

Vorlagennummer: 0382/2026
Vorlageart: Beschlussvorlage
Status: öffentlich

Reaktivierung des Hedtmann Standortes - Vorstellung des Konzeptes bestehend aus LIDL-Markt und Wohnen

Datum: 05.05.2026
Freigabe durch: Henning Keune (Technischer Beigeordneter)
Federführung: FB61 - Stadtentwicklung, -planung und Bauordnung
Beteiligt:

Beratungsfolge

Gremium	Geplante Sitzungstermine	Öffentlichkeitsstatus
Bezirksvertretung Hagen-Nord (Vorberatung)	13.05.2026	Ö
Ausschuss für Stadtentwicklung, Wohnen und Verkehr (Entscheidung)	03.06.2026	Ö

Beschlussvorschlag

1. Das vorgelegte Bebauungskonzept zur Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes und 24 Wohneinheiten wird zustimmend zur Kenntnis genommen.
2. Die Verwaltung wird beauftragt, eine Vorlage zur Einstellung des Bebauungsplanverfahrens Nr. 1/18 (679) in die politische Beratung einzubringen.
3. Für die Umsetzung des Vorhabens ist ein städtebaulicher Vertrag abzuschließen, der die Umsetzung des vorgestellten Konzeptes bezogen auf die Herstellung familienfreundlicher Wohnungen, Begrünung, Lärmschutz sowie Klima- und Energieaspekte (Dachbegrünung, Baumrigolen, Energiestandard der Gebäude) sowie Verkaufsfläche des Discountmarktes und Nachnutzung des Bestandsstandortes sichert.

Sachverhalt

Die Firma Hedtmann plant, ihre Produktion innerhalb Hagens zu verlagern. Lidl beabsichtigt seinen veralteten Bestandsmarkt an der Schwerter Straße 173-175 mit derzeit 693 m² (Baujahr 1998) zu verlagern und auf knapp 1200 m² Verkaufsfläche zu erweitern. Gemeinsam ist die Revitalisierung des ca. 10.000 m² großen Hedtmann-Areals durch die Errichtung des Lebensmitteldiscounters sowie ergänzendem Wohnen geplant. Die detaillierte Beschreibung des Vorhabens findet sich in der Anlage (Schwerter Straße_Konzept).

FNP

Im Flächennutzungsplan der Stadt Hagen wird die Fläche als gemischte Baufläche dargestellt.

Der in Aufstellung befindliche Flächennutzungsplan stellt die Fläche ebenfalls als gemischte Baufläche dar.

Verbindliche Bauleitplanung

Im Jahr 2018 wurde die Einleitung des Bebauungsplanes Nr. 1/18 (679) beschlossen, mit

dem Ziel, die Ansiedlung von weiterem nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Einzelhandel auf der gesamten Fläche auszuschließen. Das Verfahren wurde allerdings nicht zu Ende geführt. Somit liegt der Standort nicht innerhalb eines rechtsverbindlichen Bebauungsplanes.

Einschätzung der Zulässigkeit des Einzelhandels

Zwar liegt der Standort außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Boele, jedoch ist der Standort städtebaulich integriert und soll vorrangig der wohnortnahen Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs dienen. Nach der vorliegenden Auswirkungsanalyse (Anlage) sind keine wesentlichen nachteiligen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder bestehende Nahversorgungsstrukturen zu erwarten. Die vorgesehene Verkaufsfläche entspricht zudem den heutigen betrieblichen Anforderungen eines zeitgemäßen Lebensmittelmarktes. Das Vorhaben kann voraussichtlich als atypischer Nahversorgungsstandort bewertet werden.

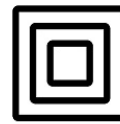
Eine Genehmigung nach § 34 BauGB ist auch vor dem Hintergrund eines Vorbildes in der näheren Umgebung voraussichtlich möglich.

Städtebauliche Bewertung

Das Vorhaben in seiner Gänze vollzieht die Entflechtung der bestehenden Gemengelage aus gewerblicher Nutzung und Wohnen. Auch unter Berücksichtigung von Klima- und Energieaspekten stellt es eine städtebauliche Verbesserung dar und ist daher zu begrüßen.

Das Quartier erfährt eine deutliche Qualitätssteigerung durch modernen, barrierefreien und familiengerechten Wohnungsbau, Grünflächen sowie die Ansiedlung eines zeitgemäßen Nahversorgers.

Durch den Lebensmittelbetreiber wird eine Nachnutzung des Bestandsstandortes im Sinne des Einzelhandelskonzeptes zugesichert.



HAGEN

Stadt der FernUniversität
Der Oberbürgermeister

Auswirkungen

Inklusion von Menschen mit Behinderung

Belange von Menschen mit Behinderung

☒ sind betroffen (hierzu ist eine kurze Erläuterung abzugeben)

Kurzerläuterung:

Die Planung sieht Barrierefreiheit vor.

Auswirkungen auf den Klimaschutz und die Klimafolgenanpassung

(Bitte ankreuzen und Teile, die nicht benötigt werden löschen.)

☒ positive Auswirkungen (+)

Kurzerläuterung und ggf. Optimierungsmöglichkeiten:

(Optimierungsmöglichkeiten nur bei negativen Auswirkungen)

Aufgrund der Nachnutzung eines stark versiegelten gewerblichen Standortes sowie der vorgesehenen Dachbegrünung, Baumpflanzungen sowie hoher Energiestandards der geplanten Gebäude sind voraussichtlich positive Effekte zu erwarten.

Finanzielle Auswirkungen

(Bitte ankreuzen und Teile, die nicht benötigt werden löschen.)

☒ Es entstehen weder finanzielle noch personelle Auswirkungen.

☐ Es entstehen folgende Auswirkungen:

1. Rechtscharakter

- ☐ Auftragsangelegenheit
- ☐ Pflichtaufgabe zur Erfüllung nach Weisung
- ☐ Pflichtaufgabe der Selbstverwaltung
- ☐ Freiwillige Selbstverwaltungsaufgabe
- ☐ Vertragliche Bindung
- ☐ Beschluss RAT, HFA, BV, Ausschuss, sonstiges
- ☒ Ohne Bindung

Anlage/n

1 - Schwerter Straße_Konzept (öffentlich)

2 - BBE Auswirkungenanalyse_Hagen_Schwerter Str 224 (öffentlich)

Projektbeschreibung: Verlagerung des Lidl Marktes an der Schwerter Straße 173 zur Revitalisierung des Hedtmann-Areals

Eine strategische Allianz für Standortsicherung, modernen Wohnraum und zukunftsfähige Nahversorgung

Sehr geehrte Damen und Herren der Bezirksvertretung Nord,

die Firma Lidl ist bereits seit vielen Jahren intensiv auf der Suche nach einem geeigneten Ersatzstandort für unsere bestehende Filiale an der Schwerter Straße 173-175. Unser Bestandsmarkt ist aufgrund seiner geringen Größe und veralteten Struktur längst nicht mehr in der Lage, die Anforderungen an eine moderne und barrierefreie Nahversorgung zu erfüllen.

Innerhalb des letzten Jahres hat sich in vertrauensvollen Gesprächen mit Herrn Hedtmann eine wegweisende Möglichkeit ergeben: Die Firma Hedtmann plant, ihren traditionsreichen Produktions- und Logistikstandort an einen klassischen Gewerbestandort in Hagen zu verlagern, um dort unter optimalen funktionalen Bedingungen wachsen zu können. Die Verwaltung des Unternehmens wird am tradierten Standort an der Schwerter Straße 222-226 verbleiben.

Aus der Verantwortung für den Standort, der sich aus jahrzehntelanger Nutzung und Eigentum ableitet, hat die Firma Hedtmann gezielt nach einer sinnstiftenden Nachnutzung gesucht. Ziel war es, langfristigen Leerstand oder eine kleinteilige, wechselnde Vermietung zu vermeiden, da dies für das Quartier nachteilig gewesen wäre. In der Kooperation mit Lidl wurde nun eine Lösung gefunden, die den Standort ganzheitlich aufwertet und stabilisiert.

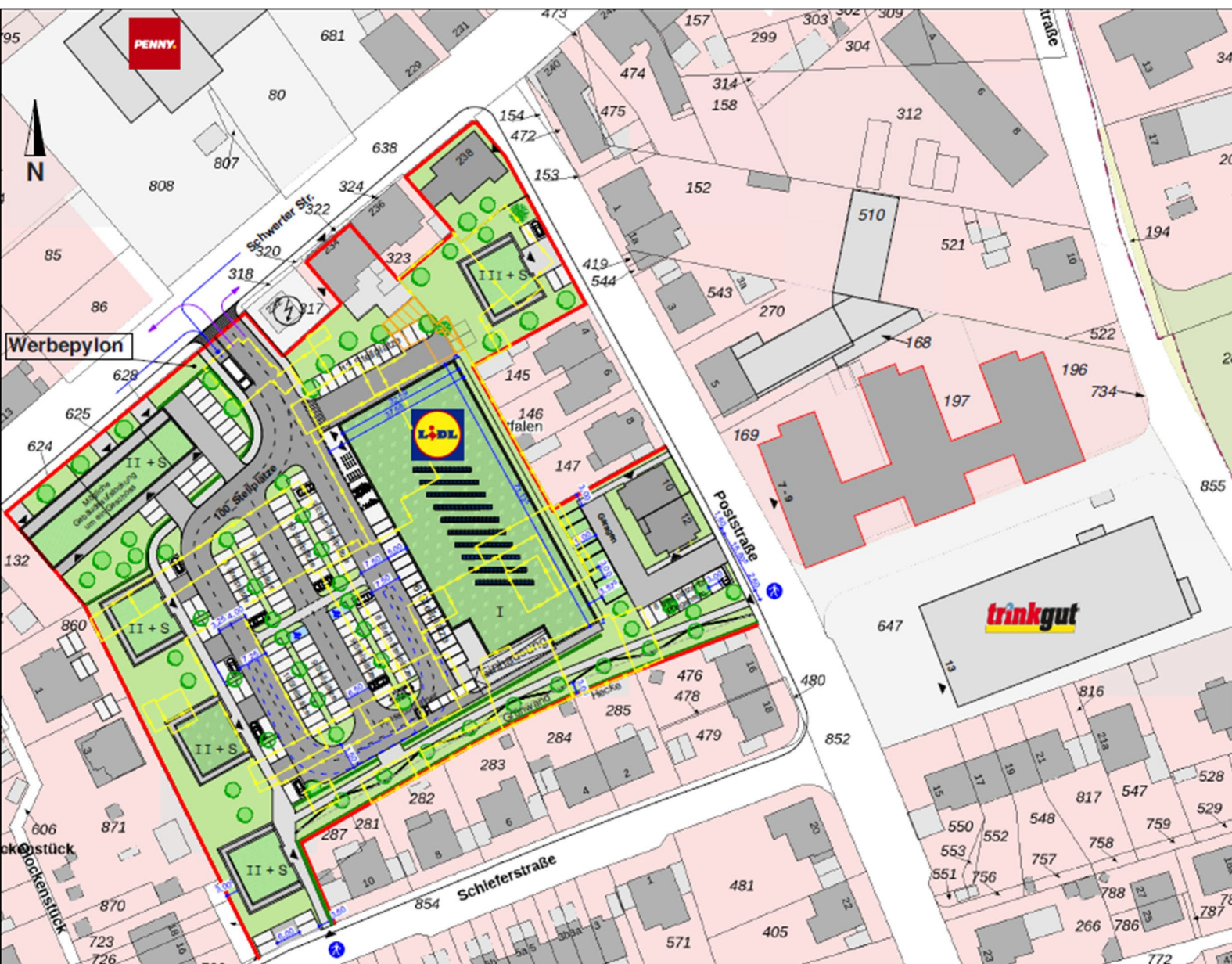
Diese Konstellation stellt für beide Seiten eine „Win-Win-Situation“ dar: Während die Firma Hedtmann ihre betrieblichen Abläufe an einem besser geeigneten Industriestandort optimieren kann, erhält Lidl die Möglichkeit, ein zukunftsweisendes Projekt für das Quartier zu realisieren. Wir freuen uns, Ihnen heute dieses Vorhaben vorstellen zu dürfen, das weit über einen reinen Ersatzneubau hinausgeht und die Vision eines modernen, nachhaltigen und durchmischten Stadtquartiers verfolgt.

