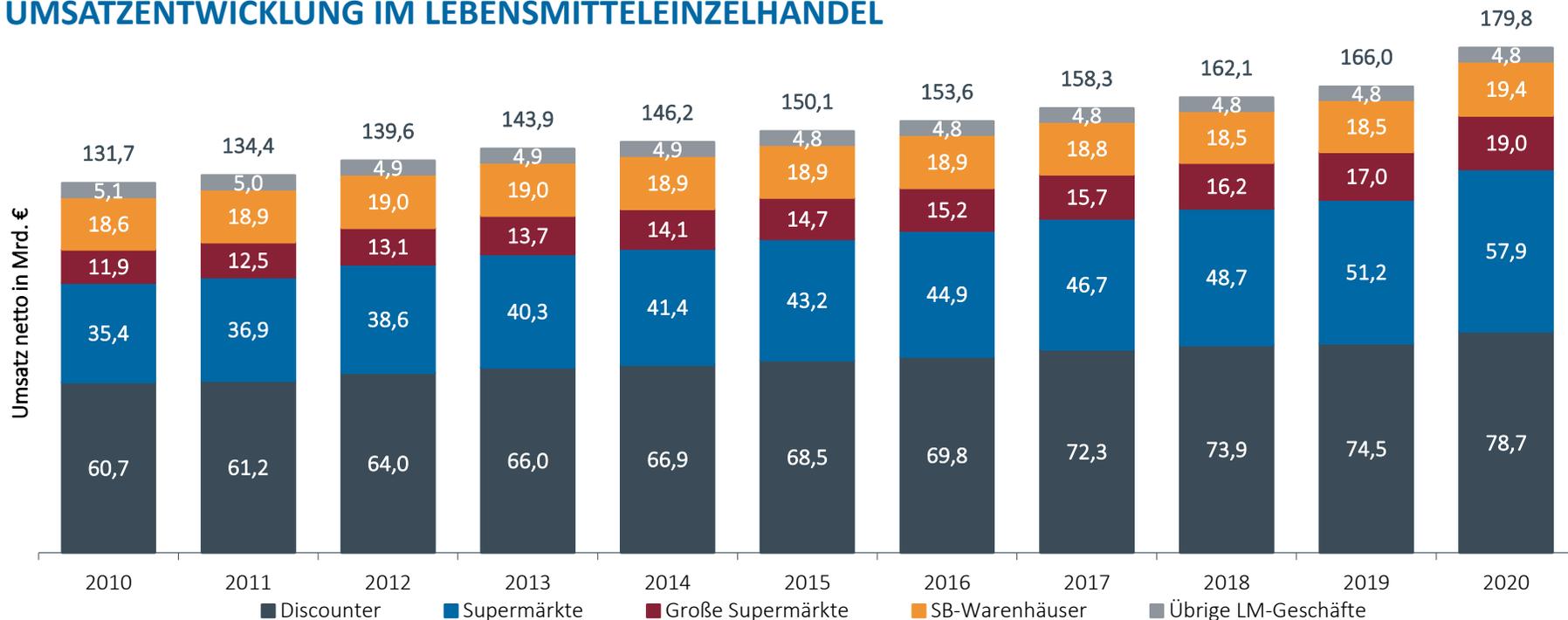
***Convenience Store:** Ein Convenience Store ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche unter 400 m², das ein begrenztes Sortiment aus den Warenbereichen Tabakwaren, Süßwaren, Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte bietet. Ein Convenience Store zeichnet sich durch seine bequeme Erreichbarkeit und übliche Sonntagsöffnung aus. Zu den Convenience Stores gehören Kioske und Tankstellenshops.*

***Kleines Lebensmittelgeschäft:** Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood-I-Sortiment anbietet.*

***Drogeriemarkt:** Ein Drogeriemarkt ist ein mittelflächiger Einzelhandelsbetrieb mit Selbstbedienung, der ein sowohl breites wie tiefes Sortiment an Kosmetik, Körperpflege- und Reinigungsmitteln anbietet. Zu den weiteren Sortimentsbausteinen gehören die frei verkäuflichen Arzneimittel, Reformwaren und Nahrungsmittel, v. a. aus dem Biobereich.“*

Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2021, Seite 364-365.

UMSATZENTWICKLUNG IM LEBENSMITTELEINZELHANDEL

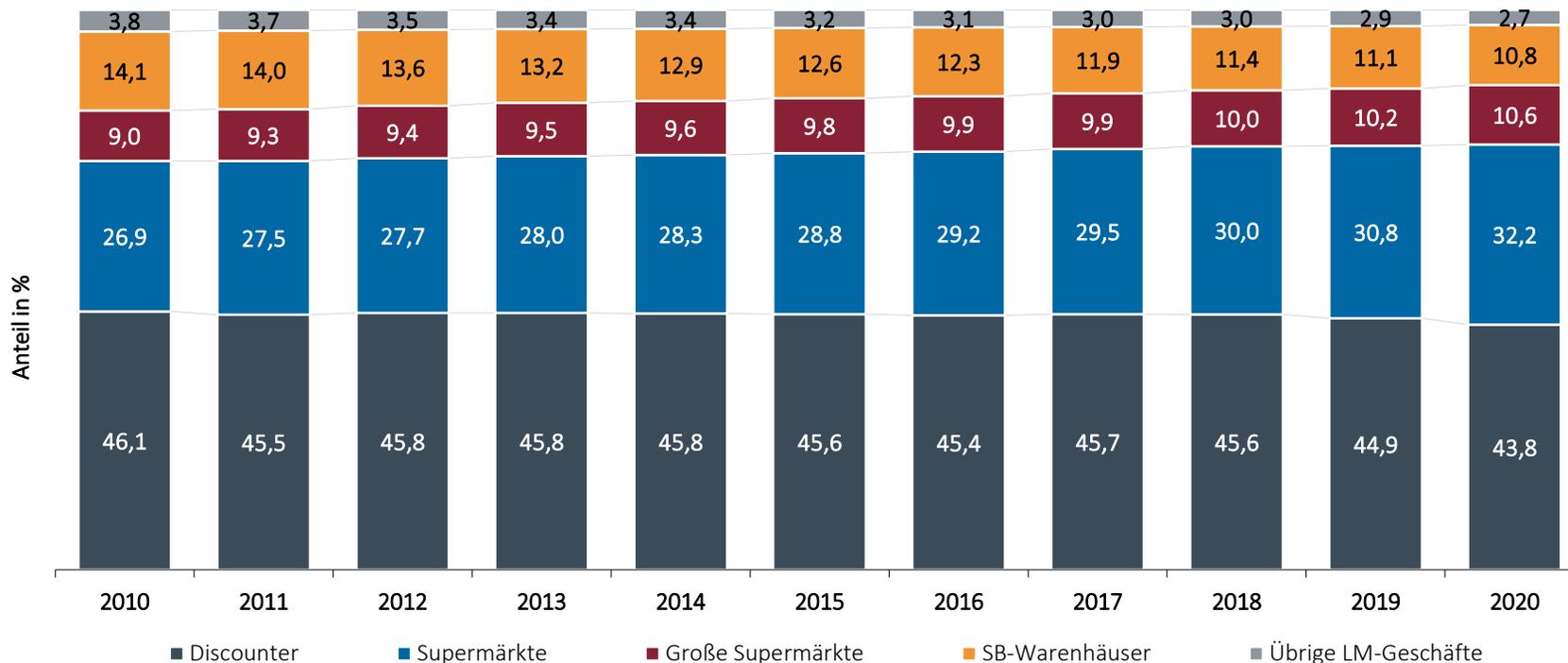


Quelle: EHI Retail Institute 2021, GMA-Darstellung 2021.

Der Lebensmitteleinzelhandel ist die umsatzstärkste Branchengruppe des deutschen Einzelhandels und weist starke Umsatzzuwächse auf (vgl. o. s. Abbildung). 2020 sind die Umsätze auf **ca. 179,8 Mrd. €** gestiegen, was einem Anteil von etwa 31 % am gesamten Einzelhandelsumsatz entspricht.¹ Die Umsatzentwicklung verläuft weiterhin deutlich positiv, in den Jahren 2010 bis 2020 verzeichnete die Branche ein Zuwachs um ca. 37 %. Hinter dem Wachstum steckt eine zunehmende Qualitätsorientierung der Konsumenten. Hinzu kommen immer neue Ernährungstrends (Superfoods, vegetarische, vegane, gluten- und laktosefreie Produkte, nachhaltig produzierte und regionale Erzeugnisse, Fair Trade, Bio-Lebensmittel etc.), für die der Kunde bereit ist mehr Geld auszugeben. Insbesondere die Betriebstypen Discounter (ca. +30 %), Supermärkte (ca. +64 %) und Große Supermärkte (ca. +60 %) konnten seit 2010 ihre Umsätze stetig steigern. Eine Sonderstellung nimmt dabei das Corona-Jahr 2020 ein. Im Vergleich zum Vorjahr stiegen 2020 die Umsätze im Lebensmitteleinzelhandel insgesamt um ganze 8 %, was auch darauf zurückzuführen ist, dass der Lebensmitteleinzelhandel durchgängig geöffnet war und u.a. höhere Umsätze generieren konnte, da die Gastronomie teilweise geschlossen war und mehr zu Hause gekocht / konsumiert wurde.

¹ vgl. EHI handelsdaten aktuell 2021, Seite 62

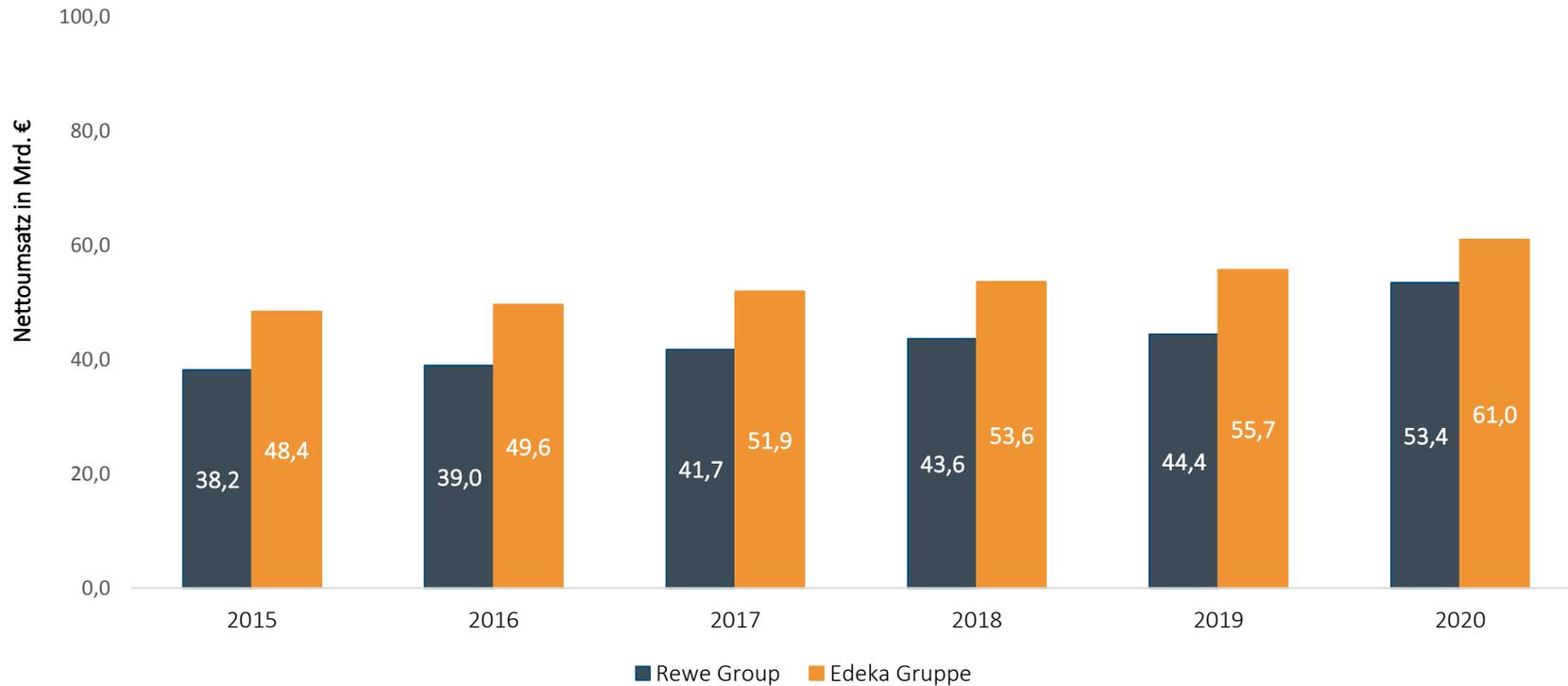
MARKTANTEILE IM LEBENSMITTELEINZELHANDEL



Quelle: EHI Retail Institute 2021, GMA-Darstellung 2021.

Auch die Verschiebung von **Marktanteilen** und die unterschiedliche Entwicklung zwischen den einzelnen Betriebstypen ist ein prägendes Element im Lebensmittelhandel (siehe o.s. Abbildung). Nach einer längeren Konsolidierungsphase des Betriebstyps Supermarkt zugunsten der Lebensmitteldiscounter etabliert sich der Supermarkt als Vollsortimenter wieder deutlich stärker. Gemessen am Gesamtumsatz im deutschen Lebensmitteleinzelhandel nehmen Discounter mit rd. 44 % noch den größten Marktanteil ein. Auf Supermärkte und Große Supermärkte entfallen summiert bereits ca. 43 %, auf SB-Warenhäuser immerhin noch rd. 11 %. Damit hat sich der Discounter neben dem Supermarkt als wesentlicher Träger der Lebensmittelversorgung in Deutschland etabliert. Der rückläufige Trend der SB-Warenhäuser wird an den Entwicklungen der ehemaligen real-Standorte in Deutschland verdeutlicht: diese Standorte werden oft von Lebensmittelvollsortimentern übernommen, die jedoch i. d. R. deutlich kleinere Verkaufsflächen realisieren als real vorher hatte. Die übrig gebliebenen Flächen werden gerne von Lebensmitteldiscountern oder Nonfood-Fachmärkten übernommen.

UMSATZENTWICKLUNG DER REWE GROUP UND EDEKA GRUPPE IM VERGLEICH



Quelle: EHI Retail Institute 2021, GMA-Darstellung 2021.