1. Die Vision: Eine Synergie für Hagen

Die Kernvision dieses Vorhabens liegt in der Auflösung eines städtebaulichen Zielkonflikts. Durch die enge Kooperation zwischen der **Firma Hedtmann** und **Lidl** entsteht eine Schnittstelle, die zwei Themen parallel löst und optimiert:

- **Hedtmann-Optimierung:** Die Firma Hedtmann plant, ihre Produktion innerhalb Hagens zu verlagern, um in einem spezialisierten Gewerbegebiet effizienter und

- **Lidl-Neuaufstellung:** Parallel dazu löst Lidl das Problem seines veralteten Bestandsmarktes an der Schwerter Straße 173-175. Mit nur **693 m²** (Baujahr 1998) ist dieser Standort weder nachhaltig noch zukunftsfähig.
- **Die gemeinsame Lösung:** Die Revitalisierung des ca. **10.000 m²** großen Hedtmann-Areals schafft den Raum für ein modernes Quartier, das aus einem tradierten Gewerbestandort künftig einen in das Quartier integrierten, nachhaltigen und barrierefreien Lebensmitteleinzelhandelsstandort machen möchte.
- Dieses neue Zentrum wird von **barrierefreiem und familiengerechtem Wohnungsbau** sowie großzügigen Grünzonen eingerahmt. Damit reagieren wir direkt auf den Bedarf an modernem Wohnraum im Stadtquartier.



2. Gemeinsame Projektgestaltung: Wohnen und Handeln im Einklang

Das Projekt ist kein isolierter Supermarktbau, sondern eine ganzheitliche Quartiersentwicklung. Die Planung sieht vor, dass Einzelhandel und Wohnen sich gegenseitig stützen:

- **Städtebauliche Planung:** Vier neue Wohngebäude mit insgesamt **24 Wohneinheiten** (4 x 6 WE) werden so auf dem Gelände positioniert, dass sie den Markt und die Parkflächen einrahmen.
- **Architektonische Planung:** Die Wohngebäude fungieren baulich als Riegel zum Markt hin. Durch den bewussten Verzicht auf Wohnraumfenster in Richtung der Parkflächen (nur Treppenhaufenster) wird ein konfliktfreies Nebeneinander von Wohnen und Einkaufen architektonisch gesichert.
- **Grüne Infrastruktur:** Das Areal wird durch intensive Dachbegrünungen auf allen Gebäuden optimiert.

Wir verfolgen bei der Planung das Prinzip der **Schichtung**, um einen fließenden Übergang zwischen Handel und Wohnquartier zu schaffen:

- **Kernbereich:** Im Zentrum steht der moderne Lebensmittelmarkt mit den Flächen für den ruhenden Verkehr. Die Erschließung für PKW erfolgt ausschließlich von der Schwerter Straße. Zum Schutz der Nachtruhe wird der Parkplatz außerhalb der Öffnungszeiten durch eine **elektrische Schrankenanlage** gesperrt.



- **Übergangszonen (Filter):** Zwischen dem Markt und dem angrenzenden Quartier schaffen wir „Grünfugen“. Diese Zonen dienen als Filter, durch die Emissionen (wie z. B. Schall) künftig minimiert werden. Um die Flächen des ruhenden Verkehrs herum entsteht eine Grünzone, diese Grünzone formuliert den Übergang in das Quartier und dort befinden sich künftig 4 neue Wohngebäude mit insgesamt 24 barrierefreien Wohnungen für Jung und Alt. Die Wohnbebauung fasst den Kernbereich ein.
- **Wohnbebauung:** Die Wohnbauten (4 Gebäude mit je 6 WE) bilden den äußeren Abschluss und integrieren das Areal optisch und funktional in die Nachbarschaft. Die Wohngebäude im Bauhausstil orientieren sich mit Ihren Fensterflächen und Loggien zum Grün, das Parken für diese Gebäude ist diesen rückwärtig direkt zugeordnet, die Wohnungen öffnen sich dabei zu den besonnten Seiten und den zwischengelagerten Gärten und Grünbereichen. Die dem ruhenden Verkehr zugewandten Rückseiten sind bis auf die hellen, transparenten Treppenhäuser geschlossen. Die Gebäude sind nachhaltig als Effizienzhaus 40-Standard geplant und die Dächer sind begrünt und erhalten Solaranlagen. Loggien bieten Schutz vor Sonne und Regen.
- **Quartiersanbindung:** Ein wesentliches Element ist die neue **fußläufige Anbindung** an das Quartier aus den Bereichen der **Poststraße** und der **Schieferstraße**. Dies stärkt die Nahversorgung im Sinne des Quartiers der kurzen Wege. Die integrierte Lage am Standort ist dabei durch die fußläufigen Anbindungen in Richtung Post- und Schieferstrasse ein großer infrastruktureller Vorteil für das Quartier und schafft durch die Grünanlagen und neuen Wohngebäude einen geschichteten Übergang zum bestehenden, urbanen Wohnumfeld.

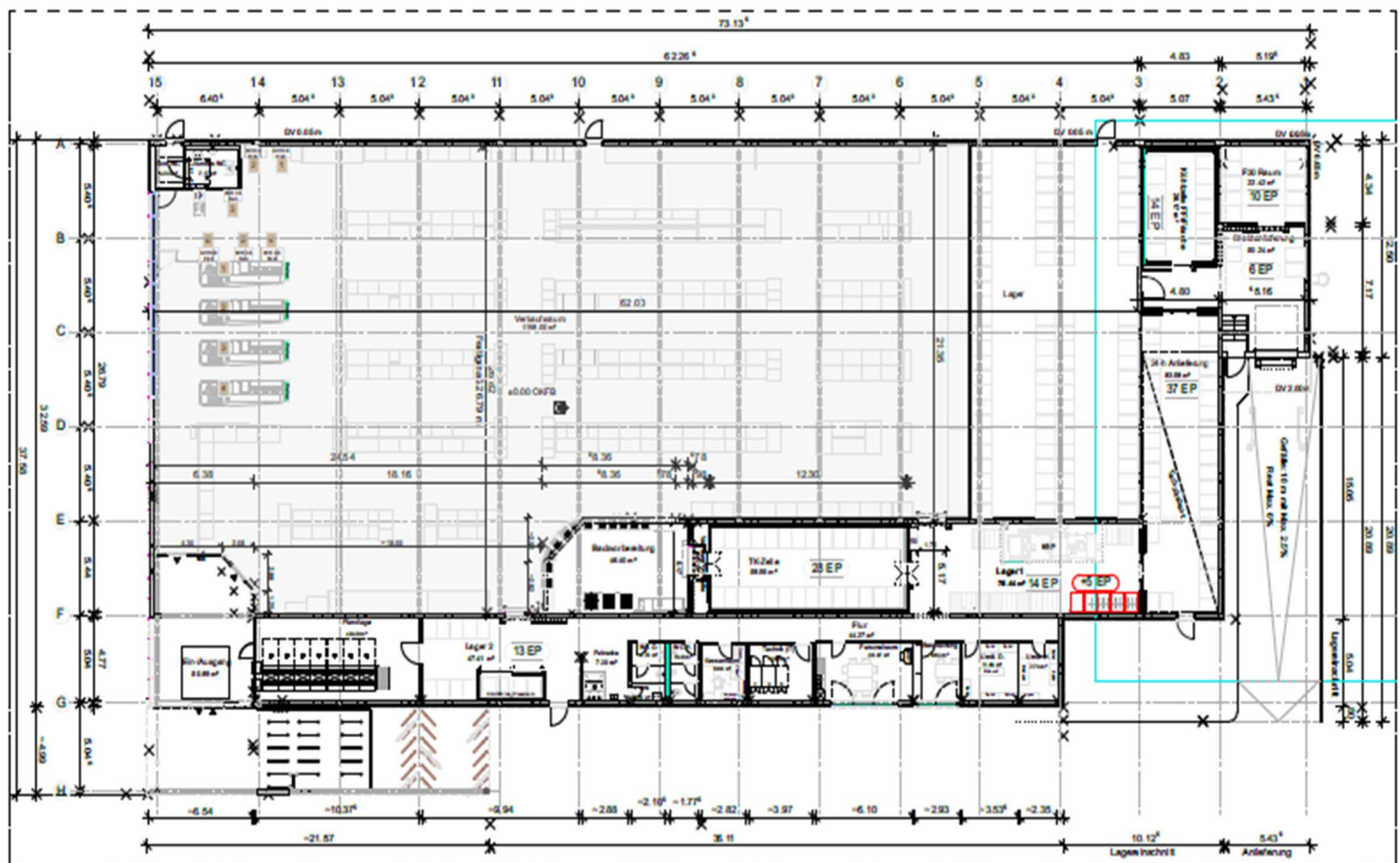
Es entsteht nicht nur ein Lebensmitteleinzelhandel, es entstehen auch eine Vielzahl neuer, qualitativ hochwertiger Wohnungen, die den Markt in das Quartier einbinden.



3. Der neue Lidl-Markt: Mehr als nur Verkaufsfläche

Die geplante Erweiterung auf **1.198 m²** ermöglicht die Umsetzung eines Filialkonzepts, das den demografischen Wandel in Hagen-Nord aktiv aufgreift:

- **Barrierefreiheit & Inklusion:** Durch die großzügige Fläche werden die Gänge deutlich verbreitert, was Senioren mit Rollatoren und Familien mit Kinderwagen ein entspanntes Einkaufen ermöglicht.
- **Niedrige Regalhöhen:** Ein zentrales Merkmal der neuen Generation: Alle Waren sind ohne fremde Hilfe erreichbar, da die Regale konsequent niedriger gestaltet werden, ohne das Sortiment zu verknappen.
- **Produktivität & Mitarbeiterwohl:** Größere Logistikflächen und optimierte Warenwege im Hintergrund steigern nicht nur die Effizienz, sondern verbessern auch die Arbeitsbedingungen für unser Personal massiv.



4. Nachhaltigkeit als Fundament

Städtebaulich betrachtet verwandeln wir einen heute nahezu zu 100 % versiegelten Industriestandort mit in die Jahre gekommener Bausubstanz in ein modernes, durchgrüntes Areal. Lidl bringt seine neuesten Nachhaltigkeitsstandards in dieses Projekt ein:

- **CO₂-Neutralität im Betrieb:** Der Markt verzichtet vollständig auf fossile Brennstoffe. Durch hocheffiziente Wärmepumpen und natürliche Kältemittel wird eine vorbildliche Klimabilanz erreicht.
- **Energie aus dem Quartier:** Die gesamte Dachfläche des Marktes wird mit einer **Photovoltaikanlage** bestückt. Die Nutzung von Sonnenenergie auf den Dachflächen ist integraler Bestandteil des Konzepts.
- **Emissionsschutz:** Die Logistik wird durch eine **komplette Einhausung der Anlieferung** schalltechnisch isoliert. In Kombination mit dem Wegfall des dreischichtigen Industriebetriebs führt dies zu einer signifikanten Lärmberuhigung für die gesamte Nachbarschaft.
- **Energetische Standards:** Die Wohngebäude werden nach den höchsten energetischen Standards (**EH40 QNG**) errichtet.
- **Infrastruktur:** Neben einer umfassenden **Dachbegrünung** setzen wir auf eine **Rigolen Entwässerung** zur Regenwasserbewirtschaftung vor Ort sowie auf **schattengebende Bäume** innerhalb der Parkplatzflächen.



5. Verantwortung für den Altstandort im ZVB

Der Altstandort an der Schwerter Straße 173–175 liegt im **Zentralen Versorgungsbereich (ZVB)** und befindet sich **im Eigentum von Lidl**. Lidl ist bestrebt, diesen Standort im Sinne der Stadtentwicklung zu stärken:

- **Komplementäre Sortimente:** Wir suchen gezielt nach Nachnutzern mit Sortimenten jenseits von Lebensmitteln und Getränken (keine Konkurrenz zu bestehenden Märkten wie Trinkgut).
- **Starke Partner:** Durch die attraktive Lage sind wir zuversichtlich, Partner wie Fachmärkte aus den Bereichen Wohnen (z. B. JYSK), Non-Food-Discount (z. B. Action) oder Sonderpostenbaumärkte anzusiedeln. Wir sind hierbei ausdrücklich offen für die Wünsche und Vorstellungen der Stadt, um den Zentralbereich nachhaltig zu stärken.

6. Fazit und politisches Procedere

Dieses Projekt ist eine Investition in die Zukunftsfähigkeit der BV Nord – ökologisch, sozial und wirtschaftlich.

Wir sind bereit, uns nach den Wünschen und Vorstellungen der Stadt Hagen und der Politik zu richten. Das Projekt bietet die Chance, einen veralteten Aufstellungsbeschluss durch eine moderne, fundierte Planung zu ersetzen, die den aktuellen Bedürfnissen entspricht.

Vorteile auf einen Blick:

1. **Vermeidung einer Industriebrache:** Ein traditionsreicher Standort wird durch eine hochwertige Mischnutzung revitalisiert.
2. **Modernes Wohnen:** 24 neue Wohneinheiten stärken das soziale Gefüge in Hagen.
3. **Modernste Nahversorgung:** Barrierefrei, nachhaltig und ökologisch vorbildlich.
4. **Transformation in integrierter Lage:** Wir schaffen einen fließenden Übergang von Gewerbe zu Wohnen und Grün
5. **Infrastruktureller Mehrwert:** Eine barrierefreie Nahversorgung nach höchsten ökologischen Standards.
6. **Kein Leerstand:** Gesicherte Nachnutzung im ZVB mit starken Partnern.

Wir sind überzeugt, dass dieses Projekt durch die geplante Schichtung und die hohe gestalterische Qualität einen bleibenden positiven Beitrag für die BV Nord leisten wird. Gerne stehen wir Ihnen für jegliche Rückfragen zur Verfügung und freuen uns auf den weiteren Austausch mit Ihnen und der Stadt Hagen.


Immobilienleiter Region Nordwest 3 ppa Jörg Beensen


Portfoliomanagerin Melanie Legge

Wissen schafft Zukunft.

Auswirkungsanalyse

Verlagerung des Lidl-Marktes
an den Standort Schwerter Straße 224 in Hagen

Köln, im April 2026

Auftraggeber:

Lidl Immobilien Dienstleistung GmbH & Co. KG
Hornpottweg 11
51375 Leverkusen

Ihre Ansprechpartner:

Dipl.-Volksw. Corinna Küpper
(Executive Consultant)

Dipl.-Kfm. Jörg Lehnerdt
(Regionalleiter West)

BBE Handelsberatung GmbH

Jakob-Kaiser-Straße 13
50858 Köln

Tel +49 221 789 41 166 / +49 221 789 41 161
E-Mail kuepper@bbe.de / lehnerdt@bbe.de

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation und methodische Vorgehensweise	2
2	Projektplanung	5
3	Standortseitige Rahmenbedingungen	9
4	Wettbewerbssituation	14
5	Einzugsgebiet, Kaufkraftpotenzial und Umsatzleistung des Planvorhabens	22
6	Umsatzumlenkungseffekte	29
7	Städtebauliche Bewertung	35
8	Fazit der Analyse	39

Lidl-Verlagerung an den Standort Hagen-Schwerter Straße 224

Ausgangssituation



- Lidl plant, die Filiale in Hagen-Boele an den Standort Schwerter Straße 224 zu verlagern. Es ist ein Neubau des Lidl-Marktes mit ca. 1.200 m² Verkaufsfläche vorgesehen. Am Bestandsstandort Schwerter Straße 173 (aktuell 693 m² Verkaufsfläche) kann eine Nachnutzung durch einen Lebensmittelmarkt ausgeschlossen werden.
- Der Planstandort liegt ca. 250 m östlich des im Einzelhandelskonzept abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches Boele. Im unmittelbaren Standortumfeld ist ein Penny-Markt ansässig, dem gemeinsam mit einem großflächigen Trinkgut Getränkemarkt die Funktion eines Nahversorgungsstandortes für den Siedlungsbereich Kabel (Nahbereich ca. 7.000 Einwohner) zugewiesen wird.



- Der Planstandort liegt nicht im Geltungsbereich eines rechtskräftigen Bebauungsplans. Die Genehmigung des Ansiedlungsvorhabens beurteilt sich somit nach § 34 Baugesetzbuch (BauGB).
- Damit ist gemäß § 34 Abs. 1 BauGB für einen großflächigen Lidl-Markt ein großflächiges Vorbild notwendig. Darüber hinaus ist nachzuweisen, dass das Vorhaben gemäß § 34 Abs. 3 BauGB keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche befürchten lässt.



- Die BBE Handelsberatung legt hiermit eine entsprechende Analyse vor, die im weiteren Genehmigungsverfahren als Beurteilungsgrundlage herangezogen werden kann.

Datengrundlagen der Untersuchung

Methodische Vorgehensweise

Vor-Ort-Recherchen



- Durchführung von Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung des Mikrostandortes und der örtlichen Einzelhandelsstrukturen im März 2026.



Erhebung relevanter Anbieter



- Hierzu gehören vor allem strukturprägende Lebensmittelmärkte (v. a. Lebensmittel-Discounter, Super-/Verbrauchermärkte) im Untersuchungsgebiet.
- In den zentralen Versorgungsbereichen wird auch der kleinteilige Lebensmittel-einzelhandel betrachtet.



Umsatzschätzung



- Umsatzschätzung für die erfassten Einzelhandelsbetriebe unter Berücksichtigung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern.



Nutzung sekundärstatistischer Daten



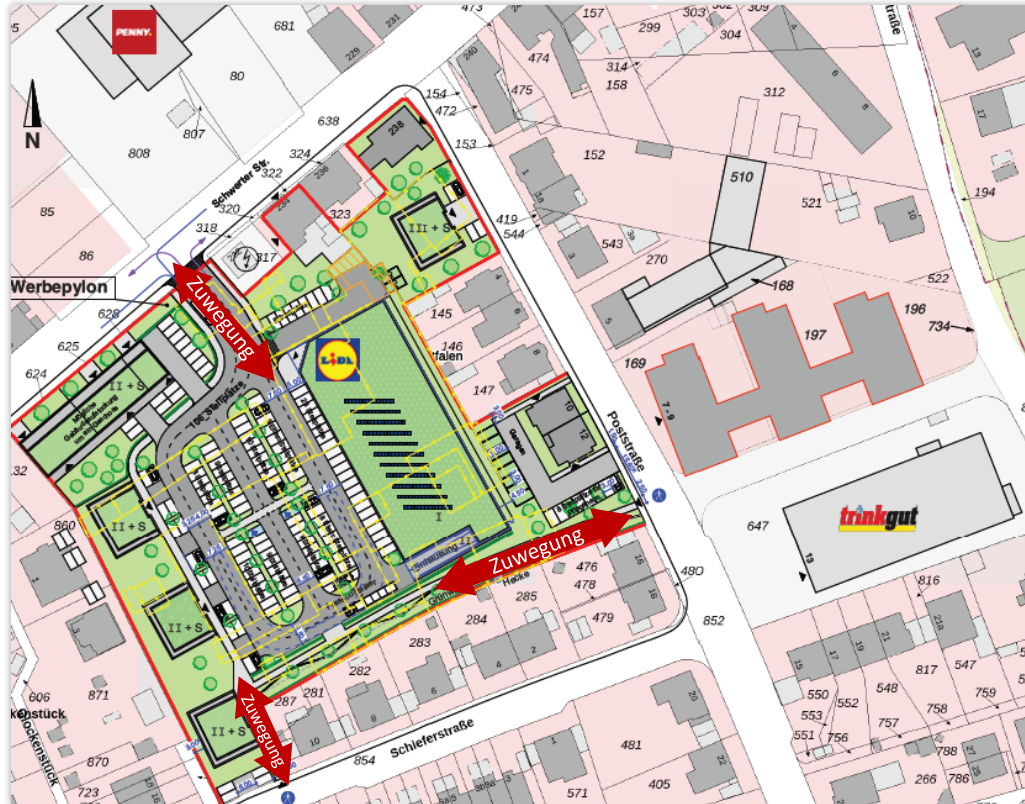
- Verwendung von aktuellen Datenmaterialien der BBE-Marktforschung (z. B. Kaufkraftkennziffern auf Gemeindeebene und sortimentsspezifische Pro-Kopf-Ausgaben).
- Aufbereitung relevanter sekundärstatistischer Daten und Informationsquellen (u.a. soziodemografische Kennzahlen, Einzelhandelskonzept für die Stadt Hagen, 2023).

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation und methodische Vorgehensweise	2
2	Projektplanung	5
3	Standortseitige Rahmenbedingungen	9
4	Wettbewerbssituation	14
5	Einzugsgebiet, Kaufkraftpotenzial und Umsatzleistung des Planvorhabens	22
6	Umsatzumlenkungseffekte	29
7	Städtebauliche Bewertung	35
8	Fazit der Analyse	39

Lebensmittelmarkt mit 1.200 m² in Gemengelage geplant

Planvorhaben



- Als Nachnutzung eines Maschinenbaubetriebes ist die Ansiedlung eines Lidl-Marktes mit ca. 1.200 m² in Verbindung mit Wohnhäusern und einer Pflegeeinrichtung geplant.
- Das Grundstück wird von der Schwerter Straße im Norden, von der Poststraße im Osten und von der Schieferstraße im Süden erschlossen.
- Von der geplanten Gesamtverkaufsfläche sind wie bei den anderen Lidl-Märkten ca. 90 % für die nahversorgungsrelevanten Kernsortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren und maximal 10 % für Randsortimente vorgesehen.
- Der Angebotsschwerpunkt des Vorhabens liegt somit bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten.

Quelle: Meier + Partner Architekten, Variante 1.2, Stand: 28.08.2025

Discountmarkt weist umfassendes Nahversorgungsangebot auf

Lidl-Projektplanung



4.300 Einzelartikel

im Sortiment

- Die Discountmärkte decken einen umfassenden Teil der Nachfrage im Bereich der wohnungsnahen Grundversorgung ab.
- In jeder Lidl-Filiale wird – unabhängig von der Verkaufsfläche – grundsätzlich das gleiche Sortiment angeboten.
- Der Nonfood-Umsatz (Aktionswaren) hat sich in den letzten Jahren aufgrund der starken Wettbewerbsschwächen des Onlinehandels rückläufig entwickelt, sodass sich Lidl stärker auf das Nahversorgungsangebot fokussiert.



- Die Frischeartikel (Obst und Gemüse, Backwaren und Fleisch- und Wurstwaren) und Bioartikel nehmen im Sortimentsangebot des Discounters eine wesentlich größere Fläche ein als in früheren Filialkonzepten
- Im Bereich der Tiefkühlartikel und im Drogeriewarenangebot werden Sortimentsabrundungen vorgenommen, die sich auf den Verkaufsflächenbedarf auswirken.
- Bei den Nonfood-Sortimenten handelt es sich vornehmlich um die wöchentlich wechselnden Aktionswaren.



- Die Regalierung wird in der Höhe und der Form verändert, sodass bei einem unveränderten Standardsortiment sowohl eine größere Fläche zur Aufstellung der Ware benötigt wird als auch die Gangbreiten aufgeweitet werden sollen, um dem Kunden den Wareneinsatz zu erleichtern.