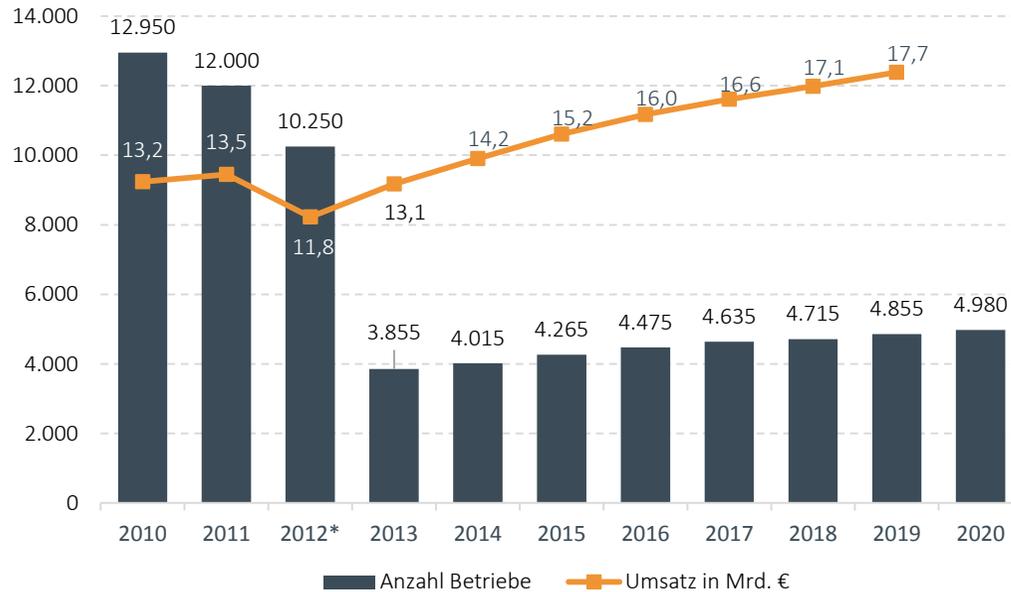
Die Edeka-Gruppe umfasst die Edeka-Märkte, Nah & Gut, Ihr Frischmarkt, Elli-Markt, Markau sowie die Discountlinien Netto Marken-Discount, NP-Markt und diska. Insgesamt verfügt die Edeka-Gruppe derzeit über 8.600 Standorte in Deutschland (vgl. Hahn Retail Real Estate Report 2021 /22).

Die Rewe Group umfasst die Supermärkte Rewe, nahkauf und akzenta sowie den Discounter Penny mit deutschlandweit insgesamt 5.833 Standorten (vgl. Hahn Retail Real Estate Report 2021 /22).

Im Jahr 2020 wurde die Integration der Lekkerland Gruppe in die Rewe Group vollzogen.

MARKTENTWICKLUNG BEI DROGERIEMÄRKTEN

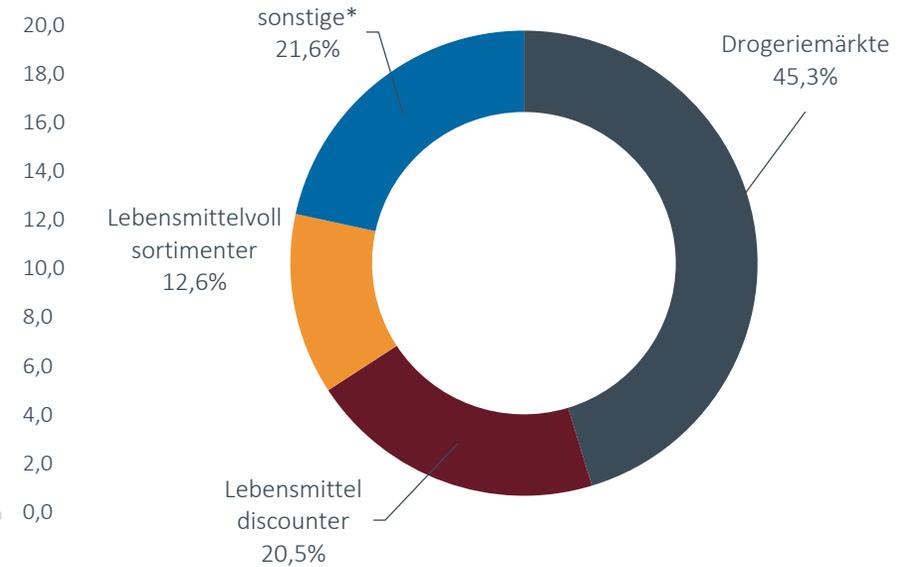
Anzahl- und Umsatzentwicklung der Drogeriemärkte in Deutschland 2010-2020



Quelle: EHI Retail Institute 2021, GMA-Darstellung 2021.

* Nach der Insolvenz von Schlecker im Jahr 2012 kam es zur Schließung zahlreicher Standorte. Dies spiegelte sich allerdings nur kurz in der Umsatzentwicklung der Drogeriemärkte wider, welche seit 2013 stetig positiv verlief (rd. + 50 % zwischen 2012 und 2020).

Marktanteile im Handel mit Drogeriewaren nach Vertriebsformen 2018



Quelle: Statista 2020, GMA-Darstellung 2021.

* sonstige Vertriebslinien: u.a. Parfümerien, Apotheken, Kauf- und Warenhäuser.

DROGERIEWARENANBIETER IM VERGLEICH

Daten / Anbieter	dm	Rossmann	Müller
Anzahl der Filialen	2.024	2.234	568
Umsatz in Mrd. € (brutto)	8,5	7,3	3,1
durchschnittliche Filialgröße in m ²	627	597	1.385
Flächenproduktivität in Euro/m ²	6.730	5.457	3.963
Artikelzahl	12.500	21.400	bis 190.000

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2021 auf Basis von Unternehmensangaben, Hahn Real Estate Report Germany 2021/2022

Bei Drogeriemärkten treten in Deutschland **zwei Typen** auf. Zum einen gibt es Betriebe bis ca. 800 m² VK (v.a. Betreiber dm, Rossmann), die etwa 80 % ihres Gesamtumsatzes mit dem Drogeriewaren-Kernsortiment und ca. 20 % mit Randsortimenten erzielen. Der Betreiber Müller dagegen profiliert sich durch i. d. R. großflächige Drogeriemärkte mit mehreren Sortimentsschwerpunkten, die zusätzlich zum Drogeriewaren-Kernsortiment noch umfangreiche Fachsortimente von Multimedia, Schreib- und Spielwaren sowie Haushaltswaren / Geschenkartikeln führen (Art Kleinkaufhaus). Marktführer in Deutschland ist dm (vgl. o. s. Tabelle).

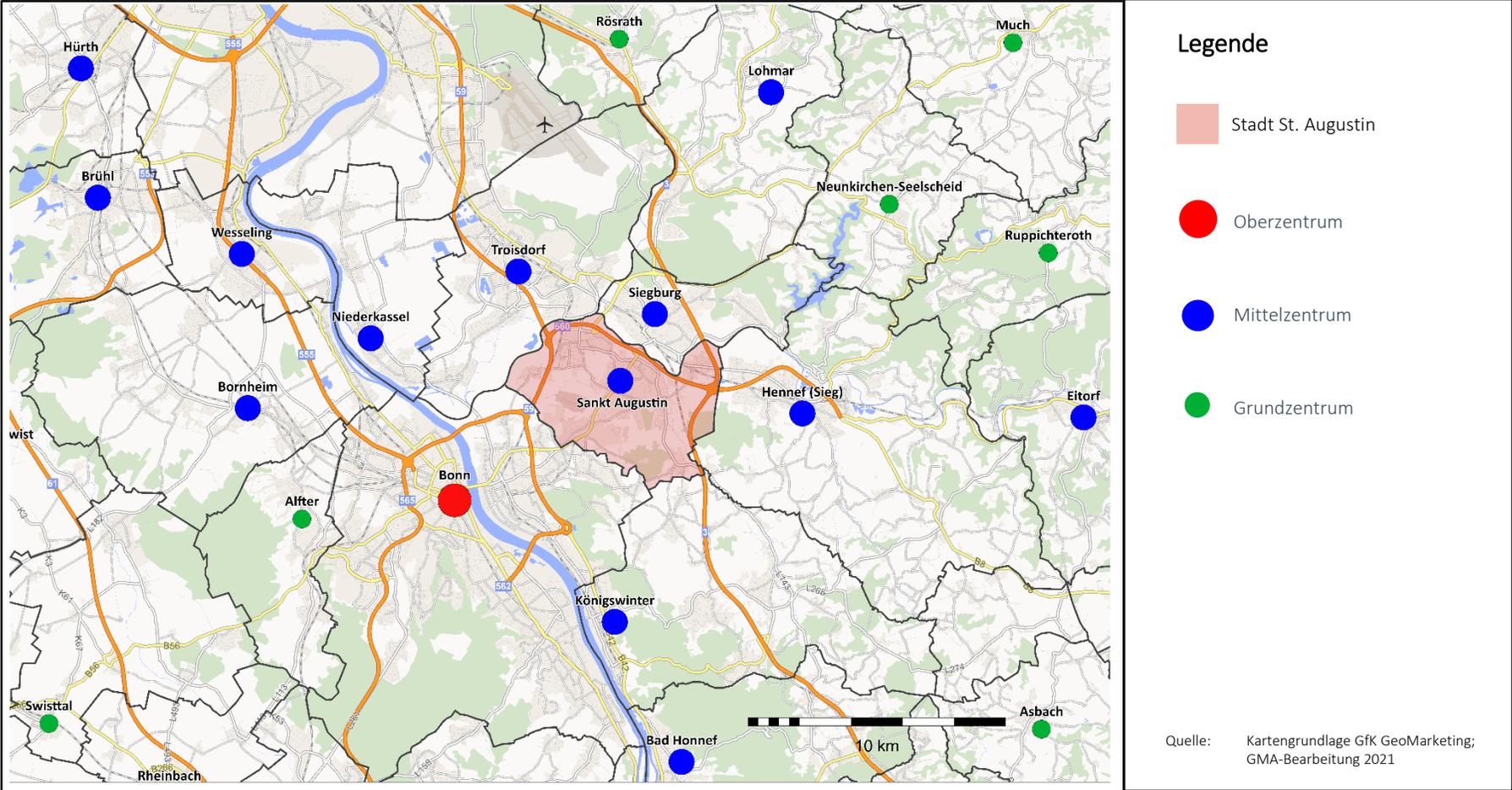
STANDORTANFORDERUNG DER WESENTLICHEN DEUTSCHLANDWEIT EXPANDIERENDEN FILIALISTEN BEI SUPERMÄRKTEN UND DROGERIEMÄRKTEN

Betriebsform / Betreiber	Einwohner im Einzugsgebiet	Verkaufsfläche (Mindestgröße)	Anzahl Kundenstellplätze
Supermärkte			
Rewe	mindestens 5.000 Einwohner	1.000 m ²	k. A.
Edeka	mindestens 5.000 Einwohner	1.200 m ²	mindestens 80
Drogeriemärkte			
dm	ca. 20.000 Einwohner im direkten Umfeld (Innenstadtlagen) bzw. im Einzugsgebiet (Fachmarktlage)	400 m ²	mindestens 50
ROSSMANN	Städte und selbstständige Stadtteile ab ca. 6.000 Einwohner und großzügigem Einzugsgebiet	400 m ²	mindestens 40

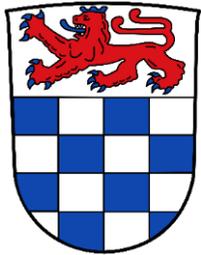
Quelle: GMA-Zusammenstellung 2021 auf Basis der Rewe GmbH, Edeka Verbund GmbH & Co. KG, dm-drogerie markt GmbH, Dirk Rossmann GmbH (2021)

III. MAKROSTANDORT SANKT AUGUSTIN-MENDEN

KARTE 1: ZENTRALÖRTLICHE FUNKTION DER STADT SANKT AUGUSTIN



RAHMENDATEN DER STADT SANKT AUGUSTIN / DES STADTTEILS MENDEN



Standortfaktoren	Stadt Sankt Augustin	Stadtteil Menden
Räumliche Lage	Rhein-Sieg-Kreis (NRW)	Nordwestliches Stadtgebiet Sankt Augustins
Zentralörtliche Funktion	Mittelzentrum	-
Siedlungsstruktur	8 Stadtteile	überwiegend Wohnbebauung im Kern, größere Gewerbegebiet im südwestlichen und nordöstlichen Randgebiet
Einwohner (31.12.2020)	57.263 ¹	11.525 ¹
Bevölkerungsentwicklung (2011 – 2020)	rd. + 3,1 % ²	rd. + 7,8 % ²
Einwohnerprognose (2021 - 2030)	rd. + 4,0 % ³	steigend
Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten mit Wohnort / Arbeitsort in Sankt Augustin (2020)	20.054 / 16.692 ⁴	-
Ein-/ Auspendlersaldo (2020)	- 3.366 ⁴	-
Kaufkraftkennziffer	104,6 ⁵	104,6 ⁵
Verkehrliche Erschließung	Anschluss an die Bundesautobahnen A 560, A 3 und A 59; Anschluss an Bundesstraße B 56	direkter Anschluss an die Bundesautobahnen A 560 und A 59 sowie Bundesstraße B 56 Richtung Norden; Hauptverkehrsachsen: Siegstraße (Nord-Süd), Meindorfer Str. / Martinstraße / Siegburger Straße (West – Ost)

¹ Quelle: Stadt Sankt Augustin, Stand: 31.12.2020, nur Hauptwohnsitze.

² Quelle: Stadt Sankt Augustin, Stand: 31.12.2014 und 31.12.2020, nur Hauptwohnsitze.

³ Quelle: Berechnung auf Basis der Bevölkerungsvorausberechnung von IT.NRW 2021. Die dargestellte Einwohnerentwicklung bezieht sich auf den Vergleich der Zahlen der Bevölkerungsvorausberechnung von IT.NRW für den 01.01.2021 mit denen für den 01.01.2030.

⁴ Quelle: Agentur für Arbeit., Stand: 30.06.2020.

⁵ Quelle: MB Research, Stand: 2020

RAHMENDATEN DER STADT SANKT AUGUSTIN / DES STADTTEILS MENDEN (I)

Standortfaktoren	Beschreibung	Bewertung
 Untersuchungsraum	<p>Das Mittelzentrum Sankt Augustin liegt zwischen Bonn im Südwesten, Troisdorf und Siegburg im Norden, Hennef (Sieg) im Westen und Königswinter im Süden. Mit Ausnahme des Oberzentrums Bonn sind die anderen Nachbarstädte allesamt als Mittelzentren ausgewiesen. Sankt Augustin untergliedert sich in insgesamt acht Stadtteile. Der Untersuchungsstandort befindet sich im Stadtteil Menden im Nordwesten Sankt Augustins. Der Stadtteil weist mit 11.525 Einwohnern nach Niederpleis die zweitgrößte Bevölkerungskonzentration in Sankt Augustin auf.</p>	2
 Verkehrliche Erreichbarkeit	<p>Sankt Augustin ist an die Bundesautobahn A 560 über die Anschlussstellen Siegburg, Sankt Augustin und Niederpleis angebunden, welche über das Autobahndreieck Sankt Augustin-West sowie das Autobahnkreuz Bonn / Siegburg Anschluss an die Autobahnen A 3 und A 59 bietet. Damit verfügt Sankt Augustin über eine sehr gute überregionale Verkehrsanbindung. Außerdem ist die Stadt durch die Bundesstraße B 56 (Jülich – Bonn – Sankt Augustin – Much) gut innerhalb der Region angebunden. Der Stadtteil Menden liegt unmittelbar am Autobahndreieck Sankt Augustin-West, sodass auch auf Stadtteilebene eine sehr gute überregionale Erreichbarkeit über die Anschlussstelle Siegburg an die A 560 gewährleistet wird. Über die Siegstraße – welche einer der Hauptverkehrsachsen in Menden darstellt – und die Bundesstraße B 56 besteht ein unmittelbarer Anschluss an die nördlich gelegene Nachbarstädte Troisdorf (Stadtteil Troisdorf-West) und Siegburg (Innenstadt). Eine Anbindung an die Innenstadt Sankt Augustins ist über die Siegstraße, bzw. die Kreisstraße 2 (Martinstraße, Siegburger Straße, Mendener Straße) gegeben.</p> <p>Das DB-Netz (Bahnhof Menden), Bus- und Straßenbahnnetz sichert innerhalb der Stadt die Erreichbarkeit mittels ÖPNV und bietet Anschluss an die umliegenden Städte.</p>	1
 Bevölkerungsentwicklung	<p>Im Zeitraum von 2011 – 2020 verzeichnete Sankt Augustin insgesamt eine positive Einwohnerentwicklung (rd. +3,1 %); in Menden ist die Einwohnerzahl im Vergleichszeitraum sogar noch deutlich stärker gestiegen (rd. + 7,8 %). Auch für die kommenden Jahre wird eine Bevölkerungszunahme für die Gesamtstadt prognostiziert. Bis zum Jahr 2030 ist ein Wachstum der Bevölkerung um rd. 2.270 Einwohner bzw. ca. +4,0 % gegenüber 2021 zu erwarten. Auch im Stadtteil Menden wird die Einwohnerzahl aufgrund der Wohngebietsentwicklung steigen; u.a. durch Bebauung des Marktplatzes und Verdichtung im nördlichen Teil von Menden.</p>	1
 Arbeitsplatzstandort	<p>Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort betrug Mitte 2020 in Sankt Augustin 16.692 Personen. Die Zahl der Auspendler übersteigt die Zahl der Einpendler (ca. 16.473 Auspendler stehen 13.107 Einpendlern gegenüber). Ein Kaufkraftindex von 104,6 für Sankt Augustin, der oberhalb des Bundesdurchschnitts (= 100,0) und auch des Landesdurchschnitts (99,5) liegt, zeugt von einem hohen Einkommensniveau vor Ort.</p>	2

RAHMENDATEN DER STADT SANKT AUGUSTIN / DES STADTTEILS MENDEN (II)

Standortfaktoren	Beschreibung	Bewertung
 <p>Einzelhandelsstandort</p>	<p>Die bedeutendste Einzelhandelslage in Sankt Augustin stellt die Innenstadt mit dem Einkaufszentrum huma Shoppingwelt dar (zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Sankt Augustin). Die strukturprägenden Einzelhandelsbetriebe sind hier u. a. H&M, real, Drogerie Müller und Saturn sowie eine Reihe kleinflächiger Anbieter (u. a. dm, Ernsting's family). Die Versorgungsbedeutung des Zentrums umfasst die Gesamtstadt Sankt Augustin und reicht auch in das Umland hinein.</p> <p>Die sonstigen zentralen Versorgungsbereiche in Sankt Augustin (Stadtteilzentrum Hangelar, Nahversorgungszentren Ortsmitte Niederpleis und Ortsmitte Menden) weisen einen deutlich geringeren Besatz auf und übernehmen demnach lediglich eine örtliche Versorgungsfunktion für das nähere Umfeld. Sowohl in Niederpleis als auch in Hangelar ist innerhalb des jeweiligen Zentrums auf einen Lebensmittelmarkt (Rewe, Edeka) hinzuweisen, welcher den Magnetbetrieb des zentralen Versorgungsbereiches darstellt. Auf den zentralen Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Ortsmitte Menden wird im folgenden Kapitel noch näher eingegangen.</p> <p>Neben den zentralen Versorgungsbereichen werden im Einzelhandelskonzept 2008 auch weitere Nahversorgungsstandorte bzw. Ergänzungsstandorte für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel in den Stadtteilen aufgenommen. Ferner ist auf zwei Ergänzungsstandorte für den großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten hinzuweisen, welche die mittelzentrale Versorgungsbedeutung von Sankt Augustin mitprägen. Hier sind das Gewerbegebiet Menden (Marie-Curie-Straße / Einsteinstraße, u. a. Hellweg Baumarkt, JYSK, Fahrradfachmarkt XXL Feld) sowie die Agglomeration im Gewerbegebiet Alte Heerstraße in Niederpleis (u. a. HIT, Aldi-Süd, dm, Blumen Risse, Das Futterhaus) zu nennen.</p>	<p>2</p>

GMA-Bewertung: noch sehr gut

STADTTEILENTWICKLUNGSPLANUNG ZUR REVITALISIERUNG DES ORTSKERNS MENDEN (2015)

Vor dem Hintergrund der negativen Entwicklungen hinsichtlich des Einzelhandels- und Dienstleistungsangebotes im Ortskern von Sankt Augustin-Menden der letzten Jahre und zur Vermeidung einer Fortsetzung dieser Prozesse hat die Stadt Sankt Augustin im Juli 2015 den Abschlussbericht „Stadtteilentwicklungsplanung zur Revitalisierung des Ortskerns von Sankt-Augustin-Menden“ vorgelegt.¹ Darin werden die Ergebnisse des im Sommer 2014 gestarteten Diskussionsprozesses zwischen den Einwohnern Mendens und den im Stadtrat vertretenen Parteien dargelegt.

Konkret soll die Stadtteilentwicklungsplanung (STEP) für den Stadtteil Menden **fünf Ziele** umsetzen, welchen wiederum einzelne Maßnahmen zugeordnet sind:

„Ziel 1: Die vorhandenen Nutzungen im Ortskern sollen gestärkt werden.

Ziel 2: Die Verkehrssituation soll insbesondere für Fußgänger, Radverkehr und ruhenden Verkehr verbessert werden.

Ziel 3: Die städtebauliche Gestaltung des Marktplatzes und seiner Seitenräume soll verbessert werden.

Ziel 4: Für den alten Friedhof sind angemessene Nutzungen das Ziel.

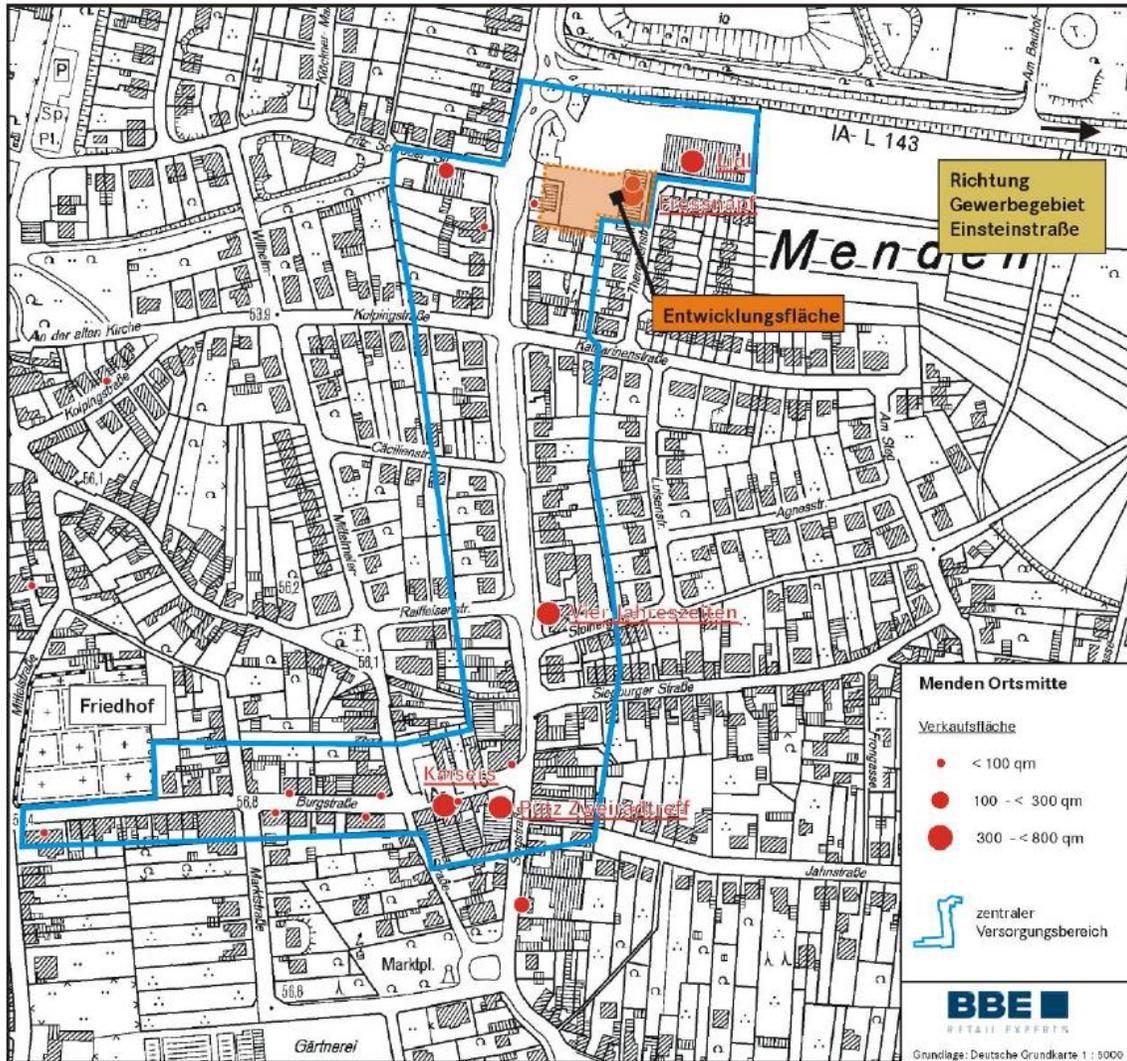
Ziel 5: Der Ortskern soll durch vielfältige Aktivitäten im öffentlichen Raum noch stärker belebt werden.“

Die im Rahmen der STEP formulierten Ziele und Maßnahmen gelten als Leitfaden für die weitere Entwicklung des Ortskerns in Menden. Schwerpunkte liegen in der Aktivierung bestehender Flächen für die Nahversorgung und den Wohnungsbau, der Neu- und Umgestaltung des öffentlichen Raums (vor allem um den Marktplatz) sowie der dauerhaften Etablierung einer starken Standortgemeinschaft für den Ortskern. Für die Realisierung der Maßnahmen wurde ein **Zeithorizont von insgesamt 15 Jahren** veranschlagt.

¹ vgl. Stadt Sankt Augustin, Stadtteilentwicklungsplanung zur Revitalisierung des Ortskerns von Sankt-Augustin-Menden – Abschlussbericht, Juli 2015.

IV. STÄDTEBAULICHE ANALYSE DES ZENTRALEN VERSORGUNGSBEREICHS NAHVERSORGUNGSZENTRUM ORTSMITTE MENDEN

KARTE 2: NAHVERSORGUNGSZENTRUM ORTSMITTE MENDEN – ABGRENZUNG GEMÄß EINZELHANDELSSTANDORT- UND ZENTRENKONZEPT SANKT AUGUSTIN 2008



Quelle: BBE, Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Stadt Sankt Augustin, 2008.

ANALYSE DES NAHVERSORGUNGSZENTRUMS ORTSMITTE MENDEN - ALTABGRENZUNG VON 2008 (I)

Kriterien	Beschreibung ¹	Bewertung
Räumliche Situation	Das Nahversorgungszentrum Ortsmitte Menden erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Burgstraße und Siegstraße über eine Entfernung von rd. 500 m in West-Ost- bzw. Nord-Süd-Richtung. Die Haupteinkaufslagen sind im Bereich der Burgstraße, zwischen Marktstraße und Siegstraße (u.a. mit nahkauf und weiterem kleinteiligen Besatz), sowie am Kreisverkehr Siegstraße / Am Bauhof (Fachmarktstandort mit Lidl, Fressnapf und Getränkemarkt) auszumachen. Zwischen diesen beiden Standortbereichen bestehen wenige bis keine funktionale Austauschbeziehungen. Mit Ausnahme des Biomarktes Vier Jahreszeiten existieren entlang der Siegstraße kaum weitere zentrenprägende Nutzungen. Vielmehr sind die Zwischen- und Randlagen des Zentrums durch Wohnnutzungen geprägt. Insgesamt ist eine Dreiteilung des Nahversorgungszentrums in den Kernbereich des Zentrums (historischer Ortskern Burgstraße), dem Zwischenbereich entlang der Siegstraße und dem Fachmarktstandort am Kreisverkehr Siegstraße / Am Bauhof auszumachen.	3
Angebots- und Nachfragesituation	Als Magnetbetriebe im Nahversorgungszentrum Ortsmitte Menden fungieren der Lebensmitteldiscounter Lidl, der Tierfutterfachmarkt Fressnapf sowie ein Getränkemarkt im Bereich Siegstraße / Am Bauhof, der Biomarkt Vier Jahreszeiten in der Siegstraße und der kleine Supermarkt nahkauf in der Burgstraße. Zudem sind im Bereich der Burgstraße mehrere kleinteilige Fachgeschäfte vorhanden. Das Angebot bei Komplementärnutzungen umfasst größtenteils Dienstleistungen (u.a. Friseure, Versicherungsagentur, Sparkassenfiliale), Gesundheitseinrichtungen (u.a. Zahnärzte, Allgemeinmediziner) sowie gastronomische Einrichtungen (u.a. Restaurants, Imbisse) und konzentriert sich v.a. auf den Bereich der östlichen Burgstraße. Die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums ist auf den Stadtteil Menden selbst beschränkt. Angesichts der Tatsache, dass innerhalb des gesamten Stadtteils Menden derzeit kein Lebensmittelvollsortimenter und Drogeriemarkt ansässig sind, ist das nahversorgungsrelevante Angebot insgesamt noch ausbaufähig.	3
Städtebauliche Situation	Der Kernbereich des Nahversorgungszentrums (historischer Ortskern in der Burgstraße zwischen den Kreuzungsbereichen Markt- und Siegstraße) weist die höchste Nutzungsdichte und einen meist durchgängig zusammenhängenden Besatz an Erdgeschossnutzungen bei hoher Bebauungsdichte auf. Entlang der Burgstraße, Richtung Alter Friedhof nimmt die Nutzungsdichte ab, wenngleich hier noch einige Dienstleistungen vorhanden sind. Die Baustrukturen im Ortskern sind als heterogen zu bezeichnen – zwei- bis viergeschossige Vor- und Nachkriegsbauten sowie Neubauten (z. B. Gesundheitszentrum Menden) wechseln sich entlang der Burgstraße ab. Die Obergeschosse sind überwiegend durch Wohnnutzungen geprägt. Bei der Burgstraße handelt es sich um eine verkehrsberuhigte Zone; hier ist auch aufgrund des geschlossenen Geschäftsbesatzes eine fußläufige Erlebbarkeit gegeben und die höchste Aufenthaltsqualität im Zentrum zu verzeichnen.	2
	Entlang der Siegstraße , Richtung Norden, nimmt der Nutzungsbesatz spürbar ab, hier sind überwiegend Wohnnutzungen existent. Aufgrund der starken Verkehrsbelastung der Siegstraße ist die Aufenthaltsqualität in diesem Bereich deutlich eingeschränkt.	4
	Der Fachmarktstandort am Kreisverkehr Siegstraße / Am Bauhof ist als überwiegend autokundenorientiert einzustufen. Neben den o.g. Fachmärkten, den dazugehörigen Parkplätzen ist hier noch eine Tankstelle ansässig.	4
	Aufgrund der großen Längenausdehnung des Zentrums sowie den fehlenden Nutzungen entlang der Siegstraße ist von keinen fußläufigen Austauschbeziehungen zwischen dem historischen Ortskern und dem Fachmarktstandort auszugehen. Die fußläufige Erlebbarkeit sowie eine gewisse Verweilqualität beschränkt sich somit ausschließlich auf den Bereich der Burgstraße und die direkt angrenzenden Nebenstraßen.	3 (insgesamt)

¹ die Beschreibungen und Bewertungen beziehen sich auf die Abgrenzung des Nahversorgungszentrum Ortsmitte Menden laut Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept der Stadt Sankt Augustin aus dem Jahr 2008.