Projektierte Planung folgt den Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel

Marktentwicklung des Lebensmitteleinzelhandels

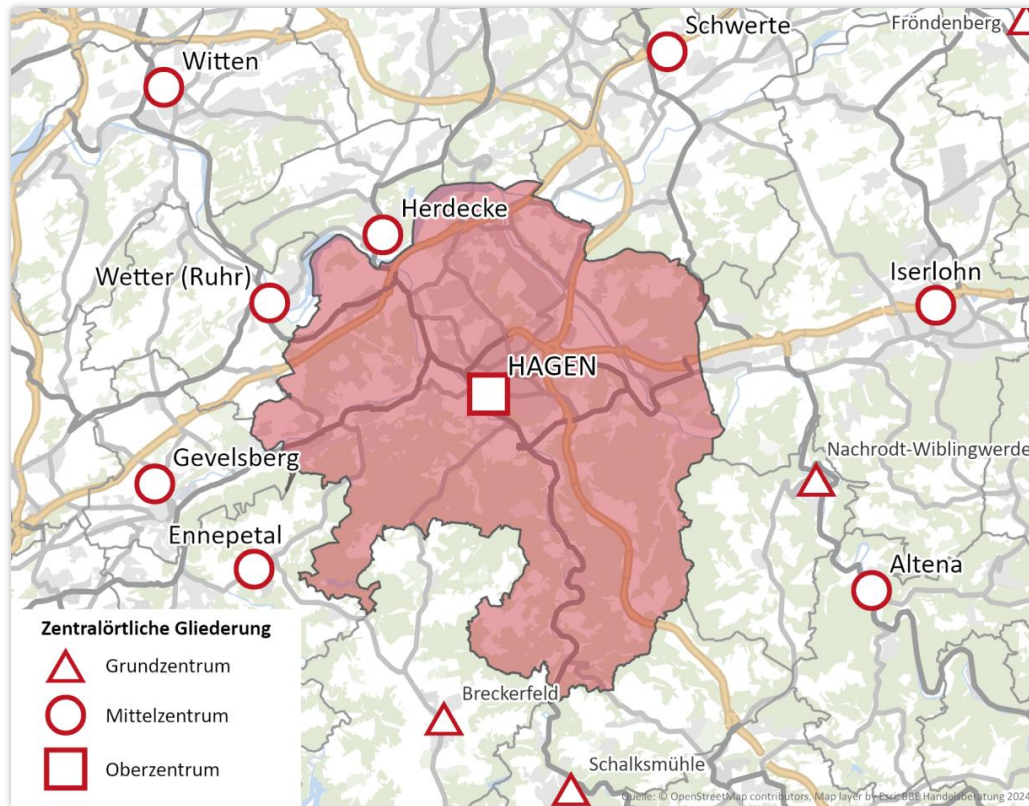
- Der Lebensmitteleinzelhandel wird wesentlich durch Supermärkte und Discountmärkte geprägt. So stehen in Deutschland ca. 16.000 Discounter mit einer mittleren Verkaufsfläche von ca. 850 m² ca. 12.000 Supermärkten mit durchschnittlich ca. 1.410 m² Verkaufsfläche gegenüber.
 - Supermärkte konnten in den letzten Jahren deutlich an Umsatz gewinnen (2016 – 2024: + 47 % nominal), bei einer stagnierenden Betriebszahl (- 0,2 %). Die Verkaufsfläche ist dabei um ca. 16 % angestiegen. Die Flächenleistung liegt aktuell bei ca. 5.220 € je m² Verkaufsfläche und konnte gegenüber dem Jahr 2016 nominal um ca. 27 % zulegen.
 - Auch die Lebensmitteldiscounter haben im gleichen Zeitraum ihre Umsatzleistung erheblich gesteigert (aktuell ca. 7.240 € je m² Verkaufsfläche). Ihre Betriebszahl ist seit 2016 leicht rückläufig (- 0,5 %), Verkaufsfläche (+ 8 %), Umsatz (+ 36 %) und Flächenleistungen (+ 26 %) sind jedoch deutlich angestiegen.
 - Supermärkte und Discounter haben kontinuierlich ihr Angebot und ihr Erscheinungsbild geändert. So haben auch die Discountmärkte ihr Sortiment deutlich verbreitert und insbesondere ihr Frischeangebot ausgebaut.
 - In der Anzahl der Sortimente haben sich Supermärkte und Discounter angenähert. Damit decken auch Discountmärkte alle Warengruppen der Nahversorgung umfassend ab, auch wenn die absolute Artikelzahl in Supermärkten höher ausfällt.
 - Um das modifizierte Sortiment kompetent anbieten zu können, verfügen Discounter der neusten Generation im Regelfall über 1.000 - 1.500 m² Verkaufsfläche.
 - Vor dem Hintergrund des anhaltenden Verkaufsflächenwachstums im deutschen Lebensmitteleinzelhandel soll dem Lidl-Markt die Möglichkeit gegeben werden, sich zukunftsfähig aufzustellen. Dabei liegt das hier betrachtete Vorhaben mit einer künftigen Verkaufsfläche von ca. 1.200 m² hinsichtlich der Verkaufsflächengröße im mittleren Bereich aktueller Planungen.
- » Moderne Discounter bieten heute eine mit Supermärkten vergleichbare Sortimentsbreite und führen auch Frischeprodukte und Bio-Lebensmittel in hoher Qualität. Das Angebot beider Betriebstypen wird von den Kunden als vollwertige Nahversorgung wahrgenommen, spricht aber weiterhin unterschiedliche Zielgruppen an.

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation und methodische Vorgehensweise	2
2	Projektplanung	5
3	Standortseitige Rahmenbedingungen	9
4	Wettbewerbssituation	14
5	Einzugsgebiet, Kaufkraftpotenzial und Umsatzleistung des Planvorhabens	22
6	Umsatzumlenkungseffekte	29
7	Städtebauliche Bewertung	35
8	Fazit der Analyse	39

Stadt Hagen als Oberzentrum eingestuft

Makrostandort Hagen



- Die Stadt Hagen übernimmt die Funktionen eines Oberzentrums im Ballungsgebiet des südöstlichen Ruhrgebietes. Hagen grenzt an das ländlich geprägte Sauerland an.
- Die Stadt setzt sich aus 5 Stadtbezirken mit 13 statistischen Bezirken zusammen und verfügt über ca. 197.250 Einwohner.* Die statistischen Bezirke Boele (ca. 27.020 Einwohner) und Vorhalle (ca. 10.340 Einwohner) sind dem Stadtbezirk Hagen-Nord zugeordnet. Südlich grenzt der statistische Bezirk Altenhagen (ca. 19.680 Einwohner) im Stadtbezirk Hagen-Mitte (ca. 83.020 Einwohner) an.
- Boele liegt im Nordosten der Stadt und erstreckt sich entlang der Schwerter Straße zwischen dem Volme- und dem Lennetal. Der Siedlungsschwerpunkt liegt im Umfeld des Boeler Marktplatzes (Alt-Boele).
- Südlich ist die Großwohnsiedlung Helfe gelegen. Östlich schließt sich der statistische Bezirk Kabel/Bathey mit einer Durchmischung von Gewerbe und Wohnen an. In Südwesten des Stadtteils liegt der Siedlungsbereich Boelerheide.
- Die wichtigsten Verkehrsachsen in diesem Teil der Stadt sind die Schwerter Straße und der Boeler Ring/die Dortmunder Straße (L 704), die auch die Anbindung an die Autobahn 1 herstellen.

* Quelle: Stadt Hagen, Stand: 31.12.2025 (Bevölkerung mit Hauptwohnsitz)

Nahversorgung in Kabel

Mikrostandort



- Das Plangrundstück erstreckt sich zwischen Schwerter Straße, Poststraße und Schieferstraße und ist als unbeplanter Innenbereich zu bewerten.
- Das Baugebiet ist durch die Produktionsanlagen der Firma Hedtmann auf dem Plangrundstück, eine dichte umgebende Wohnbebauung und Mischgebietsnutzungen entlang der Schwerter Straße geprägt. Das Gebiet erstreckt sich beidseitig entlang der Schwerter Straße und der Poststraße. Beide Straßen weisen eine zwei- bis dreigeschossige Wohn- und Geschäftshausbebauung auf und wirken aufgrund ihres Ausbaustandards nicht als städtebauliche Zäsur.
- Mit dem flächenmäßig dominierenden Produktionsbetrieb (knapp 14.000 m²), den sonstigen Gewerbebetrieben, öffentlichen Einrichtungen und der Wohnbebauung zeigen sich unterschiedliche Umfeldnutzungen (Gemeingelage), wobei die Eigenart der näheren Umgebung keinem Baugebiet der Baunutzungsverordnung (BauNVO) entspricht. Daher ist die Zulässigkeit der Planung nach § 34 Abs. 1 BauGB zu beurteilen.
- Der projektierte Lidl-Markt ist demnach genehmigungsfähig, wenn er sich nach Art und Maß der Nutzung in die Umgebungsbebauung einfügt.

Vorprägung durch großflächigen Trinkgut

Mikrostandort



Planstandort – Schwerter Straße



Penny – Schwerter Straße



Trinkgut – Poststraße



Planstandort – Poststraße



Blick von Trinkgut

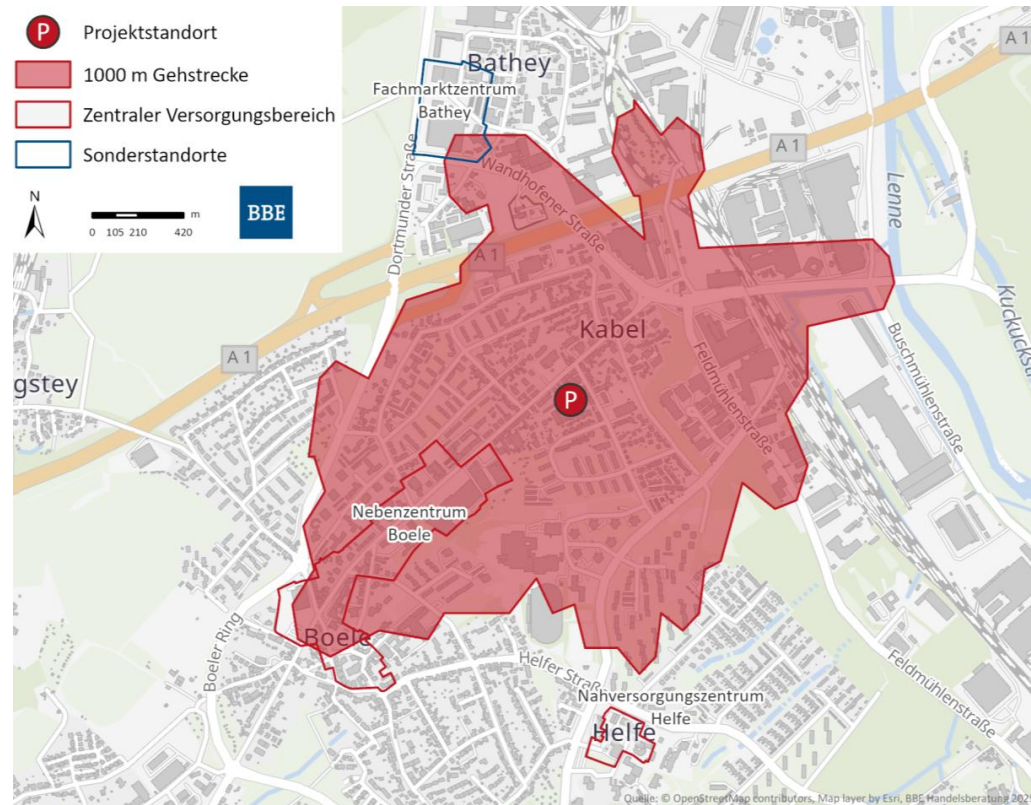


Blick von Planstandort

- Für das Plangrundstück sind Erschließungen von der Schwerter Straße, der Poststraße und der Schieferstraße vorgesehen. Damit entfaltet der großflächige Getränkemarkt auf der gegenüberliegenden Straßenseite der Poststraße eine bauliche Vorbildwirkung für das Ansiedlungsvorhaben. Die Grundstückszufahrten sind ca. 30 m voneinander entfernt.
- Die geplante Ansiedlung des Lidl-Marktes mit mehr als 800 m² Verkaufsfläche fügt sich somit in die Eigenart der näheren Umgebung ein.
- Zusammenfassend ist die bauliche Umgebung als Gemengelage gemäß § 34 Abs. 1 BauGB einzustufen, wobei der benachbarte großflächige Trinkgut Getränkemarkt als bauliches Vorbild für eine großflächige Einzelhandelsentwicklung herangezogen werden kann.