ANALYSE DES NAHVERSORGUNGSZENTRUMS ORTSMITTE MENDEN - ALTABGRENZUNG VON 2008 (II)

Kriterien	Beschreibung ¹	Bewertung
Erreichbarkeit und Mobilität	<p>Hinsichtlich der fußläufigen Erreichbarkeit bzw. der Erreichbarkeit für Fahrräder und E-Bikes des Nahversorgungszentrums Ortsmitte Menden ist auf die Dreiteilung des Zentrums (siehe weiter oben) zu verweisen. Während der historische Ortskern entlang der Burgstraße aufgrund der dortigen Verkehrsberuhigung sowie den direkt angrenzenden Wohnnutzungen in den umliegenden Nebenstraßen sehr gut fußläufig bzw. mit dem Fahrrad / E-Bike zu erreichen ist, beschränkt sich die fußläufige Erreichbarkeit bzw. die Erreichbarkeit mit dem Fahrrad / E-Bike der Bereiche nördlich davon (Siegstraße, Fachmarktstandort am Kreisverkehr Siegstraße / Am Bauhof) größtenteils auf die Wohnquartiere entlang der Siegstraße (zzgl. angrenzende Nebenstraßen). Entlang der Burgstraße gibt es vereinzelte Fahrradabstellplätze (bspw. neben dem nahkauf Supermarkt), wenngleich hier ein gewisser Nachholbedarf zu erkennen ist.</p> <p>Innerhalb des Nahversorgungszentrums existieren in dem westlichen und nördlichen Randbereich die beiden Bushaltestellen „Menden Post“ (Burgstraße, nahe Alter Friedhof) und „Menden Brücke“ (Siegstraße, nahe Kreisverkehr Siegstraße / Am Bauhof). Von hier aus verkehren diverse örtliche und überörtliche Buslinien. Ferner ist auf die zentrale Bushaltestelle „Menden Markt“ hinzuweisen, von welcher weitere Buslinien zu erreichen sind. Insgesamt besteht somit eine noch gute Anbindung an den ÖPNV.</p> <p>Für den Pkw-Verkehr ist der zentrale Versorgungsbereich gut über die Siegstraße, welche eine der Hauptverkehrsachsen in Sankt Augustin-Menden darstellt, angebunden.</p> <p>Im Nahversorgungszentrum Ortsmitte Menden, bzw. unmittelbar daran angrenzend, sind mehrere, unterschiedlich strukturierte, Parkmöglichkeiten vorhanden. In erster Linie ist hier auf die Stellplatzanlagen am Fachmarktstandort im Norden des Zentrums sowie den öffentlichen Parkplatz am Marktplatz Menden zu verweisen. Dazu existieren vereinzelte straßenbegleitende Parkplätze entlang der Burgstraße (insbesondere im Bereich des nahkauf Supermarktes) sowie kleinere, z.T. private Stellplatzanlagen (z.B. Parkplätze des Gesundheitszentrums Menden und des Biomarktes Vier Jahreszeiten). Bei den genannten Parkplätzen erfolgt keine Bewirtschaftung, sondern eine zeitliche Begrenzung über Parkscheibenregelung.</p>	2
Entwicklungspotenziale	<p>Die Potenzialflächen innerhalb des zentralen Versorgungsbereich beschränken sich auf das Projektareal im historischen Ortskern (Karree zwischen Siegstraße / Burgstraße / Wilhelm-Mittelmeier-Straße / Marktstraße). Auf der 2008 dargestellten Entwicklungsfläche (siehe Karte 2) befindet sich heute eine Tankstelle sowie ein Teilbereich der Stellplatzfläche des Tierfutterfachmarktes und Getränkemarktes. Aufgrund der dichten Bebauung entlang der Burg- und Siegstraße sind keine weiteren Potenzialflächen auszumachen.</p>	2

GMA-Bewertung: mäßig

¹ die Beschreibungen und Bewertungen beziehen sich auf die Abgrenzung des Nahversorgungszentrum Ortsmitte Menden laut Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept der Stadt Sankt Augustin aus dem Jahr 2008.

NAHVERSORGUNGSZENTRUM ORTSMITTE MENDEN

Foto 1: Ladenzeile mit nahkauf und benachbarten Nutzungen in der Burgstraße



Foto 2: Nutzungen im Kreuzungsbereich Burgstraße / Markstraße



Foto 3: Lidl am Fachmarktstandort Siegstraße / Am Bauhof



Foto 4: Biomarkt Vier Jahreszeiten in der Siegstraße



MÖGLICHEN NEUABGRENZUNG DES NAHVERSORGUNGSZENTRUM ORTSMITTE MENDEN AUF BASIS DER AKTUELLEN RECHTSPRECHUNG ZU ZENTRALEN VERSORGBEREICHEN (I)

Mit Blick auf die nachfolgend dargelegte Nutzungskartierung (siehe Karte 3) sowie die oben beschriebenen städtebaulichen und verkehrlichen Strukturen, ist die Frage zu stellen, ob das Nahversorgungszentrum auch nach aktueller Rechtsprechung noch als zentraler Versorgungsbereich zu werten ist und ob **ggf. eine Neuabgrenzung notwendig** ist. Seit der Erstellung des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes 2008 hat sich die oberverwaltungsgerichtliche Rechtsprechung zur Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen deutlich weiterentwickelt. Ausgehend von den rechtlichen Anforderungen zur Identifizierung und Festlegung zentraler Versorgungsbereiche¹ sind **folgende Kriterien** bei der Abgrenzung zu nennen:

- städtebaulich integrierte Lage
- räumlich abgrenzbarer Bereich
- zentrale Funktion mit städtebaulichem und funktionalem Gewicht (= Versorgung der Bevölkerung über den unmittelbaren Nahbereich hinaus)
- Multifunktionalität (Einzelhandel ergänzt durch Dienstleistungen, gastronomische Angebote und ggf. Kultur und Freizeit)
- sofern notwendig: die Entwicklungsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches (Flächenpotenziale für Neuansiedlungen oder Verlagerungen bestehender Anbieter zur Stärkung des Zentrums)

Während die aufgeführten Kriterien **Integration** und **zentrale Versorgungsfunktion** (= „funktionales Gewicht“, „über den Nahbereich hinaus“) als unverrückbare „**Muss-Kriterien**“ gelten, handelt es sich bei anderen Kriterien (bspw. Vorhandensein von Entwicklungs- und Potenzialflächen, Anteil der Komplementärnutzungen) um ergänzende Voraussetzung, die grundsätzlich abgewogen werden können.

Unter Berücksichtigung der Komplementärnutzungen (Dienstleistungen, Gastronomien) und des Lebensmittelmarktes nahkauf erfüllt vor allem der **Bereich an der Burgstraße** die meisten Anforderungen, die – entsprechend der aktuellen Rechtsprechung – an zentrale Versorgungsbereiche gestellt werden. **Entlang der Siegstraße** ist jedoch zwischen dem Kreuzungsbereich Siegburger Straße und dem Kreuzungsbereich zur Kolpingstraße / Katharinenstraße ein deutliches Übergewicht der Wohnnutzungen festzustellen. Die wenigen Komplementärnutzungen und auch der ansässige Biofachmarkt haben keine bzw. eine nur geringe Außenwirkung. Demnach sind zwischen dem nördlichen und südlichen Teil des zentralen Versorgungsbereiches **kaum funktionale Verflechtungen** festzustellen. Zudem ist die fußläufige Erschließung dieses gesamten Bereiches aufgrund der ausgeprägten Nord-Süd-Ausdehnung (rd. 500 m) erschwert; es finden nach Eindruck der GMA keine fußläufigen Austauschbeziehungen zwischen dem Fachmarktstandort im Norden und der Burgstraße im Süden statt. Demnach kann aus gutachterlicher Sicht konstatiert werden, dass die Fachmärkte am Kreisverkehr Siegstraße / Am Bauhof nicht mehr dem Nahversorgungszentrum Menden zuzuordnen sind. Zudem stellt die Fachmarkttagglomeration lediglich einen teilintegrierten Bereich dar, welcher bereits eine starke Autokundenorientierung aufweist.

¹ vgl. hierzu u. a. § 11 Abs. 3 BauNVO; § 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB; § 34 Abs. 3 BauGB

MÖGLICHEN NEUABGRENZUNG DES NAHVERSORGUNGSZENTRUM ORTSMITTE MENDEN AUF BASIS DER AKTUELLEN RECHTSPRECHUNG ZU ZENTRALEN VERSORGBEREICHEN (II)

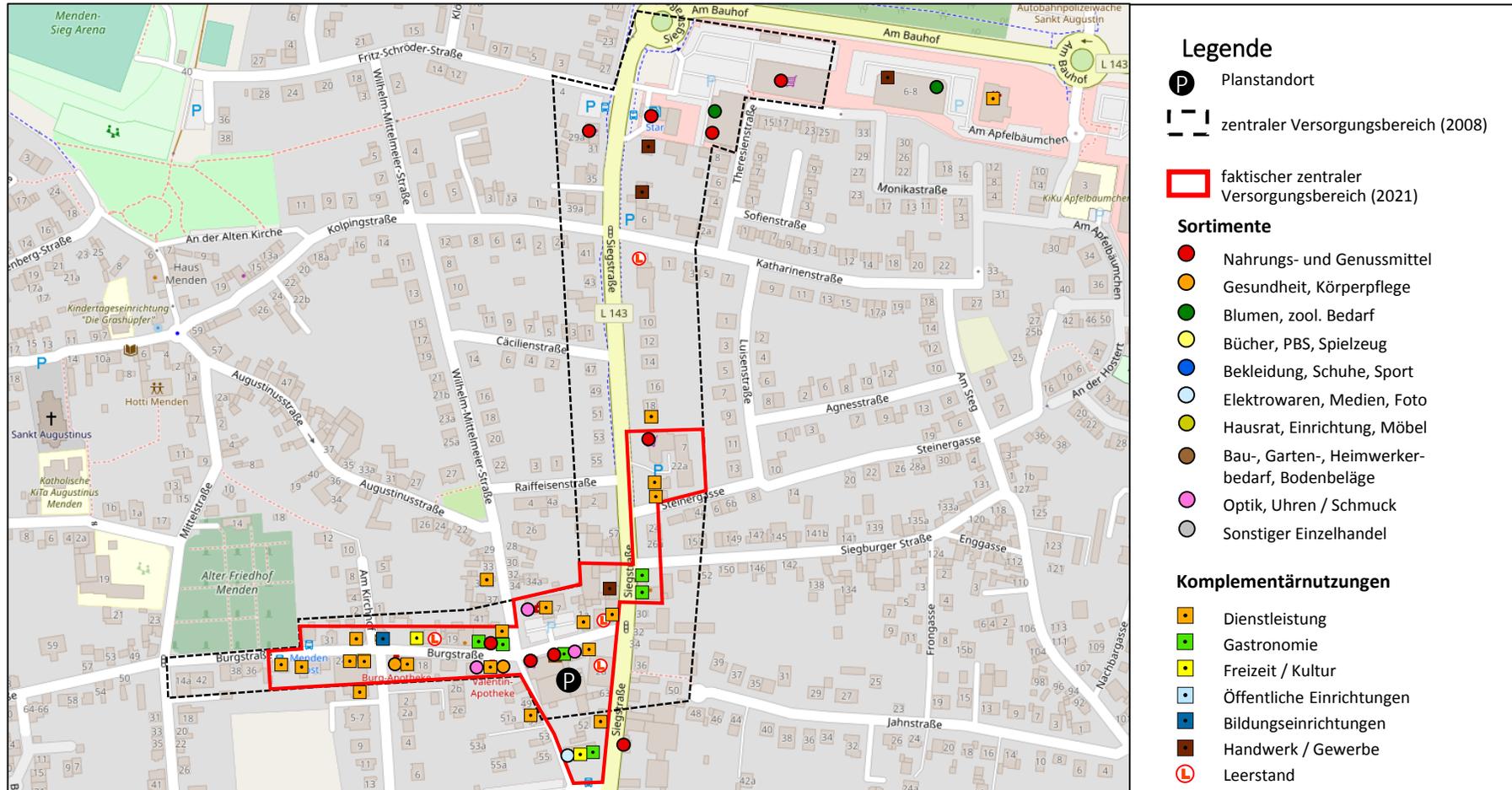
Die **integrierte Lage** der Einzelhandelslage Burgstraße steht außer Frage. Im näheren Umfeld um die Burgstraße sind erhebliche Einwohnerpotenziale vorhanden, die in den kommenden Jahren durch eine Wohnbauentwicklung im Bereich des südlich angrenzenden Marktplatzes noch erhöht wird. Nach Angaben der Stadtverwaltung Sankt Augustin sind hier 189 neue Wohneinheiten geplant.

Jedoch stellt sich auch für den Bereich der Burgstraße die Frage, ob dieser aktuell die Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich komplett erfüllt. Zwar liegt hier ein Mix aus Einzelhandels- und Komplementärnutzungen vor, der zumindest zwischen dem Kreuzungsbereich Siegstraße und dem alten Friedhof einen relativ dichten Besatz an Erdgeschossnutzungen abbildet und neben überwiegend nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsnutzungen (u. a. kleiner Supermarkt nahkauf, Apotheken, Bäckerei, Optiker, Goldankauf) auch verschiedene gastronomische Betriebe, Dienstleistungsbetriebe sowie eine Bildungseinrichtung umfasst. Allerdings ist die Ausstrahlungskraft insbesondere des Lebensmittelmarktes als normalerweise typischem Magnetbetrieb eines zentralen Versorgungsbereiches begrenzt. Aufgrund seiner geringen Größenordnung wäre er eigentlich als ein typischer Nahversorger für umliegende Wohnquartiere ohne größere räumliche Ausstrahlung zu sehen. Allerdings ist zu beachten, dass der Standortbereich umstrukturiert werden und hier perspektivisch ein moderner Lebensmittelvollsortimenter und / oder Drogeriemarkt angesiedelt werden soll (siehe Ausführungen in diesem Gutachten). Unter der Voraussetzung, dass die Umstrukturierung im Karree zwischen Siegstraße / Burgstraße / Wilhelm-Mittelmeier-Straße / Marktstraße realisiert wird, kommt dem Standortbereich zukünftig eine **wichtige Versorgungsfunktion** für den gesamten Stadtteil zu.