Ergänzender Versorgungsstandort für Boele-Kabel

Einordnung in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Hagen



- Das Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Stadt Hagen empfiehlt neben einer vorrangigen Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche auch die Entwicklung integrierter Nahversorgungsstandorte, die aufgrund einer ausreichenden Mantelbevölkerung im Nahbereich überwiegend der Nahversorgung dienen.
- Der Planstandort liegt im östlichen Wohnsiedlungsbereich Kabel und ist funktional dem Nahversorgungsstandort Kabel zugeordnet, der gemäß Einzelhandelskonzept einen Nahbereich mit aktuell ca. 7.000 Einwohnern versorgt.
- Im Wohnsiedlungsbereich Kabel übernehmen aktuell ein Penny-Markt an der Schwerter Straße (knapp 800 m² Verkaufsfläche zzgl. Bäckerei Kamp) in Verbindung mit einem Trinkgut Getränkemarkt an der Poststraße (ca. 970 m² Verkaufsfläche) und kleinteiligen Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben wohnungsnah Versorgungsfunktionen.
- Der Standort ist ca. 250 m östlich des Nebenzentrums Boele gelegen. Es handelt sich um die Verlagerung des Lidl-Marktes im Nebenzentrum Boele, der am derzeitigen Standort keine Möglichkeit hat, sich marktgerecht neu aufzustellen.

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation und methodische Vorgehensweise	2
2	Projektplanung	5
3	Standortseitige Rahmenbedingungen	9
4	Wettbewerbssituation	14
5	Einzugsgebiet, Kaufkraftpotenzial und Umsatzleistung des Planvorhabens	22
6	Umsatzumlenkungseffekte	29
7	Städtebauliche Bewertung	35
8	Fazit der Analyse	39

Lebensmitteldiscounter und Supermärkte als wesentliche Wettbewerber

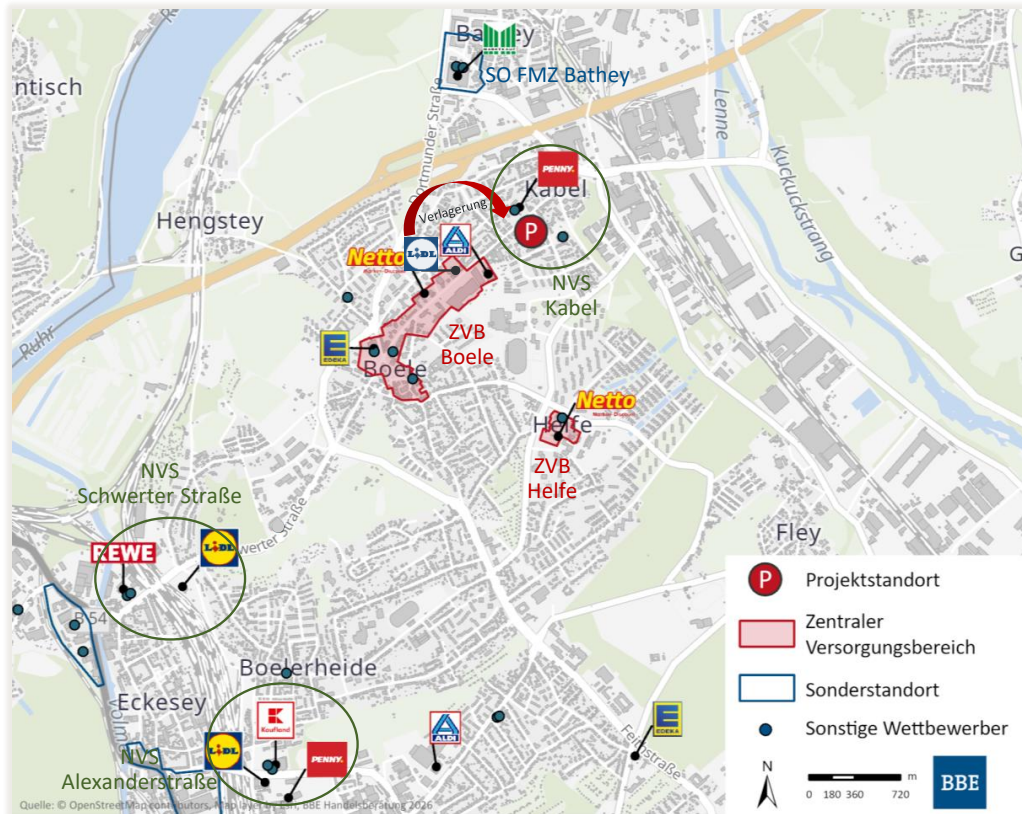
Wettbewerbssituation



- Die Wettbewerbsbetrachtung konzentriert sich auf die strukturprägenden Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln im Untersuchungsraum.
- Die aktuelle Erhebung des relevanten Einzelhandelsbesatzes erfolgte im Rahmen einer Ortsbegehung im März 2026.
- Zu den Wettbewerbern zählen vor allem Lebensmitteldiscounter und Super-/Verbrauchermärkte. Diese weisen eine hohe Sortimentsüberschneidung mit dem Vorhaben auf und dienen ebenfalls dem Versorgungseinkauf.
- Das Lebensmittelhandwerk bzw. spezialisierte Lebensmittelfachgeschäfte (z. B. Obst- und Gemüsehandel) stehen aufgrund einer anderen Angebotsausrichtung bzw. Kundenansprache nur in einem untergeordneten Maße im Wettbewerb mit dem Vorhaben.
- Gleichwohl werden auch die kleinteiligen Lebensmittelgeschäfte und Ladenhandwerksbetriebe in den zentralen Versorgungsbereichen im Rahmen der Vor-Ort-Erhebungen berücksichtigt.

Wettbewerb zu Nebenzentrum Boele und FMZ Bathey

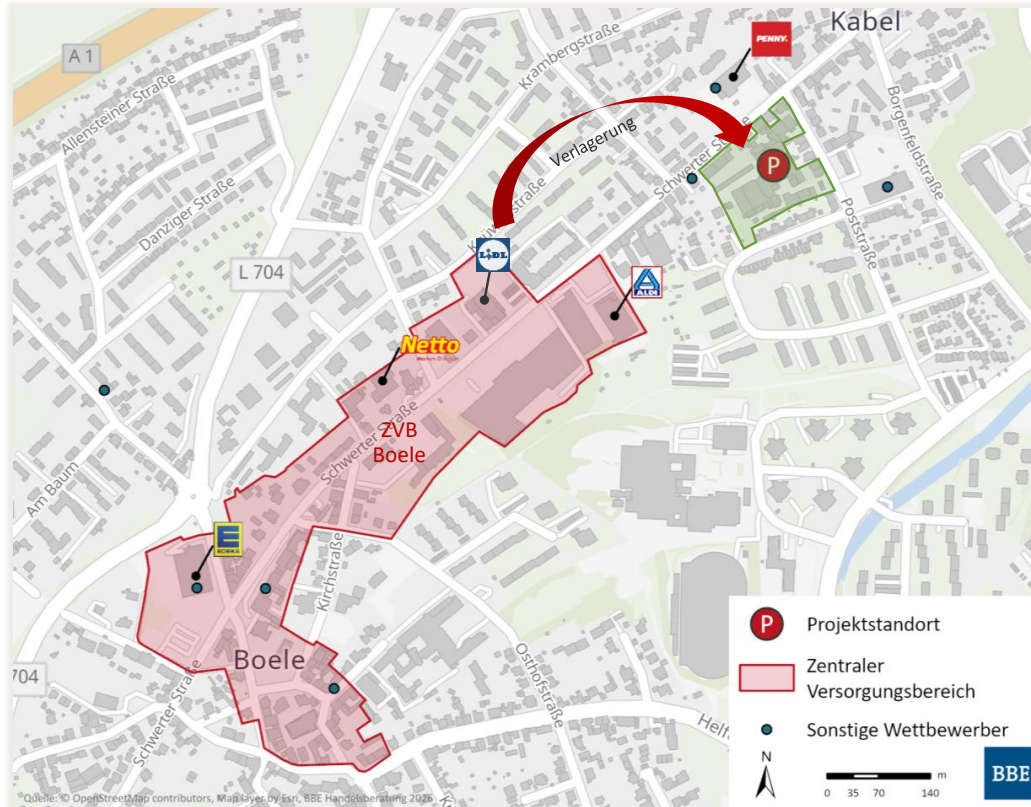
Wettbewerbssituation im Überblick



- Die Wettbewerbssituation wird insbesondere durch die im Nebenzentrum Boele und im Fachmarktzentrum Bathey vorhandenen Versorgungsstrukturen geprägt.
- Lidl plant den Standort im zentralen Versorgungsbereich Boele aufzugeben, da keine marktfähige Weiterentwicklung am Standort möglich ist.
- Im Lebensmittelbereich sind im Nebenzentrum Boele die Lebensmittelmärkte Edeka, Netto und Aldi Nord prägend. Darüber hinaus hat sich der Drogeriemarkt Rossmann neu aufgestellt.
- Der projektierte Verlagerungsstandort ist durch den Lebensmittelmarkt Penny und den Getränkemarkt Trinkgut als Nahversorgungsstandort vorgeprägt.
- Eine großräumige Ausstrahlung entfaltet das Fachmarktzentrum Bathey, das nahversorgungsrelevant den Verbrauchermarkt Marktkauf und den Drogeriemarkt dm umfasst.
- In Boelerheide ist der Nahversorgungsstandort Alexanderstraße (u.a. Kaufland, Lidl, Penny) von Bedeutung.
- Die nächsten Lidl-Filialen sind an der westlichen Schwerter Straße (Boelerheide) und in Schwerte-Westhofen ansässig (ca. 3 bzw. 6 km entfernt) und begrenzen das Marktgebiet der zu untersuchenden Filiale.

Nebenzentrum Boele fungiert als wichtigster Versorgungsstandort

Wettbewerbssituation – Nebenzentrum Boele und Nahversorgungsstandort Kabel



Städtebauliche Situation

Alt-Boele weist seinen städtebaulichen Mittelpunkt im Bereich der St. Johannes Kirche und dem Boeler Marktplatz auf. Im Umfeld sind überwiegend kleinteilige Geschäfts- und Dienstleistungsstrukturen vorhanden, einzig im nordöstlichen Abschnitt - entlang der Schwerter Straße - sind größere und großflächige Einzelhandelsbetriebe (Lebensmittel- und Fachmärkte) ansässig.

Das Nahversorgungsangebot im Nebenzentrum Boele übernimmt Versorgungsfunktionen für die Siedlungsbereiche Boele-Zentrum und Kabel/Bathey mit aktuell ca. 12.100 Einwohnern.

Der Nahversorgungsstandort Kabel (Penny/Trinkgut) liegt ca. 250 m nördlich und dient der wohnungsnahen Versorgung der angrenzenden Siedlungsbereiche.

Einzelhandelsstruktur

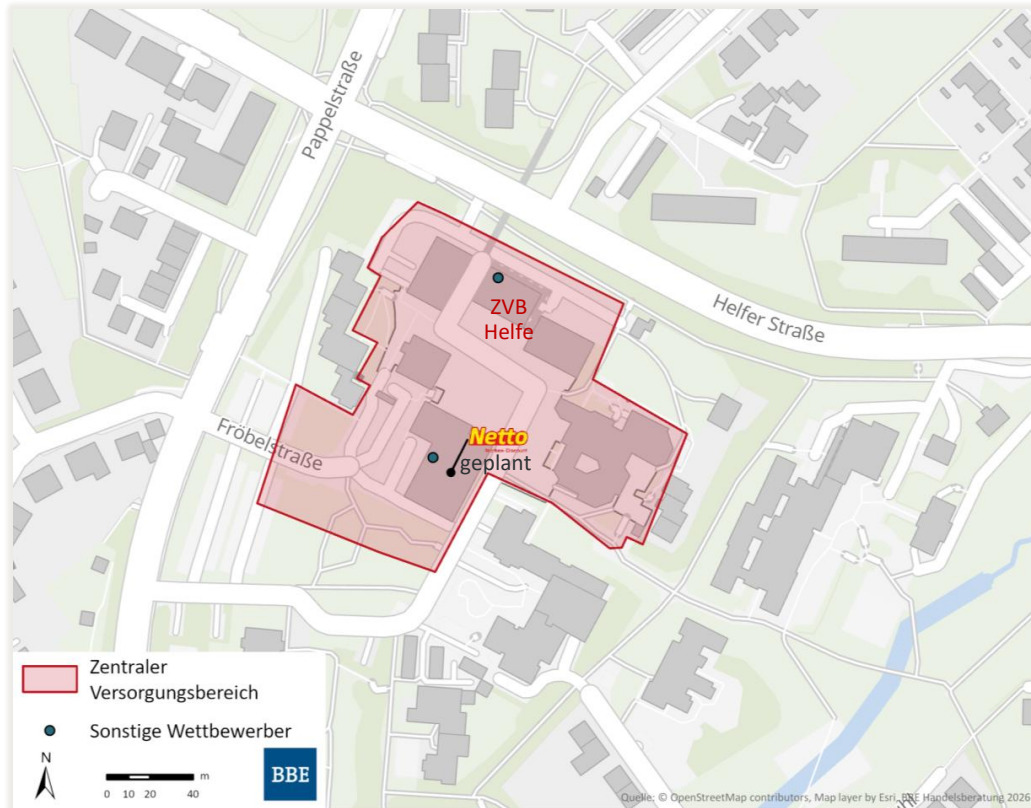
Der zentrale Versorgungsbereich weist ein differenziertes Angebot unterschiedlicher Nutzungen auf. Am Boeler Marktplatz übernimmt der Lebensmittelmarkt Edeka die Funktion eines Magnetbetriebes, im Bereich Schwerter Straße sind die Lebensmittelmärkte Aldi Nord und Netto sowie der zu verlagernde Lidl-Markt ansässig.