Nach den derzeit vorliegenden Informationen weist Menden innerhalb der Stadt Sankt Augustin grundsätzlich eine starke Eigenidentifikation auf, die sich insbesondere in der **Burgstraße als Treffpunkt** widerspiegelt. Daher wird im Folgenden dieser Bereich als **faktischer zentraler Versorgungsbereich definiert**, jedoch ohne den räumlich abgesetzten Fachmarktstandort um Lidl im Norden des Stadtteils. Eine aktuelle Abgrenzung des faktischen zentralen Versorgungsbereichs ist in der nachfolgenden Karte dargestellt.

Es ist darauf hinzuweisen, dass es sich bei den vorliegenden Aussagen nur um eine erste Einschätzung der aktuellen Situation handeln kann. Eine genauere Analyse und Bewertung ist im Zuge der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes durchzuführen.

KARTE 3: EMPFEHLUNG ZUR NEUABGRENZUNG DES FAKTISCHEN ZENTRALEN VERSORGBEREICHES NAHVERSORGNUNGSZENTRUM ORTSMITTE MENDEN



Quelle: Kartengrundlage © OpenStreetMap-Mitwirkende, GMA-Bearbeitung 2021

V. MIKROSTANDORT BURGSTRASSE / ECKE SIEGSTRASSE

ANALYSE DES MIKROSTANDORTES BURGSTRASSE / ECKE SIEGSTRASSE (I)

Standortfaktoren	Beschreibung	Bewertung
	Kurzcharakteristik: Das Planareal (nördlicher Teil des Karrees zwischen Siegstraße / Burgstraße / Wilhelm-Mittelmeier-Straße / Marktstraße) befindet sich im Kernbereich des Nahversorgungszentrums Ortsmitte Menden und grenzt in nördlicher Richtung an die Haupteinkaufsstraße Burgstraße an. Gegenüberliegend befindet sich das Gesundheitszentrum Menden.	1
	Grundstücksgröße: Die Grundstücksgröße des Planareals (vgl. Karte 4) beträgt rd. 2.200 – 2.300 m².	4
	Aktuelle Nutzungen: Gegenwärtig sind innerhalb des Planareals an der Burgstraße ein nahkauf Supermarkt, ein/e Kiosk/Postannahmestelle, ein Eiscafé sowie ein/e Gold-Silber-Barankauf/Handyreparatur ansässig. An der Ecke Burgstraße / Siegstraße ist ein Leerstand (ehemals Fahrradfachgeschäft) sowie - diesem vorgelagert - eine kleine Brachfläche zu verzeichnen. In den Obergeschossen sowie den dahinterliegenden Gebäuden befinden sich Wohnungen. Standortumfeld: Das unmittelbare Standortumfeld des Planareals ist überwiegend durch weitere kleinteilige Einzelhandelsnutzungen (u.a. Hörakustiker, Bäckerei, Apotheke, Optiker), Komplementärnutzungen (Dienstleistungen, Gesundheitseinrichtungen, gastronomische Einrichtungen) sowie Wohnnutzungen in den Obergeschossen geprägt. In den westlich angrenzenden Nebenstraßen (u.a. Wilhelm-Mittelmeier-Straße, Marktstraße) überwiegen reine Wohngebäude. Gleiches gilt für die östlich angrenzende Siegstraße. Im südlichen Teil des Karrees schließen weitere kleinteilige Nutzungen (Pizzeria, Spielhalle, An- und Verkauf) sowie die Bushaltestelle Menden Marktplatz an. Insgesamt handelt es sich somit um einen städtebaulich voll integrierten Standort.	2
	Erreichbarkeit PKW: Das Planareal ist großräumig über die Siegstraße zur erreichen, welche eine der Hauptverkehrsachsen (Nord-Süd-Verbindung) in Sankt Augustin-Menden darstellt. Mit Abstrichen ist der Standort kleinräumig auch über die Burgstraße sowie die angrenzenden Nebenstraßen erreichbar, wenngleich es sich hierbei um verkehrsberuhigte Seitenstraßen handelt. Hinsichtlich der Bedingungen für die Zu-/Ausfahrt eines möglichen Super- bzw. Drogeriemarktes sowie dessen Anlieferungsmöglichkeiten ist auf die Empfehlungen in Kapitel VII zu verweisen.	2
	Parkmöglichkeiten: Aktuell verfügt der Magnetbetrieb nahkauf über keine eigene Stellplatzanlage; es existieren lediglich einige straßenbegleitende Parkplätze entlang der Burgstraße. Eine größere öffentliche Parkplatzanlage (Parkplatz Marktplatz Menden) liegt nur wenige hundert Meter südlich des Planareals. Aufgrund des eingeschränkten Flächenpotenzials des Planareals ist im Zuge der Projektrealisierung - unter Berücksichtigung der angestrebten Nutzung/en – voraussichtlich auf eine Tiefgaragenlösung auszuweichen (siehe Kapitel VII).	3
	PKW Frequenz: Erhöhte Pkw-Frequenz entlang der Siegstraße. Niedrige Frequenz in der Burgstraße (hier überwiegend Fußgänger) und den daran angrenzenden Nebenstraßen.	2

ANALYSE DES MIKROSTANDORTES BURGSTRASSE / ECKE SIEGSTRASSE (II)

Standortfaktoren	Beschreibung	Bewertung
	<p>Erreichbarkeit Fußgänger / Radfahrer / ÖPNV: Fußgänger und Radfahrer können den Planstandort sehr gut über die Burgstraße (verkehrsberuhigt) und Wilhelm-Mittelmeier-Straße (Sackgasse für Autofahrer) erreichen. Die zentrale Bushaltestelle (Menden Markt) liegt unmittelbar südlich des Planareals (max. 100 m entfernt), sodass dieses auch über einen guten ÖPNV-Anschluss verfügt .</p>	1
	<p>Sichtbarkeit: Das Planareal ist sowohl von der Siegstraße als auch von der Burgstraße (jeweils aus beiden Fahrt-/ Laufrichtungen) gut einsehbar.</p>	2

GMA-Bewertung: noch gut

MIKROSTANDORT BURGSTRASSE / ECKE SIEGSTRASSE

Foto 5: Nahkauf und benachbarter Kiosk / Post (Burgstraße)



Foto 6: Eiscafé und Juwelier / Handyreparatur (Burgstraße)



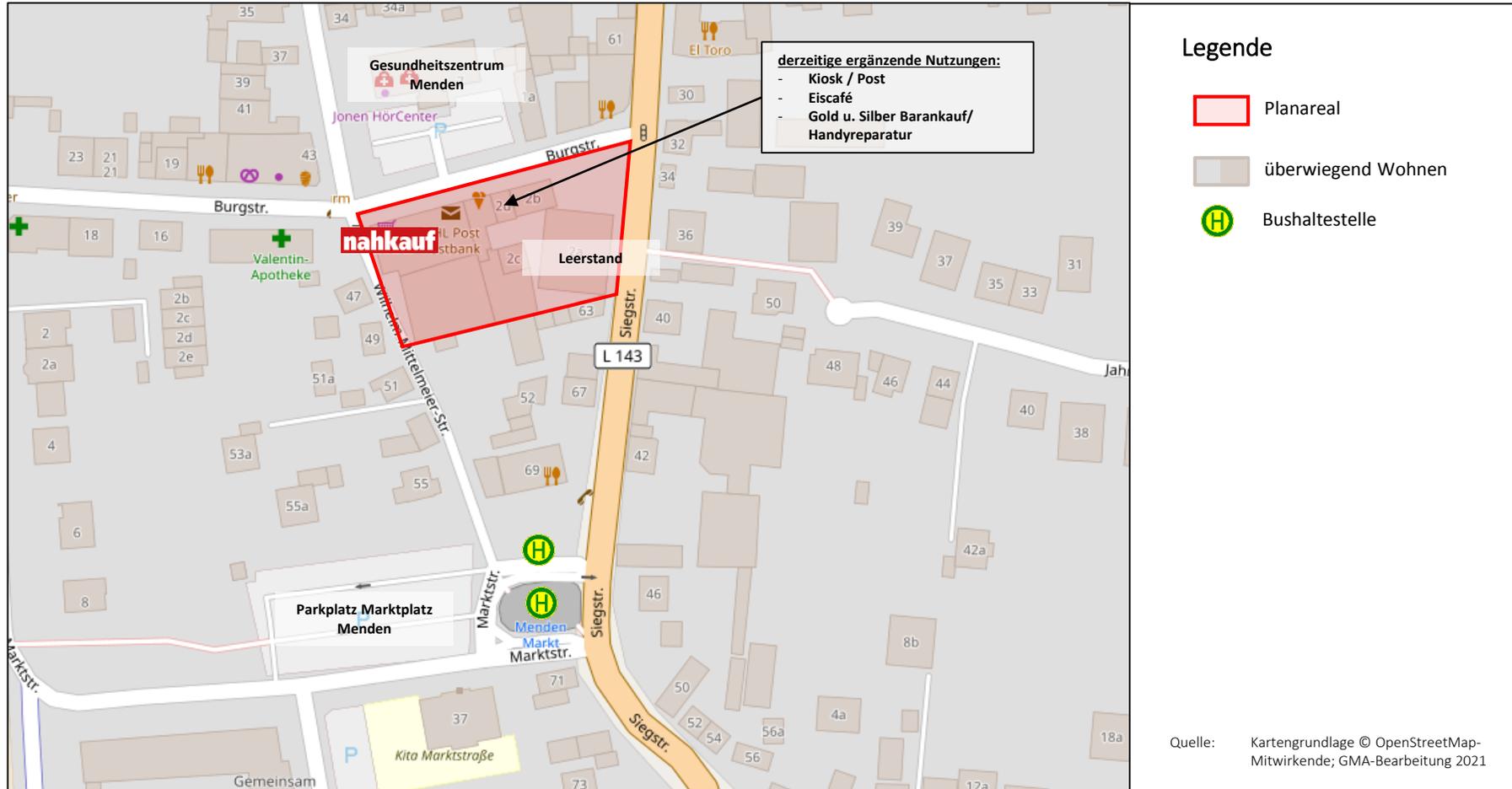
Foto 7: Burgstraße / Ecke Siegstraße



Foto 8: Wilhelm-Mittelmeier-Straße / Ecke Burgstraße



KARTE 4: MIKROSTANDORT BURGSTRASSE / ECKE SIEGSTRASSE



VI. ANGEBOTS- UND NACHFRAGESITUATION

ANGEBOTSSITUATION IM UNTERSUCHUNGSRAUM EINES POTENZIELLEN LEBENSMITTELMARKTES

Zone EZG*	Stadt / Stadtteil	Lage	Wettbewerber	Adresse	Verkaufsfläche in m ²	Betriebstyp	Leistungsfähigkeit
Zone I	Sankt Augustin / Menden	NVZ Ortsmitte Menden	nahkauf**	Burgstraße 4	470	SM	-
Zone I	Sankt Augustin / Menden	NVZ Ortsmitte Menden	Vier Jahreszeiten	Siegstraße 22 A	480	BM	+
Zone I	Sankt Augustin / Menden	NVZ Ortsmitte Menden	Lidl	Siegstraße 2 B	940	DC	+
Zone I	Sankt Augustin / Menden	NVZ Ortsmitte Menden	Getränkemarkt Theisen	Siegstraße 2	270	GM	o
Zone I	Sankt Augustin / Menden	Streulage (integriert)	Netto	Gutenbergstraße 1	690	DC	-
Zone I	Sankt Augustin / Menden	Streulage (dezentral)	Aldi	Einsteinstraße 14 - 16	840	DC	+
Zone I	Sankt Augustin / Menden	Streulage (teilintegriert)	Getränkecenter St. Augustin	Fasanenweg 81	300	GM	o
Zone II	Sankt Augustin / Meindorf	Streulage (teilintegriert)	Penny	Johann-Quadt-Straße 3	800	DC	+
außerhalb	Sankt Augustin / Sankt Augustin-Ort	HZ St. Augustin (HUMA)	real	Rathausallee 16	9.500 (davon ca. 5.000 NuG)	SBW	o
außerhalb	Sankt Augustin / Sankt Augustin-Ort	HZ St. Augustin	Netto	Südstraße 27-35	550	DC	-
außerhalb	Sankt Augustin / Sankt Augustin-Ort	HZ St. Augustin	Lidl	Bonner Straße 137	1.300	DC	++
außerhalb	Troisdorf / Troisdorf-West	NVZ Friedrich-Wilhelms-Hütte	Aldi	Mendener Straße 29	980	DC	+
außerhalb	Troisdorf / Troisdorf-West	NVZ Friedrich-Wilhelms-Hütte	Penny	Mendener Straße 21	990	DC	+

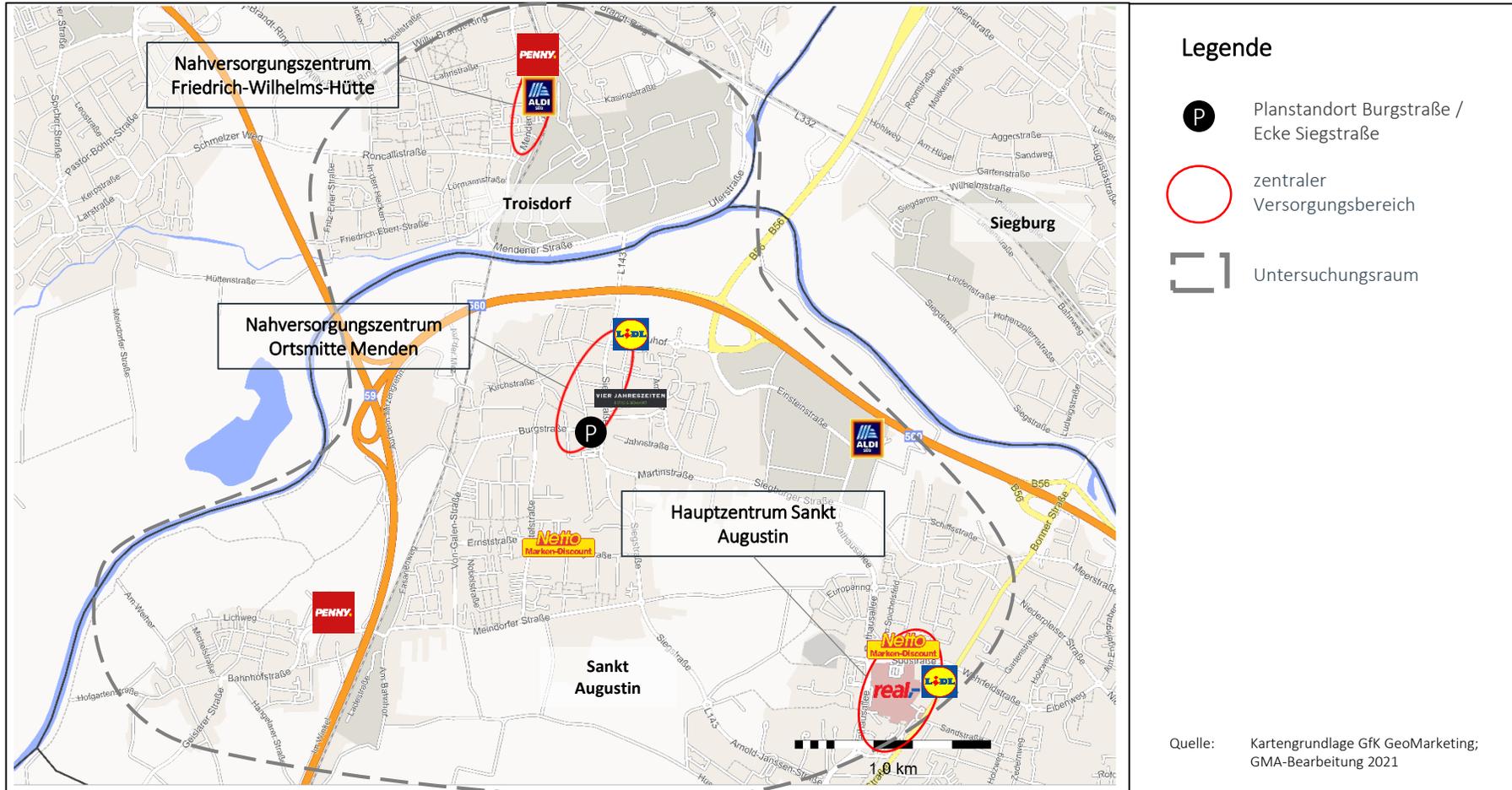
* siehe Karte 7 / ** Der Anbieter nahkauf wird hier nur zur vervollständigten Darstellung des aktuellen Angebotes im Untersuchungsraum aufgelistet. Faktisch gehört der Anbieter jedoch nicht zu den Wettbewerbern des Vorhabens, da dieser im Zuge einer möglichen Umstrukturierung des Standortbereiches wegfallen würde.

Betriebstyp: DC = Discounter, SBW = SB-Warenhaus, BM = Biomarkt, GM = Getränkemarkt

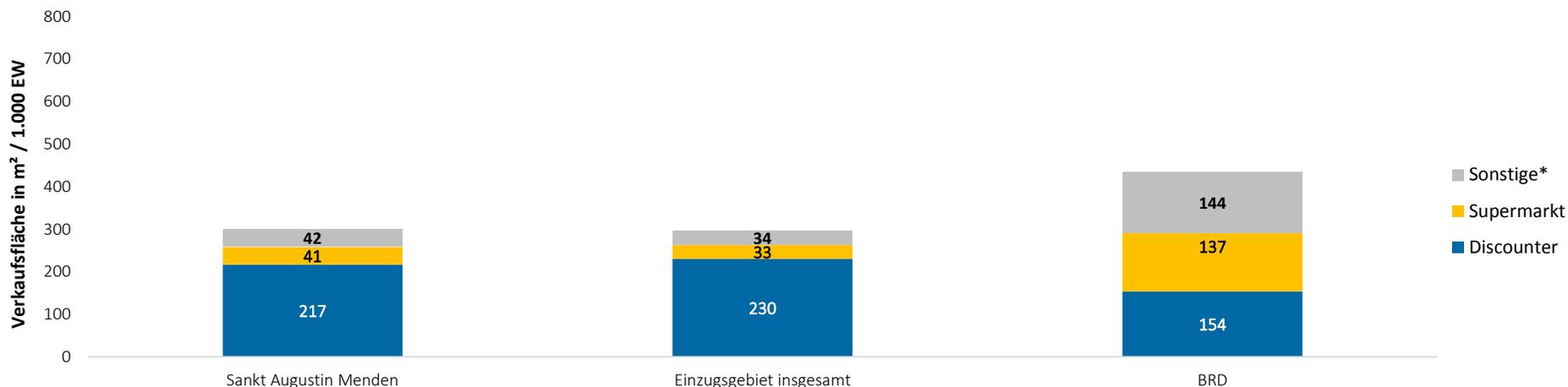
Leistungsfähigkeit: -- (schlecht), - (eher schlecht), o (mäßig), + (gut), ++ (sehr gut)

GMA-Erhebung 2021

KARTE 5: WESENTLICHE WETTBEWERBER IM UNTERSUCHUNGSRAUM EINES POTENZIELLEN LEBENSMITTELMARKTES



BEWERTUNG DER WETTBEWERBSSITUATION IM BEREICH NAHRUNGS- UND GENUSSMITTEL



Quelle: EHI Retail Institute, Stand: 2020, GMA-Erhebung und Berechnungen 2021; * Sonstige: SB-Warenhäuser, Große Supermärkte, Übrige Lebensmittelgeschäfte (z.B. Biomärkte)

Insgesamt weisen die projektrelevanten Lebensmittelanbieter im **Untersuchungsraum** eine Verkaufsfläche von **rd. 13.310 m²** mit einer Umsatzleistung von **ca. 62,1 Mio. €** bei Nahrungs- und Genussmitteln auf. Im Stadtteil **Sankt Augustin-Menden** beträgt die projektrelevante Verkaufsfläche bei Nahrungs- und Genussmitteln gegenwärtig **3.690 m²**, bei einer Umsatzleistung von schätzungsweise **18,5 Mio. €**. Aus gutachterlicher Sicht werden die Wettbewerbsstandorte in den weiter entfernten Stadtteilen Sankt Augustins (z.B. Niederpleis, Hangelar) und Troisdorfs (z.B. Troisdorf-Mitte, Sieglar) sowie in der Nachbarstadt Siegburg aufgrund der räumlichen Entfernung und den dortigen Angebotsstrukturen durch die potenzielle Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes in St. Augustin-Menden, Burgstraße allenfalls marginal betroffen sein.

Es fällt auf, dass aktuell im gesamten Untersuchungsraum **kein moderner Lebensmittelvollsortimenter** ansässig ist.¹ Dies spiegelt sich auch in den Verkaufsflächenausstattungen in Sankt Augustin-Menden und im projektierten Einzugsgebiet (Sankt Augustin-Menden und –Meindorf, zur Herleitung des Einzugsgebietes siehe Seite 41) wider. Der Stadtteil Menden weist mit rd. 300 m² Verkaufsfläche / 1.000 Einwohnern ebenso wie das gesamte Einzugsgebiet (rd. 297 m² Verkaufsfläche / 1.000 Einwohner) eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung bei Nahrungs- und Genussmitteln auf.² Insbesondere im Segment „Supermärkte“ liegt der Wert für Menden respektive das Einzugsgebiet mit rd. 41 m² / 1.000 Einwohner bzw. 33 m² / 1.000 Einwohner weit unter dem Bundesdurchschnitt; hier besteht eindeutig Potenzial für die Ansiedlung eines entsprechenden Anbieters.

GMA-Bewertung: sehr gut

¹ Der Edeka-Markt in der Roncallistraße in Troisdorf-West ist seit Juli 2021 dauerhaft geschlossen. Im Frühjahr 2022 ist eine Neueröffnung des Edeka-Marktes mit ca. 1.850 m² Verkaufsfläche im ca. 400 – 500 m westlich vom Altstandort gelegenen Neubaugebiet geplant (vgl. hierzu Presseartikel des Rhein-Sieg-Anzeigers vom 29.06.2021).

² Der bundesdeutschen Durchschnitt liegt bei rd. 435 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner. In die Berechnung des Durchschnittswertes fließen lediglich Lebensmittelmärkte ab einer Verkaufsflächengröße von 400 m² mit ein. Quelle: EHI Retail Institute, Stand: 2020, GMA-Berechnungen 2021.

ANGEBOTSSITUATION IM UNTERSUCHUNGSRAUM EINES POTENZIELLEN DROGERIEMARKTES (I)

Zone EZG	Stadt / Stadtteil	Lage	Wettbewerber	Adresse	Verkaufsfläche* in m ²	Betriebs- typ	Leistungs- fähigkeit
Zone I	Sankt Augustin / Menden	NVZ Ortsmitte Menden	nahkauf**	Burgstraße 4	30	SM	-
Zone I	Sankt Augustin / Menden	NVZ Ortsmitte Menden	Vier Jahreszeiten	Siegstraße 22 A	40	BM	+
Zone I	Sankt Augustin / Menden	NVZ Ortsmitte Menden	Lidl	Siegstraße 2 B	40	DC	+
Zone I	Sankt Augustin / Menden	Streulage (integriert)	Netto	Gutenbergstraße 1	20	DC	-
Zone I	Sankt Augustin / Menden	Streulage (dezentral)	Aldi	Einsteinstraße 14 - 16	40	DC	+
Zone II	Sankt Augustin / Meindorf	Streulage (integriert)	Penny	Johann-Quadt-Straße 3	20	DC	+
außerhalb	Sankt Augustin / Sankt Augustin-Ort	HZ St. Augustin (HUMA)	real	Rathausallee 16	750	SBW	o
außerhalb	Sankt Augustin / Sankt Augustin-Ort	HZ St. Augustin (HUMA)	Müller	Rathausallee 16	1.000	DM	++
außerhalb	Sankt Augustin / Sankt Augustin-Ort	HZ St. Augustin (HUMA)	dm	Rathausallee 16	660	DM	++
außerhalb	Sankt Augustin / Niederpleis	NVZ Ortsmitte Niederpleis	dm	Schulstraße 7	700	DM	+
außerhalb	Sankt Augustin / Sankt Augustin-Ort	Ergänzungsstandort Alte Heerstraße	dm	Alte Heerstraße 56	530	DM	o
außerhalb	Troisdorf / Troisdorf-Mitte	HZ Troisdorf	dm	Kölner Straße 9-11	620	DM	++

* Die hier dargestellte Verkaufsflächen bei Lebensmittelmärkten (einschließl. des real SB-Warenhauses) und den Kaufhäusern von Müller beziehen sich lediglich auf das Drogeriewarensegment, sodass die Gesamtverkaufsfläche dieser Märkte teils deutlich davon abweichen. Bei den reinen Drogeriemärkten (dm und Rossmann) wird die Gesamtverkaufsfläche dargestellt, welche überwiegend dem Drogeriewarensortiment zuzuordnen ist.

** Der Anbieter nahkauf wird hier nur zur vervollständigten Darstellung des aktuellen Angebotes im Untersuchungsraum aufgelistet. Faktisch gehört der Anbieter jedoch nicht zu den Wettbewerbern des Vorhabens, da dieser im Zuge einer möglichen Umstrukturierung des Standortbereiches wegfallen würde.

Betriebstyp: DC = Discounter, SM = Supermarkt, SBW = SB-Warenhaus, BM = Biomarkt, DM = Drogeriemarkt

Leistungsfähigkeit: -- (schlecht), - (eher schlecht), o (mäßig), + (gut), ++ (sehr gut)

GMA-Erhebung 2021

ANGEBOTSSITUATION IM UNTERSUCHUNGSRAUM EINES POTENZIELLEN DROGERIEMARKTES (II)

Zone EZG	Stadt	Lage	Wettbewerber	Adresse	Verkaufsfläche* in m ²	Betriebs- typ	Leistungs- fähigkeit
außerhalb	Troisdorf / Troisdorf-Mitte	HZ Troisdorf	Rossmann	Kölner Straße 56	410	DM	o
außerhalb	Troisdorf / Troisdorf-Mitte	HZ Troisdorf	Müller	Wilhelm-Hamacher-Platz 22	850	DM	o
außerhalb	Siegburg	HZ Siegburg	Müller	Holzgasse 1	1.140	DM	o
außerhalb	Siegburg	HZ Siegburg	dm	Bahnhofstraße 1	370	DM	-
außerhalb	Siegburg	HZ Siegburg	dm	Kaiserstraße 38	300	DM	-
außerhalb	Siegburg	Fachmarktstandort (dezentral)	dm	Zum hohen Ufer 6	820	DM	++
außerhalb	Siegburg	Streulage (integriert)	Rossmann	Luisenstraße 97	800	DM	+

* Die hier dargestellte Verkaufsflächen bei Lebensmittelmärkten (einschließl. des real SB-Warenhauses) und den Kaufhäusern von Müller beziehen sich lediglich auf das Drogeriewarensegment, sodass die Gesamtverkaufsfläche dieser Märkte teils deutlich davon abweichen. Bei den reinen Drogeriemärkten (dm und Rossmann) wird die Gesamtverkaufsfläche dargestellt, welche überwiegend dem Drogeriewarensortiment zuzuordnen ist.

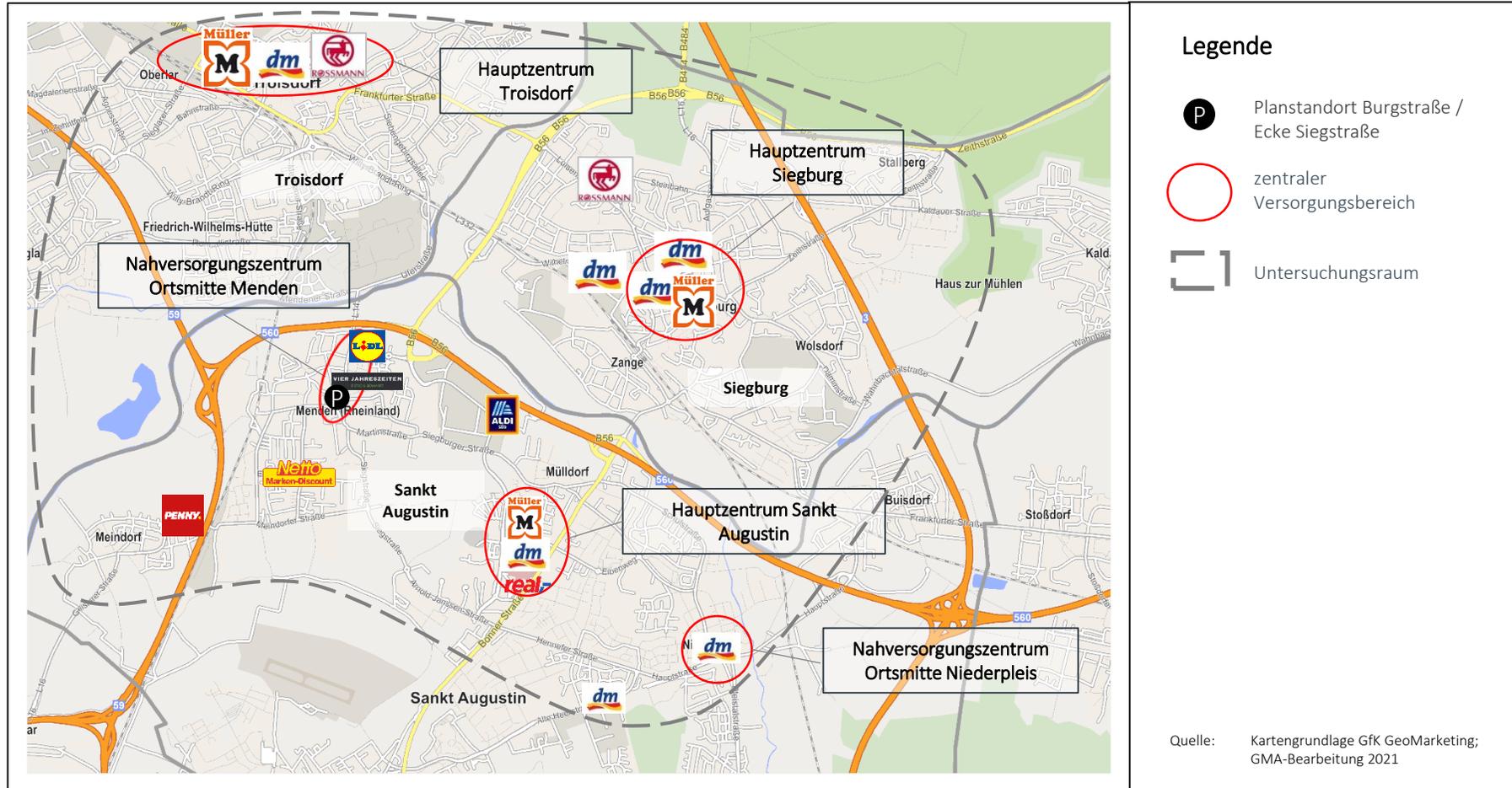
** Der Anbieter nahkauf wird hier nur zur vollständigen Darstellung des aktuellen Angebotes im Untersuchungsraum aufgelistet. Faktisch gehört der Anbieter jedoch nicht zu den Wettbewerbern des Vorhabens, da dieser im Zuge einer möglichen Umstrukturierung des Standortbereiches wegfallen würde.