Hauptwettbewerber

- Edeka, Boeler Markt, ca. 1.620 m² Aldi Nord, Schwerter Str., ca. 1.240 m²
- Netto, Schwerter Straße, ca. 650 m² Penny, Schwerter Straße, ca. 800 m²

Nahversorgungszentrum Helfe dient der Quartiersversorgung

Wettbewerbssituation – Nahversorgungszentrum Helfe



Städtebauliche Situation

Die Gartenstadt Helfe weist das planmäßig realisierte Geschäftszentrum am Helfer Marktplatz mit Grundversorgungsangeboten auf. Im Umfeld sind kirchliche, schulische und sonstige gesellschaftlich-relevante Einrichtungen konzentriert.

Das Zentrum ist in starkem Maße introvertiert gestaltet und entfaltet keine über das Quartier hinausreichende Ausstrahlungskraft (Nahversorgungsfunktion für den Siedlungsbereich Fley/Helfe mit ca. 6.500 Einwohnern).

Einzelhandelsstruktur

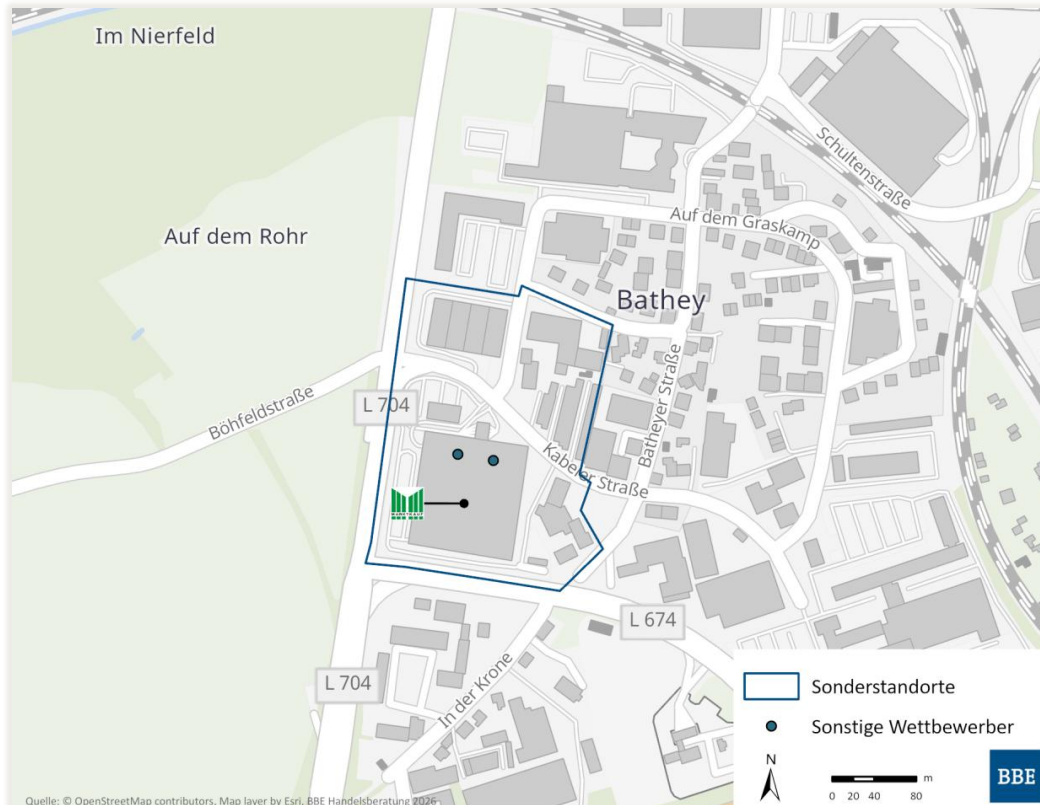
Der zwischenzeitlich geschlossene Edeka-Markt soll durch Netto nachgenutzt werden (geplante Eröffnung in 2026). Darüber hinaus sind kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe ansässig.

Hauptwettbewerber

- Netto (geplant), Fröbelstraße, ca. 800 - 900 m² VKF

Großräumige Ausstrahlung des dezentralen FMZ Bathey

Wettbewerbssituation im Überblick



Städtebauliche Situation

Im Gewerbegebiet Bathey sind das Marktkauf Fachmarktzentrum und verschiedene Fachmärkte nördlich der Kabeler Straße (u.a. Action, Schuh Geller, Matratzen Concord) ansässig. Der Geschäftsbereich nimmt eine siedlungsstrukturell nicht-integrierte Lage ein und wird im Einzelhandelskonzept als dezentraler Sonderstandort klassifiziert.

Die Verkehrserschließung erfolgt über die Dortmunder Straße (L 704).

Der Sonderstandort strahlt in die Stadtbezirke Boele und Lennetal sowie in die Nachbarstadt Schwerte aus.

Einzelhandelsstruktur

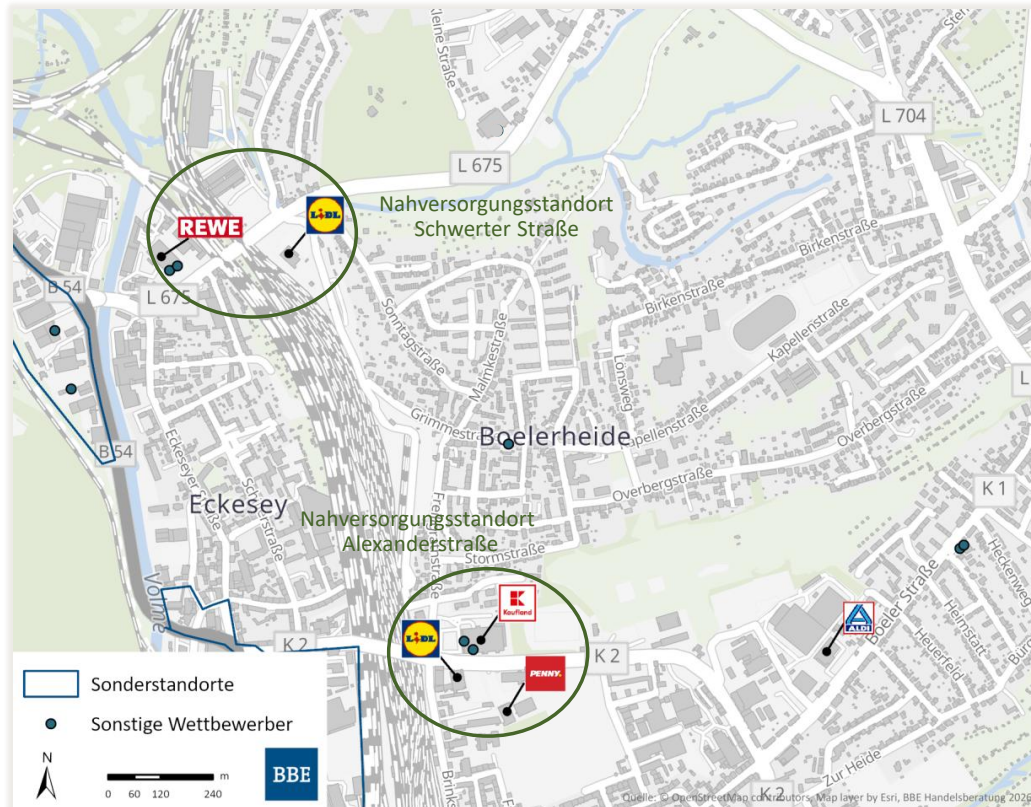
Das Einkaufszentrum wird bis Sommer 2026 umfassend umgebaut. Neben dem Marktkauf SB-Warenhaus setzt der Bebauungsplan die nahversorgungsrelevanten Nutzungen Getränkemärkte, Bäckereien, Drogeriemärkte und Apotheken fest.

Hauptwettbewerber

- Marktkauf, Kabelstraße, ca. 5.400 m² VKF

Ergänzende Versorgungsfunktionen der Nahversorgungsstandorte

Wettbewerbssituation – Nahversorgungsstandorte in Boelerheide und Eckesey



Städtebauliche Situation

Der westlich gelegene Siedlungsbereich Boelerheide weist keinen zentralen Versorgungsbereich auf. Die Nahversorgung erfolgt über die Nahversorgungsstandorte Schwerter Straße und Alexanderstraße.

Nahversorgungsstandorte Schwerter Straße

Der Versorgung in den Siedlungsbereichen Boelerheide/Eckesey-Nord dienen die an der westlichen Schwerter Straße ansässigen Lebensmittelmärkte Lidl und Rewe.

Nahversorgungsstandort Alexanderstraße

Die Einzelhandelsagglomeration mit den Lebensmittelmärkten Kaufland, Lidl und Penny sowie weiteren Fachmärkten (u.a. Bergenthal Leuchten, Fressnapf und Kik) ergänzt die wohnungsnah Versorgung in Boelerheide, Altenhagen-Nord und Eckesey-Süd. Dabei ist eine Erweiterung der Lidl-Filiale geplant (von 830 m² auf 1.400 m² Verkaufsfläche).

Hauptwettbewerber

Nahversorgung Schwerter Straße:

Lidl, Schwerter Straße, ca. 700 m²

Rewe, Schwerter Straße, ca. 2.650 m²

Nahversorgung Alexanderstr.:

Kaufland, Freiligrathstr., ca. 6.500 m²

Lidl, Alexanderstr., ca. 1.400 m² (gepl.)

Penny, Alexanderstraße, ca. 800 m²

Wettbewerb zu Nebenzentrum Boele und FMZ Bathey

Verkaufsfläche und Umsätze der Wettbewerber

Standortbereiche (gemäß Einzelhandelskonzept Hagen)	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatzprognose (Mio. €)
Nahversorgungsstandort Kabel (v.a. Penny, Trinkgut, Ladenhandwerk)	1.800	8,2
Nebenzentrum Boele* (v.a. Edeka, Netto, Aldi Nord, Ladenhandwerk)	3.600	24,6
Lidl im Nebenzentrum Boele (Verlagerungsobjekt)	780	8,5
Nahversorgungszentrum Hilfe (v.a. Netto, Ladenhandwerk)	830	4,4
Sonderstandort FMZ Bathey (v.a. Marktkauf, Getränke, Ladenhandwerk)	6.220	28,9
Nahversorgungsstandort Schwerter Straße (v.a. Lidl, Rewe, Ladenhandwerk)	3.360	20,3
Nahversorgungsstandort Alexanderstraße (v.a. Kaufland, Lidl, Penny, Ladenhandwerk)	8.690	59,8
Untersuchungsgebiet insgesamt	25.280	154,7

* Ohne zu verlagernder Lidl-Markt, Schwerter Straße 173-175

Quelle: BBE-Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich (Lebensmittelmärkte inkl. Nonfood-Sortimente, kleinteilige Lebensmittelbetriebe ohne Kioske, Tankstellenshops)

- Die Wettbewerbswirkungen einer Lidl-Neuaufstellung werden sich vor allem auf die Betriebe beziehen, die ebenfalls der Versorgung im Stadtteil Boele dienen.
- Das sind neben den Lebensmittelmärkten im Nebenzentrum Boele die Lebensmittelmärkte entlang der Schwerter Straße.
- Der Sonderstandort Fachmarktzentrum Bathey verfügt über ein attraktives Lebensmittelangebot, sodass eine Kaufkraftabwanderung aus dem Untersuchungsraum an den Sonderstandort zu verzeichnen ist.
- Das Nahversorgungszentrum Hilfe dient wesentlich der Quartiersversorgung und wird nur in geringem Maße von der Lidl-Neuaufstellung betroffen sein.
- Die Nahversorgungsstandorte in Boele-West/Boelerheide (westliche Schwerter Straße und Alexanderstraße) entfaltet eine Ausstrahlung auf Boelerheide, für die Nahversorgung im Untersuchungsraum nehmen sie hingegen eine deutlich untergeordnete Bedeutung ein.

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation und methodische Vorgehensweise	2
2	Projektplanung	5
3	Standortseitige Rahmenbedingungen	9
4	Wettbewerbssituation	14
5	Einzugsgebiet, Kaufkraftpotenzial und Umsatzleistung des Planvorhabens	22
6	Umsatzumlenkungseffekte	29
7	Städtebauliche Bewertung	35
8	Fazit der Analyse	39

Angebotsattraktivität und Distanzen bestimmen die Einkaufsorientierung

Einzugsgebiet des Planvorhabens

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

Für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung sind grundsätzlich folgende Faktoren von Bedeutung:

1

die Häufigkeit der Bedarfsdeckung in den geplanten Sortimentsbereichen,

2

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,

4

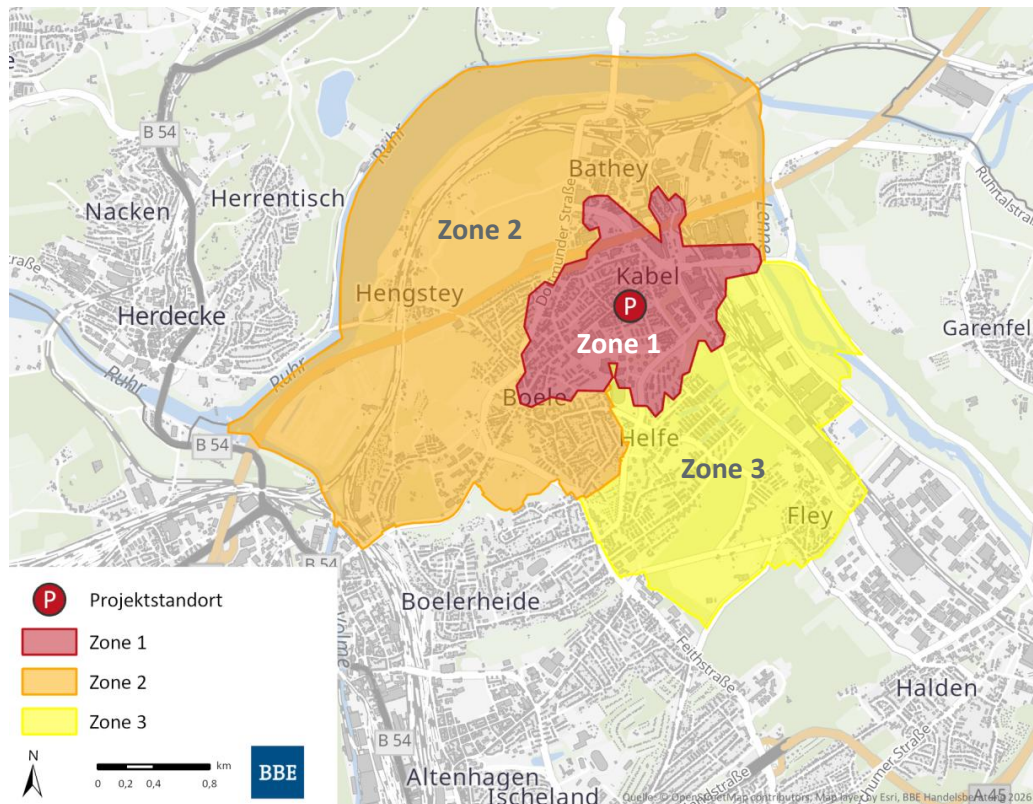
die Attraktivität der Projektvorhaben, die u.a. durch die Dimensionierung, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad der Betreiber bestimmt wird,

5

die Qualität des Projektstandortes, die u.a. aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten sowie aus vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert.

Ausstrahlung auf Kabel/Bathey, Boele-Zentrum und Fley/Helfe

Einzugsgebiet des Planvorhabens



- Der Planstandort an der Schwerter Straße nimmt eine zentrale Lage im Siedlungsbereich Kabel ein und kann gemeinsam mit den anderen Nahversorgungsbetrieben im Nebenzentrum der wohnungsnahen Versorgung in Stadtteil Boele dienen.
- Gemeinsam mit den benachbarten Penny Lebensmittelmarkt und dem Trinkgut Getränkemarkt kommt dem Planvorhaben eine Nahversorgungsfunktion für den fußläufigen Nahbereich (1.000 m-Fußwegentfernung) zu (**Zone 1**: ca. 7.000 Einwohner).
- Darüber hinaus entfaltet der projektierte Lidl-Markt eine Ausstrahlungskraft auf die angrenzenden Siedlungsbereiche von Boele-Zentrum und Kabel/Bathey (**Zone 2**: ca. 5.100 Einwohner).
- Einem erweiterten Einzugsgebiet **Zone 3** ist der Siedlungsbereich Fley/Helfe mit ca. 6.490 Einwohnern zuzuordnen.
- Über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinaus sind Kaufkraftzuflüsse zu erwarten, die sich aus der günstigen Verkehrslage ergeben. Im weiteren Verlauf der Untersuchung werden diese Streuumsätze als sog. „diffuse Umsatzzuflüsse“ berücksichtigt.

Nahversorgungsrelevantes Kaufkraftvolumen von knapp 60 Mio. €

Nahversorgungsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet



- Das vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag von aktuell ca. 3.494 € für nahversorgungsrelevante Sortimente, wovon 3.086 € auf Nahrungs- und Genussmittel und 408 € auf Drogeriewaren entfallen, gewichtet mit den stadspezifischen Kaufkraftkennziffern.



- Die Höhe der Kaufkraftkennziffer wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt.
- Die Kennziffer stellt unabhängig von der Stadtgröße das Verhältnis des im Einzugsgebiet verfügbaren Netto-Einkommens zum Gesamteinkommen in Deutschland dar, welches für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.
- Die Kaufkraftkennziffer für nahversorgungsrelevante Sortimente liegen im Untersuchungsraum bei 91,6 (PLZ 58099) und somit unter dem Bundesdurchschnitt (= 100,0).

Statistischer Bezirk	Einwohner (abs.) ¹⁾	Nahversorgungsrelevantes Kaufkraftpotenzial (Mio. €) ²⁾
Zone 1 (1.000 m Nahbereich)	7.000	22,4
Zone 2 (sonstige Siedlungsbereiche Boele-Zentrum, Kabel/Bathey)	5.100	16,3
Zone 3 (Siedungsbereich Fley/Helfe)	6.490	20,8
Einzugsgebiet gesamt	18.590	59,5

Quelle: ¹⁾ GfK; kleinräumige Einwohnerzahlen Stadt Hagen, Stand: 31.12.2024; ²⁾ BBE/ IfH-Verbrauchsausgaben 2025/MBR-Kaufkraft nach Sortimenten 2025 (PLZ 58099)

Die Erweiterung führt zu einer Attraktivitätssteigerung des Lidl-Marktes und einem Mehrumsatz

Umsatzleistung des Planvorhabens

- Die Abschätzung des durch das Planvorhaben zu erwartenden (Mehr-) Umsatzes bildet die Voraussetzung für die Prognose der ausgelösten Umsatzzumlenkungen und der damit verbundenen möglichen städtebaulichen Auswirkungen.
- Die Umsatzerwartung des Planvorhabens hängt zunächst von der Verkaufsflächengröße und von der Sortimentsaufteilung ab. Hinzu kommen aber auch die Gesamtattraktivität des Standortes sowie die standortbezogene Wettbewerbsintensität.
- Für das Planvorhaben sind diesbezüglich folgende Faktoren zu berücksichtigen:
 - Der bestehende Lidl-Markt stellt bereits heute einen wichtigen Träger der Nahversorgung in Hagen-Boele dar.
 - Die Lidl-Filiale ist am gegenwärtigen Standort etabliert. Darüber hinaus bleiben die grundsätzlichen Standortfaktoren wie die Verkehrslage, die Sichtbarkeit und die Fernwirkung des Planvorhabens unverändert. Eine wesentliche Veränderung der Ausstrahlungskraft des erweiterten Lidl-Marktes ist daher nicht abzuleiten.
 - Durch die geplante Verlagerung und Erweiterung des Lebensmittelmarktes kann der etablierte Nahversorgungsstandort in unmittelbarer räumlicher Nähe gesichert und gestärkt werden.
 - Durch den geplanten Neubau und die Erweiterung der Verkaufsfläche auf ca. 1.200 m² ist von einer Attraktivitätssteigerung des Lidl-Marktes und einer damit einhergehenden Umsatzsteigerung auszugehen.
 - Lidl erreicht eine durchschnittliche Flächenproduktivität in Deutschland von ca. 10.480 € Umsatz je m² Verkaufsfläche. Der durchschnittliche Umsatz eines Lidl-Marktes in Deutschland beläuft sich auf ca. 10 Mio. € p.a. (inkl. Nonfood-Sortimente).*
- Unter Berücksichtigung der siedlungs- und versorgungsstrukturellen Rahmenbedingungen sind im Sinne eines **Worst Case-Ansatzes** die maximal am Standort erreichbaren Marktanteile und damit der erwartbare Maximalumsatz zu ermitteln.

* Quelle: Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report 2025/2026

Großteil des Umsatzes stammt aus Kabel und Boele-Zentrum

Marktanteile des Planvorhabens (Worst Case-Ansatz)

	Kaufkraft- potenzial in Mio. € ¹⁾	Marktanteil in %	zu erwartender Umsatz in Mio. €	Umsatzanteil in %
Zone 1 Nahbereich	22,4	20	4,5	40
Zone 2 Boele-Zentrum, Kabel/Bathey	16,3	16	2,6	23
Zone 3 Fley/Helfe	20,8	12	2,5	22
Einzugsgebiet gesamt	59,5	16	9,6	85
Diffuse Umsatzzuflüsse	./.	./.	1,7	15
Nahversorgungsrelevante Sortimente gesamt¹⁾	./.	./.	11,3	100
Nonfood-Sortimente	./.	./.	1,2	./.
Einzelhandelsumsatz gesamt	./.	./.	12,5	./.

Quelle: BBE-Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich, p.a.

¹⁾ nur Nahrungs- und Genussmittel/Drogeriewaren

- Der neu aufzustellende Lidl-Markt wird zukünftig mit den Kunden aus dem **Nahbereich** (1.000 m Fußwegzone) einen nahversorgungsrelevanten Umsatz in Höhe von max. 4,5 Mio. € erzielen und damit ca. 20 % der vorhandenen Kaufkraft binden. Bezogen auf den prognostizierten nahversorgungsrelevanten Umsatz des Planvorhabens entspricht dies einem Umsatz- bzw. Kundenanteil von insgesamt rd. 40 %.
- In den angrenzenden Wohnbereichen von **Boele-Zentrum und Kabel/Bathey** (Zone 2) wird das Planvorhaben maximal 16 % der nahversorgungsrelevanten Kaufkraft binden können, gleichbedeutend mit einer Umsatzerwartung von max. 2,6 Mio. €.
- Darüber hinaus kann der Markt eine ergänzende Versorgungsfunktion für den südlichen Siedlungsbereich **Fley/Helfe** (Zone 3) übernehmen. Dabei wird der Lebensmittelmarkt aus Sicht der Kunden in Wettbewerb zu anderen Angebotsstandorten (u.a. Nahversorgungszentrum Helfe) stehen, sodass dort nur eine reduzierte Kaufkraftbindung von ca. 12 % erreicht werden kann. Ein Prognoseumsatzes von max. 2,5 Mio. € kann mit Kunden aus der Zone 3 erzielt werden.
- Darüber hinaus sind (**diffuse**) **Streuumsätze** mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes in Höhe von max. 1,7 Mio. € (ca. 15 % des zu erwartenden nahversorgungsbezogenen Umsatzes) zu prognostizieren, die aus der Verkehrslage an der Schwerter Straße resultieren.