Betriebstyp: DC = Discounter, SM = Supermarkt, SBW = SB-Warenhaus, BM = Biomarkt, DM = Drogeriemarkt

Leistungsfähigkeit: -- (schlecht), - (eher schlecht), o (mäßig), + (gut), ++ (sehr gut)

GMA-Erhebung 2021

KARTE 6: WESENTLICHE WETTBEWERBER IM UNTERSUCHUNGSRAUM EINES POTENZIELLEN DROGERIEMARKTES



BEWERTUNG DER WETTBEWERBSSITUATION IM BEREICH DROGERIEWAREN



Quelle: Hahn Retail Real Estate Report Germany 2020, Seite 33, Stand: 2019; GMA-Erhebung und -Berechnung 2021

In die Berechnung der beiden Vergleichswerte fließen die Verkaufsflächen der Drogeriemärkte der Anbieter dm, Rossmann, Müller und Budnikowsky (nur BRD) ein.

Bei der Betrachtung der untersuchungsrelevanten Wettbewerber wurden alle Drogeriemärkte im Untersuchungsraum (Sankt-Augustin, Siegburg, Troisdorf-West und Troisdorf-Mitte) sowie die Randsortimente der Lebensmittelanbieter in Sankt Augustin-Menden berücksichtigt. Summiert beträgt die Verkaufsfläche im **Untersuchungsraum** des Vorhabens (Ansiedlung eines Drogeriemarktes) bei Drogeriewaren **ca. 9.140 m²** bei einer geschätzten Umsatzleistung von **rd. 48 - 49 Mio. €** im Drogeriewarensegment. In **Sankt Augustin-Menden** beschränkt sich die Angebotssituation bei Drogeriewaren auf die Randsortimente der Lebensmittelmärkte.

Insgesamt ist das Wettbewerbsumfeld im Untersuchungsraum aufgrund der hohen Anzahl an Drogeriemärkten als intensiv einzuschätzen. Auffällig ist, dass der Anbieter dm sehr viel stärker als Rossmann vertreten ist. Mit Bezug auf die Gesamtstadt Sankt Augustin beträgt die Verkaufsflächenausstattung bei Drogeriemärkten ca. 50 m² / 1.000 Einwohner. Diese liegt somit über dem bundesdeutschen Durchschnittswert in Höhe von 40 m² / 1.000 Einwohner. Rein **quantitativ** betrachtet liegt somit bereits eine gute Ausstattung bei Drogeriewaren in Sankt Augustin vor.

Unter **räumlichen Gesichtspunkten** ist jedoch zu konstatieren, dass es in Sankt Augustin Menden bzw. dem Einzugsgebiet des Vorhabens (siehe Karte 7) bislang noch keinen Drogeriemarkt gibt. Auch in dem nördlich gelegenen Troisdorf-West existiert aktuell kein spezialisierter Anbieter, sodass das Drogeriewarenangebot in diesen Bereichen allein durch die Randsortimente der ansässigen Lebensmitteldiscounter abgedeckt wird. Die vom Planstandort nächst gelegenen Drogeriemärkte befinden sich im Hauptzentrum Sankt Augustin (ca. 2,1 – 2,2 km Luftlinienentfernung) und im Hauptzentrum Troisdorf (ca. 2,7 – 2,8 km Luftlinienentfernung). Durch die Realisierung eines Drogeriemarktes am Vorhabenstandort könnte somit eine räumliche Versorgungslücke im Netz der bestehenden Drogeriemärkte im Untersuchungsraum geschlossen und die Nahversorgungssituation in Menden deutlich verbessert werden.

GMA-Bewertung: noch gut

EINWOHNER UND KAUFKRAFT IM EINZUGSGEBIET DES PLANSTANDORTES BURGSTRASSE / ECKE SIEGSTRASSE

Zone	Stadtteile	Einwohner*	Kaufkraft-niveau**	Kaufkraft Lebensmittel in Mio. €	Kaufkraft Drogeriewaren in Mio. €
I	Sankt Augustin-Menden	11.530	104,6	29,5	5,3
II	Sankt-Augustin-Meindorf	2.760	104,6	7,1	1,3
I - II	Einzugsgebiet gesamt	14.290		36,5	6,6

GMA-Berechnung 2021

* Quelle: Stadt Sankt Augustin, Stand: 31.12.2020, nur Hauptwohnsitze

** Quelle: Michael Bauer Research 2020.

Vor dem Hintergrund der Angebotsstrukturen in den oben dargestellten Untersuchungsräumen für die potenzielle Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes (=Vollsortimenter) bzw. eines Drogeriemarktes und den jeweils aufgezeigten Versorgungslücken (fehlender Lebensmittelvollsortimenter bzw. Drogeriemarkt im Nordwesten von Sankt Augustin) ist davon auszugehen, dass das Einzugsgebiet des Vorhabens, unabhängig der anzusiedelnden Betriebsform, **identisch** ist.

Unter Berücksichtigung der guten verkehrlichen Erreichbarkeit des Planstandortes und der Wettbewerbssituation umfasst das projektrelevante Einzugsgebiet den gesamten **Stadtteil Menden (Zone I)**. Der Stadtteil **Meindorf** ist aufgrund der räumlichen Nähe dem erweiterten Einzugsgebiet (**Zone II**) zuzuordnen. Mit Blick auf die Angebotsituation in Sankt Augustin und die gute Verkehrsverbindung in die Innenstadt ist für die Bevölkerung in Meindorf bereits von einer Mehrfachorientierung an verschiedene Angebotsstandorte, insbesondere in den huma-Park auszugehen. Insgesamt leben im abgegrenzten Einzugsgebiet gegenwärtig ca. **14.290 Einwohner**, davon ca. 11.530 Einwohner bzw. 80 % in der Zone I. Das erweiterte Einzugsgebiet (Zone II) umfasst ein Bevölkerungspotenzial von ca. 2.760 Einwohnern (ca. 20 %).

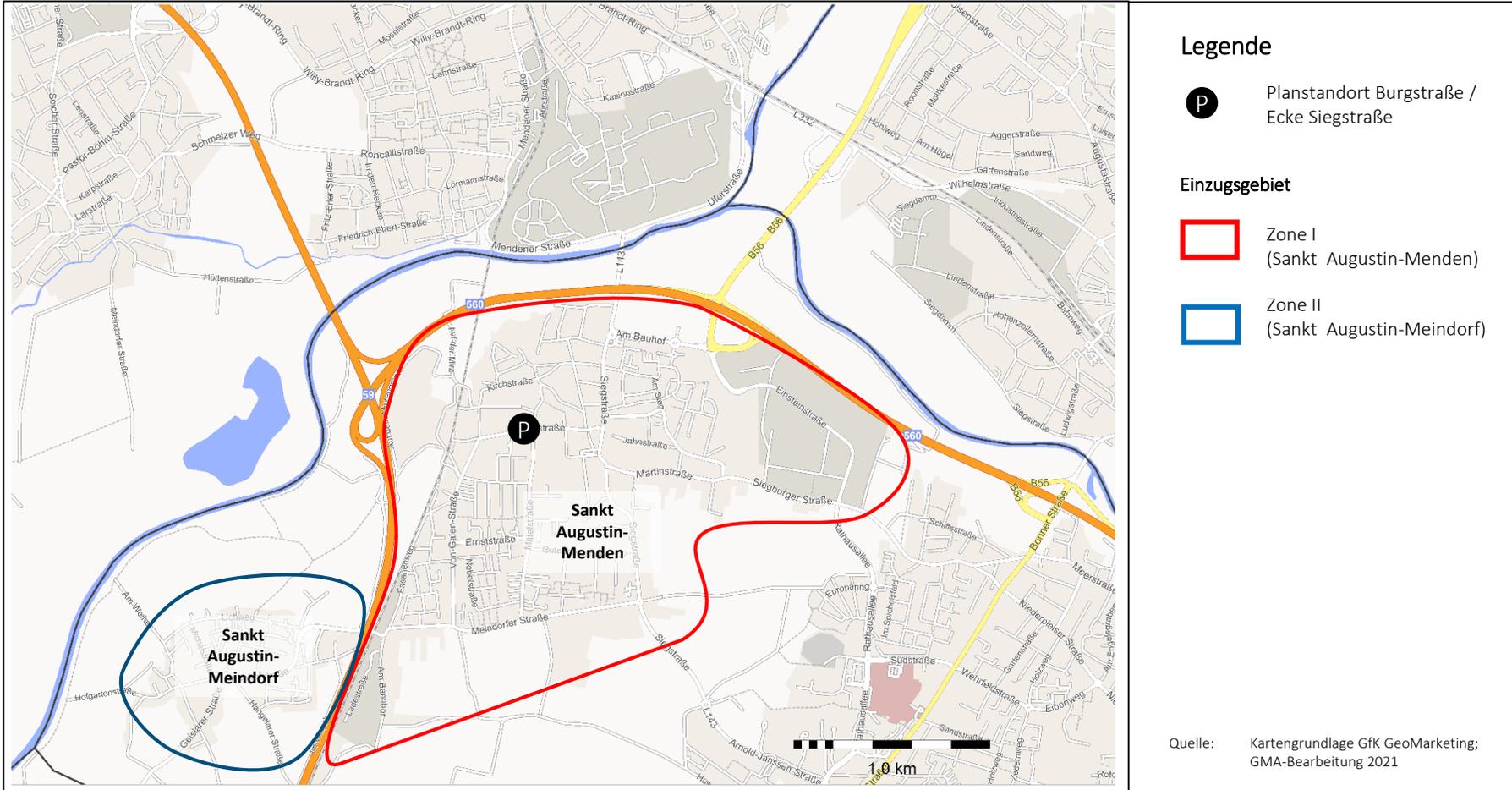
Eine weitere Ausdehnung des Einzugsgebietes ist aufgrund der Wettbewerbssituation sowie der räumlichen Gegebenheiten nicht anzunehmen. Es ist davon auszugehen, dass das Vorhaben in gewissem Umfang auch mit Umsätzen mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes erwirtschaften wird (z. B. durch Pendlerverflechtungen). Diese werden in den nachfolgenden Berechnungen als sog. Streuumsätze berücksichtigt.

Die Berechnung der im abgegrenzten Einzugsgebiet vorhandenen Kaufkraft wird für einen Lebensmittel- und Drogeriemarkt vorgenommen. Dabei werden aktuelle Daten des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-Kaufkraftwerte zugrunde gelegt. Demnach betragen die jährlichen Pro-Kopf-Ausgaben für **Nahrungs- und Genussmittel ca. 2.445 €**. Für die Kernsortimente eines **Drogeriemarktes** wird ein jährlicher projektrelevanter **Pro-Kopf-Ausgabebetrag von ca. 441 €** angesetzt.

Unter Beachtung des lokalen Kaufkraftniveaus im abgegrenzten Einzugsgebiet¹ (Kaufkraftkennziffer in Sankt Augustin: 104,6) stehen für die betrachteten Szenarien innerhalb des Einzugsgebietes Kaufkraftpotenziale in Höhe von insgesamt **rd. 36,5 Mio. €** (Nahrungs- und Genussmittel) respektive **6,6 Mio. €** (Drogeriewaren) zur Verfügung.

GMA-Bewertung: gut

KARTE 7: EINZUGSGEBIET FÜR EINEN LEBENSMITTEL UND/ODER DROGERIEMARKT



VII. EMPFEHLUNGEN ZUR MACHBARKEIT

METHODISCHER ANSATZ

Die möglichen Einzelhandelsnutzungen sowie die dazugehörigen tragfähigen Verkaufsflächen am Planstandort Burgstraße / Ecke Siegstraße werden im Folgenden vor dem Hintergrund der zur Verfügung stehenden Kaufkraftvolumina und der dargelegten Angebotsstrukturen ermittelt.

Die Potenzialanalyse untersucht in den nachfolgenden Ausführungen die Tragfähigkeit für die nahversorgungsrelevanten Sortimente **Nahrungs- und Genussmittel** und **Drogeriewaren**. Dabei werden die folgenden Betriebstypen zugrunde gelegt:

- Für das Nahrungs- und Genussmittelsegment wird als Betriebstyp ein **Supermarkt (=Lebensmittelvollsortimenter)** geprüft. Als einziger Supermarkt in Sankt Augustin-Menden bzw. dem oben dargelegten Einzugsgebiet wäre dieser in der Lage das nahversorgungsrelevante Angebot, welches derzeit nahezu ausschließlich durch Lebensmitteldiscounter abgedeckt wird, sinnvoll zu ergänzen. Als realistische Betreiber des Supermarktes kommen die Anbieter Rewe und Edeka in Betracht.
- Bei Drogeriewaren wird ein **Drogeriemarkt** unterstellt, da Fachanbieter von Drogeriewaren im Allgemeinen Fachmarktformate realisieren. Von den deutschlandweit expandierenden Unternehmen kommen für den Standort Menden, Burgstraße vor allem die Anbieter dm und Rossmann in Frage.

Das **Marktanteilkonzept** stellt die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung (= Marktanteile) aus dem Einzugsgebiet dar und verdeutlicht, aus welchen Teilräumen die Kaufkraft der Endverbraucher für die einzelnen Sortimente bzw. Betriebstypen an den Standort fließt. Dabei geht es für jedes der beiden nahversorgungsrelevanten Kernsortimente von einer Gegenüberstellung des relevanten Angebotes mit dem für das Einzugsgebiet ermittelten Nachfragevolumen (= Kaufkraft) aus. Als wesentliche Kriterien bei der Ermittlung der Marktanteile werden die Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet sowie im übrigen Untersuchungsraum, ausgewählte Zeit-Distanz-Werte, die Art der vorgesehenen Einzelhandelsnutzung, die Lage und das Standortumfeld (u. a. andere Einzelhandelsnutzungen) berücksichtigt.

In einem nächsten Schritt wird aus den ermittelten Umsätzen das **mögliche Flächenkonzept** abgeleitet. Unter Zugrundelegung betriebstypen-spezifischer Flächenleistungen zeigt sich, inwiefern die beiden Betriebstypen am Standort darstellbar sind.

MARKTANTEILE UND UMSÄTZE FÜR EINEN SUPERMARKT UND EINEN DROGERIEMARKT

Betriebstypen (Kernsortiment)	Einzugsgebiet						Streuumsätze (Kernsortiment) in Mio. €	Umsatz Rand- sortimente in Mio. €	Gesamt- umsatz in Mio. €
	Zone I (Menden)			Zone II (Meindorf)					
	Kaufkraft Kernsortiment in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz Kernsortiment in Mio. €	Kaufkraft Kernsortiment in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz Kernsortiment in Mio. €			
Supermarkt NN (Nahrungs- und Genussmittel)	29,5	21 – 22	6,3 – 6,4	7,1	8 – 9	0,6	0,4	1,3	8,6 – 8,7
Drogeriemarkt NN (Drogeriewaren)	5,3	35	1,8 – 1,9	1,3	17 – 18	0,2 – 0,3	0,2 – 0,3	0,7 – 0,8	3,1

GMA-Berechnungen 2021

Aus gutachterlicher Sicht kann für den Betriebstyp **Supermarkt** am Standort Burgstraße / Siegstraße ein Marktanteil von 21 – 22 % in Zone I respektive 8 – 9 % in Zone II des Einzugsgebietes abgeleitet werden. Unter Berücksichtigung der zu erwartenden Streuumsätze in Höhe von 5 – 6 % sowie den Randsortimenten des Vollsortimenters ist damit ein Umsatzpotenzial von insgesamt **ca. 8,6 – 8,7 Mio. €** zu erwarten. Die wesentliche Kaufkraftabschöpfung bei Lebensmitteln erfolgt mit ca. 6,3 – 6,4 Mio. € (ca. 86 %) aus Sankt Augustin Menden (Zone I). Daneben werden etwa 0,6 Mio. € durch Kunden aus Sankt Augustin-Meindorf (Zone II) sowie etwa 0,4 Mio. € durch Streukunden generiert. Der projektierte Gesamtumsatz des Supermarktes ist somit um etwa 54 % bzw. 44 % höher als der eines durchschnittlichen Edeka- respektive Rewe-Marktes.¹ Damit wird dem Umstand Folge geleistet, dass sich im gesamten Untersuchungsraum (vgl. Karte 5) aktuell noch kein Lebensmittelvollsortimenter befindet.

Für einen projektierten **Drogeriemarkt** kann für das Vorhaben im Drogeriewarensegment mit Kunden aus dem Einzugsgebiet insgesamt ein Umsatz von ca. 1,8 – 1,9 Mio. € prognostiziert werden. Inklusive Streuumsätze (ca. 0,2 – 0,3 Mio.€) und der Randsortimente, die Drogeriemärkte – je nach Betreiber – führen (z.B. Zeitschriften, Haushaltswaren, Babybekleidung, Spielwaren) beläuft sich die Umsatzerwartung für das Vorhaben auf insgesamt **ca. 3,1 Mio. €**. Damit würde der Markt den durchschnittlichen Umsatz einer Rossmann-Filiale erreichen, jedoch unter dem durchschnittlichen Umsatz einer dm-Filiale liegen². Dies ist vor allem mit der überwiegenden Nahversorgungsbedeutung des Marktes in Sankt Augustin-Menden und der Angebotssituation im Untersuchungsraum zu begründen, in dem insbesondere der Anbieter dm sehr stark vertreten ist.

GMA-Bewertung: gut

¹ Laut Hahn Retail Real Estate Report Germany 2020 / 2021 liegt die durchschnittliche Flächenleistung von Edeka aktuell bei ca. 4.450 € je m² bei einer durchschnittlichen Verkaufsflächengröße von ca. 1.258 m². Dies entspricht einem durchschnittlichen Filialumsatz von rd. 5,6 Mio. €. Bei einer durchschnittlichen Rewe-Filiale beträgt die Verkaufsflächengröße 1.511 m², die Flächenleistung ca. 3.970 € je m² und der Filialumsatz rd. 6,0 Mio. €.

² Der durchschnittliche Umsatz einer Rossmann-Filiale beträgt laut Hahn Retail Real Estate Report 2020 / 2021 bei rd. 3,1 Mio. €. Dm-Filialen erzielen im Schnitt eine Umsatzleistung in Höhe von 4,2 Mio. €.

ABLEITUNG MÖGLICHER VERKAUFSFLÄCHENGRÖSSEN

Betriebstypen (Kernsortiment)	Gesamtumsatz in Mio. €	Umsatzspanne pro m ² Verkaufsfläche in €	Verkaufsflächenspanne in m ²	Mietflächenspanne in m ²
Supermarkt NN (Nahrungs- und Genussmittel)	8,6 – 8,7	4.000 – 4.500	1.920 – 2.160	2.750 – 3.090
Drogeriemarkt NN (Drogeriewaren)	3,1	5.000 – 6.500	480 – 620	680 – 880

GMA-Berechnungen 2021

Bei einer Verkaufsflächenspanne von ca. 1.920 – 2.160 m² wäre ein moderner **Vollsortimenter** darstellbar. Dies entspräche einer Mietfläche von rd. 2.750 – 3.090 m², womit das zur Verfügung stehende Flächenpotenzial am Planstandort bereits überstiegen wird. Hinzu kämen benötigte Flächen für Parkplatzanlage (geht nur als Tiefgarage), Anlieferung, Zufahrt, etc., sodass die Verkaufsfläche mit Hinblick auf das verfügbare Flächenpotenzial nicht ausgeschöpft werden kann.

Mit Bezug auf das Drogeriewarensegment lässt sich ein **Drogeriemarkt** mit einer Verkaufsfläche zwischen 480 und 620 m² ableiten. Damit wird in etwa die durchschnittliche Verkaufsfläche eines Rossmann Drogeriemarktes erreicht (vgl. Seite 12). Die Mietflächenspanne beträgt etwa 680 bis 880 m². Bei alleiniger Ansiedlung eines Drogeriemarktes ist das zur Verfügung stehende Flächenpotenzial des Planareals damit ausreichend und bietet noch Spielraum für die Ansiedlung weiterer kleinteiliger Einzelhandelsbetriebe (z. B. Blumengeschäft, Schreibwarengeschäft, Kiosk).

Die **kombinierte Ansiedlung** eines Supermarktes und eines Drogeriemarktes am Planstandort ist aufgrund des limitierten Flächenpotenzials nicht realistisch darstellbar (siehe hierzu auch Ausführungen auf nachfolgender Seite).

GMA-Bewertung: noch gut

EMPFEHLUNGEN ZUR MACHBARKEIT (I)

Aus wirtschaftlicher Sicht wäre am Planstandort Menden, Burgstraße ein Supermarkt mit ca. 1.920 – 2.160 m² Verkaufsfläche sowie ein Drogeriemarkt mit ca. 480 – 620 m² Verkaufsfläche darstellbar. Bei gleichzeitiger Betrachtung der städtebaulichen Rahmenbedingungen und insbesondere der Grundstücksmöglichkeiten wird jedoch deutlich, dass die kombinierte Ansiedlung eines Supermarktes und eines Drogeriemarktes am Planstandort nicht realisierbar ist. Demnach ist zu prüfen, welche der beiden Nutzungen eine sinnvollere Ergänzung des nahversorgungsrelevanten Angebotes im Einzugsgebiet darstellen würde. Hierzu werden nachfolgend die Vor- und Nachteile der beiden Betriebstypen gegenübergestellt, welche sich aus den Ausführungen des vorliegenden Gutachtens ergeben.

Vor und Nachteile eines Supermarktes am Planstandort:

- + bislang kein moderner Supermarkt im Einzugsgebiet vertreten und somit großes Potenzial für die Ansiedlung gegeben
- + breites Warenangebot eines Supermarktes deckt sowohl Lebensmittel als auch Drogeriewaren ab
- + Supermarkt kann perspektivisch die Magnetfunktion für das Nahversorgungszentrum Menden Ortsmitte übernehmen und trägt maßgeblich zu einer Stabilisierung der Burgstraße als Haupteinkaufsstraße in Menden bei
- Flächenpotenzial des Planstandortes muss komplett ausgeschöpft werden und ist mit Bezug auf die oben dargestellte, aus wirtschaftlicher Sicht mögliche, Fläche nicht ausreichend; somit keine größeren ergänzenden Nutzungen neben dem Supermarkt realisierbar (Ausnahme: kleinere Konzessionäre im Vorkassenbereich) und Verkaufsflächenreduzierung ggü. den wirtschaftlich tragfähigen Verkaufsflächenspannen notwendig
- komplexe bauliche Maßnahmen notwendig (u.a. Tiefgaragenlösung)

Vor und Nachteile eines Drogeriemarktes am Planstandort:

- + bislang kein Drogeriemarkt im Einzugsgebiet vertreten
- + Drogeriemarkt kann am Planstandort durch sinnvolle Einzelhandelsnutzungen (z. B. Blumengeschäft, Schreibwarengeschäft) ergänzt werden
- + Drogeriemarkt stellt grundsätzlich sinnvolle Ergänzung des nahversorgungsrelevanten Angebotes in Menden dar
- Drogeriemarkt deckt überwiegend Drogeriewarensegment ab und kann somit nicht zu einer Verbesserung des Angebotes bei Lebensmitteln (hier quantitativ und qualitativ unterdurchschnittliche Ausstattung in Menden) beitragen
- mit der alleinigen Ansiedlung eines Drogeriemarktes fehlt in Zukunft ein wesentlicher Magnetbetrieb (=Lebensmittelmarkt) im Nahversorgungszentrum Ortsmitte Menden

EMPFEHLUNGEN ZUR MACHBARKEIT (II)

Im Ergebnis stellt ein Supermarkt die sinnvollere Ergänzung des nahversorgungsrelevanten Angebotes in Menden dar. Gleichzeitig trägt dieser perspektivisch dazu bei, die Burgstraße als Einzelhandelsstandort und zentralen Versorgungsbereich zu stärken und weiterzuentwickeln. **Somit ist aus GMA-Sicht die Ansiedlung eines Supermarktes zu empfehlen.**

Da die Grundstücksvoraussetzungen des Planareals nicht ideal sind und das Flächenpotenzial nach derzeitigem Stand eingeschränkt ist, ist auf folgende **Hinweise und Empfehlungen** weitergehend zu achten.

- Die oben ermittelte wirtschaftlich maximal tragfähige Verkaufsfläche von bis zu 2.160 m² kann vor dem Hintergrund der beschränkten Flächenreserven nicht gänzlich ausgeschöpft werden. Vielmehr ist eine Verkaufsfläche von **1.200 bis 1.400 m²** empfehlenswert. Sollte hierfür die Grundstücksfläche des Projektstandortes weiterhin nicht ausreichend sein, ist eine Verkaufsflächenreduzierung auf die Mindestgröße eines tragfähigen Supermarktes (ca. 1.000 bis 1.200 m² Verkaufsfläche) zu empfehlen und eine erneute Prüfung vorzunehmen. In diesem Zusammenhang ist zudem zu klären, ob die Möglichkeit besteht, das Gesamtgrundstück zu erweitern (beispielsweise durch Hinzunahme der südlich angrenzenden Grundstücke).
- Die Erschließung (Zu-/Abfahrt für Pkw-Fahrer sowie Lkw-Anlieferung) sollte über die stärker frequentierte **Siegstraße** erfolgen, zumal die Burgstraße weiter verkehrsberuhigt bleiben sollte. Hier ist ein **Verkehrsgutachten** einzuholen, um zu klären ob der induzierte Mehrverkehr in der Siegstraße als verträglich eingestuft werden kann und ob bspw. die Einrichtung einer Linksabbiegerspur realisierbar ist.
- Um die verfügbare Fläche optimal zu nutzen, muss auf **platzsparende Parkmöglichkeiten** zurückgegriffen werden. Dies kann beispielsweise in Form einer Tiefgaragenlösung realisiert werden.
- Für **Fußgänger** sollte weiterhin ein direkter Zutritt des projektierten Supermarktes über die Burgstraße möglich sein, um die fußläufigen Austauschbeziehungen zwischen dem Projektstandort und der Burgstraße zu stärken.
- Sinnvolle **Nutzungsergänzungen** stellen – sofern es das Flächenpotenzial zulässt – kleinere Konzessionäre (z. B. Bäckerei, Metzgerei, Post / Lottoannahmestelle) im Vorkassenbereich des Supermarktes dar. In den Obergeschossen des Marktgebäudes könnten beispielsweise Wohn- und / oder Büronutzungen ergänzt werden. Angesichts der geringen Gesamtfläche ist jedoch lediglich eine Bäckerei mit Café realistisch. Außengastronomie ist angesichts des geringen Bürgersteigtiefe problematisch.
- Im Rahmen einer **Verträglichkeitsprüfung** sind darüber hinaus die möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Einzelhandelsangebote im Einzugsgebiet und im Umfeld zu untersuchen.

VIII. ZUSAMMENFASSUNG

ZUSAMMENFASSUNG

Teilbereiche	Bewertung
Makrostandort	sehr gut
Nahversorgungszentrum Ortsmitte Menden (Altabgrenzung 2008)	mäßig
Mikrostandort	noch gut
Wettbewerbssituation (Nahrungs- und Genussmittel)	sehr gut
Wettbewerbssituation (Drogeriewaren)	noch gut
Einzugsgebiet	gut
Umsatzprognose	gut
mögliche Verkaufsflächengrößen	noch gut
Gesamtbewertung	gut

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass ein moderner Supermarkt die sinnvollste Ergänzung des nahversorgungsrelevanten Angebotes am Standort Sankt Augustin-Menden, Burgstraße darstellt. Hier ist insbesondere auf die gegenwärtige Versorgungslücke bei Lebensmittelvollsortimentern im gesamten Untersuchungsraum sowie die quantitativ unterdurchschnittliche Ausstattung bei Nahrungs- und Genussmitteln in Sankt Augustin-Menden zu verweisen.

Perspektivisch kann ein Supermarkt die Magnetfunktion des zentralen Versorgungsbereiches Nahversorgungszentrum Ortsmitte Menden übernehmen und so zu einer nachhaltigen Stärkung des Einzelhandelsstandortes Burgstraße beitragen. Vor dem Hintergrund der fehlenden Austauschbeziehungen zwischen der Burgstraße und dem Fachmarktstandort an der Siegstraße ist hier außerdem eine Neuabgrenzung und Kompaktierung des Nahversorgungszentrums Ortsmitte Menden zu empfehlen.

Hinsichtlich des begrenzten Flächenpotenzials am Planstandort ist eine Verkaufsflächendimensionierung (ca. 1.200 – 1.400 m² für den Supermarkt) anzupeilen, die unter der maximalen wirtschaftlichen Tragfähigkeit des projektierten Supermarktes liegt. Ferner sollte auf eine flächensparende Bauweise – bspw. bei der Parkierung (Tiefgarage) oder Nutzungsergänzungen (Wohn-/ und / oder Büronutzungen in den Obergeschossen) – geachtet werden.

ANHANG / LEGENDENERKLÄRUNG

	1	2	3	4	5
GMA-Bewertung	sehr gut	gut	mäßig	eher schlecht	schlecht

Zur besseren Einordnung und Interpretation der GMA-Bewertung in den einzelnen Teilbereichen wurde eine einfache Bewertungs-Skala entwickelt. Die Zahlen und Bewertungen können i. W. wie Schulnoten interpretiert werden.

GMA-Bewertung: sehr gut (alternativ: noch sehr gut)

GMA-Bewertung: gut (alternativ: noch gut)

GMA-Bewertung: mäßig (alternativ: noch mäßig)

GMA-Bewertung: eher schlecht

GMA-Bewertung: schlecht