Der jährliche Mehrumsatz beläuft sich auf max. 4 Mio. €

Umsatzleistung des Planvorhabens

- Unter Berücksichtigung der Nonfood-Randsortimente¹⁾ beläuft sich die Umsatzerwartung für das Planvorhaben mit ca. 1.200 m² Verkaufsfläche nach BBE-Prognose im **Worst Case** auf insgesamt **maximal 12,5 Mio. € p.a.**
- Diese Umsatzleistung liegt ca. 25 % über dem Durchschnittsumsatz einer Lidl-Filiale. Die angesetzte Flächenleistung ist angesichts der projektierten Filialgröße und unter Berücksichtigung der angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen am Standort als Maximalwert zu bewerten.
- Für den bestehenden Lidl-Markt ist unter Berücksichtigung der Siedlungsstruktur, der Wettbewerbssituation sowie der im Einzugsgebiet verfügbaren nahversorgungsrelevanten Kaufkraft eine Umsatzgröße von ca. 8,5 Mio. € zu prognostizieren. Auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente entfallen hiervon etwa 7,7 Mio. € und auf Nonfood-Sortimente ca. 0,8 Mio. €. Bei den Nonfood-Sortimenten handelt es sich vornehmlich um in der Regel wöchentlich wechselnden Aktionswaren.* Der Angebotsschwerpunkt der Lidl-Filiale liegt bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten.
- Für den neu aufgestellten Lidl-Markt wird bei einem Gesamtumsatz von max. 12,5 Mio. € ein **Mehrumsatz** im Vergleich zur Bestandsfiliale von **ca. 4,0 Mio. €** als Worst-Case-Ansatz unterstellt. Der Großteil des (Mehr-)Umsatzes wird auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente entfallen, mit den Nonfood-Sortimenten (vor allem wöchentlich wechselnde Aktionswaren) werden voraussichtlich ca. 0,4 Mio. € (Mehr-) Umsatz erzielt.

Sortiment	Lidl- Bestandsfiliale	Erweiterter Lidl-Markt	Veränderung
	Umsatz in Mio. € p.a.		
Nahrungs- und Genussmittel/ Drogeriewaren	7,7	11,3	+ 3,6
Sonstige Sortimente	0,8	1,2	+ 0,4
Summe	8,5	12,5	+ 4,0

Quelle: BBE-Berechnungen und Prognosen; Rundungsdifferenzen möglich

* Da die Aktionsware eines Lebensmitteldiscountmarktes häufig wechselt, sind Zuordnungen der Fläche und Umsätze auf einzelne Warengruppen nur bedingt möglich. Grundsätzlich ist festzustellen, dass das Aktionswarenprogramm sämtliche Warengruppen des Einzelhandels umfasst, wobei insbesondere folgende Sortimentsbereiche regelmäßig im Angebot zu finden sind: Bekleidung/Textilien, Schuhe/Lederwaren, Papier/Schreibwaren/Bücher, Haushaltswaren, Spielwaren und Sportartikel, Elektrogeräte und Unterhaltungselektronik, Heimwerker-/Gartenbedarf.

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation und methodische Vorgehensweise	2
2	Projektplanung	5
3	Standortseitige Rahmenbedingungen	9
4	Wettbewerbssituation	14
5	Einzugsgebiet, Kaufkraftpotenzial und Umsatzleistung des Planvorhabens	22
6	Umsatzumlenkungseffekte	29
7	Städtebauliche Bewertung	35
8	Fazit der Analyse	39

Änderung des räumlichen Einkaufsverhaltens führt zu Umsatzverlusten bei den Wettbewerbern

Umverteilungseffekte - Kaufkraftstrom-Modellrechnung

- Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind die durch das Planvorhaben induzierten Umverteilungseffekte für die ansässigen Betriebe relevant.
- Ausgehend vom Status quo werden die Veränderungen der Kaufkraftströme im Rahmen einer Kaufkraftstrom-Modellrechnung simuliert. In das Prognosemodell fließen folgende Faktoren ein:
 - Einwohnerzahlen und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsgebiet,
 - Zeitdistanzen im Einkaufsverkehr zwischen den Kundenwohnorten im Untersuchungsgebiet und den relevanten Wettbewerbsstandorten,
 - Standorte, Dimensionierung und Attraktivität der relevanten Wettbewerber,
 - Attraktivität des Planvorhabens.
- Auf Basis dieses Simulationsmodells können Aussagen darüber getroffen werden, welche Wettbewerbsstandorte durch die Realisierung der geplanten Einzelhandelsentwicklung in welchem Umfang von Umsatzverlusten in den relevanten Sortimentsbereichen betroffen sein werden.
- Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall am Planstandort zu erwartende Umsatz zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht; denn durch die Realisierung wird nicht mehr Kaufkraft generiert, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbsstandorten umverteilt.
- Dies ist grundsätzlich als Ausdruck eines zulässigen Wettbewerbs zu sehen. Erst wenn die ausgelösten Umsatzumverteilungen Größenordnungen annehmen, die den Fortbestand von Betrieben in zentralen Versorgungsbereichen oder an wohnungsnahen Versorgungsstandorten gefährden können, können die wettbewerblchen Auswirkungen in städtebaulich relevante Auswirkungen umschlagen.
- Schädliche Auswirkungen im Sinne von § 34 Abs 3 BauGB liegen vor, wenn das Vorhaben die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche so nachhaltig stört, dass sie ihren Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr substantiell wahrnehmen können.

Marktpositionierungen, Entfernung und Zeitdistanzempfindlichkeit beeinflussen die Höhe der Umsatzverluste

Umverteilungseffekte - Annahmen

Der Abschätzung der zu erwartenden Umsatzverlagerungseffekte liegen folgende Annahmen zugrunde:

1

Die durch das Erweiterungsvorhaben hervorgerufenen Umsatzverlagerungen gehen in erster Linie zu Lasten derjenigen Wettbewerber, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen. Dies bedeutet, dass als Hauptwettbewerber des Planvorhabens die im Wettbewerbsumfeld ansässigen größeren Lebensmittelanbieter anzusehen sind. Der kleinteilige Einzelhandel (z.B. Lebensmittelfachgeschäfte) steht dagegen aufgrund der eingeschränkten Sortimentsüberschneidungen und der abweichenden Marktpositionierung nur in begrenztem Wettbewerb mit dem Planvorhaben.

2

Mit zunehmender Entfernung zum Projektstandort nimmt die Stärke der Umsatzverlagerungseffekte ab. Dies bedeutet, dass Wettbewerber im näheren Umfeld des Vorhabens stärker von Umsatzverlagerungen betroffen sind als weiter entfernt liegende Einzelhandelsbetriebe. Dies resultiert daraus, dass die Attraktivität von Einzelhandelseinrichtungen aus Sicht der Konsumenten mit zunehmender Zeitdistanz und dem damit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand abnimmt.

3

Die Zeitdistanzempfindlichkeit der einzelnen Sortimente ist jedoch unterschiedlich und wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt. So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs - wie z.B. Lebensmittel und Drogeriewaren - aufgrund des relativ niedrigen Warenwertes sowie der vergleichsweise hohen Einkaufshäufigkeit eine hohe Zeitdistanzempfindlichkeit auf. Dies hat zur Folge, dass die Nachfrage nach diesen Gütern bereits bei einer relativ geringen Zunahme der Zeitdistanzen deutlich zurückgeht.

4

Bei Food-Artikeln (Lebensmittel inkl. Getränke und Tabak) entfällt mit durchschnittlich ca. 3,0 % des Umsatzes bundesweit nach wie vor nur ein geringer Anteil auf den Onlinehandel (vgl. HDE, Online Monitor 2025).

Mehrumsatz als Grundlage für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen

Umverteilungseffekte - Methodik

- Im vorliegenden Fall wird unterstellt, dass das derzeit von Lidl genutzte Ladenlokal (Schwerter Straße 173-175) nach der projektierten Lidl-Verlagerung an den Standort Schwerter Straße 224 nicht weiter durch einen Lebensmitteleinzelhandel nachgenutzt wird.
- Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind die durch das Planvorhaben induzierten Umverteilungseffekte für die ansässigen Betriebe relevant. Dabei ist grundsätzlich das Gesamtvorhaben zu betrachten.
- Da die Bestandsfiliale jedoch langjährig am Markt ansässig ist und ihre Wettbewerbswirkungen somit bereits in der Vergangenheit entfaltet hat, ist im Zuge der geplanten Neuaufstellung nur der zu erwartende Mehrumsatz zu berücksichtigen, der sich aus der Verkaufsflächenerweiterung und der Attraktivitätssteigerung ergibt.
- Bei der Beurteilung, ob im Rahmen der Neuaufstellung bzw. Erweiterung eines bestehenden Einzelhandelsbetriebes Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche der Standortkommune oder benachbarter Kommunen zu erwarten sind, ist demnach zu berücksichtigen, dass der zu erweiternde Einzelhandelsbetrieb in seiner bisherigen (genehmigten) Größe bereits am Untersuchungsstandort vorhanden ist.*
- Diese Verfahrensweise hat auch das Bundesverwaltungsgericht in seinem Beschluss vom 12.02.2009 grundsätzlich bestätigt**. Dort heißt es wörtlich: *„Bei der Prognose der Auswirkungen ist [...] von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen. Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb, dessen Neuaufstellung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt.“*
- Die Neuaufstellung eines bereits am Markt etablierten Einzelhandelsbetriebes stellt folglich keine Neuansiedlung dar, sodass bei der Beurteilung möglicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung im Wesentlichen auf den sich aus der Verkaufsflächenerweiterung ergebenden Attraktivitätsgewinn abzustellen ist.
- Dabei ist eine – realitätsnahe – Betrachtung des Worst-Case, also des aus städtebaulicher Sicht unter realistischen Annahmen ungünstigsten Falles notwendig. Es ist also von einem realitätsnahen Maßstab auszugehen, *„der nicht nach theoretischen Möglichkeiten fragt, sondern die konkreten Gegebenheiten im Plangebiet zugrunde legt und auf dieser Grundlage die realistischerweise zu erwartenden Entwicklungen in den Blick nimmt.“****

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

** Vgl. BVerwG 4 B 3.09

*** Vgl. BVerwG, Urteil vom 27.03.2013, 4 CN 6.11

Stärkste Wettbewerbswirkungen für Lebensmittelmärkte im nahen Umfeld

Umverteilungseffekte des Planvorhaben (1)

Standort	Umsatz ¹⁾ (Mio. €)	Umverteilung (Mio. €)	Umverteilung (% des derzeitigen Ums.)
Nahversorgungsstandort Kabel (v.a. Penny, Trinkgut, Ladenhandwerk)	8,2	0,5	6
Nebenzentrum Boele (v.a. Edeka, Netto, Aldi Nord, Ladenhandw.)	24,6	1,5	6
Lidl im Nebenzentrum Boele (Verlagerungsobjekt)	8,5	8,1	95
Nahversorgungszentrum Hilfe (v.a. Netto, Ladenhandwerk)	4,4	(*)	(*)
Sonderstandort FMZ Bathey (v.a. Marktkauf, Getränke, Ladenhandwerk)	28,9	1,5	5
Nahversorgungsstandort Schwerter Straße (v.a. Lidl, Rewe, Ladenhandwerk)	20,3	0,3	1
Nahversorgungsstandort Alexanderstr. (v.a. Kaufland, Lidl, Penny, Ladenhandwerk)	59,8	0,3	1
Sonstige Standorte/Wettbewerber	./.	0,3	./.
Untersuchungsraum gesamt	./.	12,5	./.

(*) marginal (< 0,1 Mio. € / < 1 %)

Quelle: BBE-Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich (Lebensmittelmärkte inkl. Nonfood-Sortimente, kleinteilige Lebensmittelbetriebe ohne Kioske, Tankstellenshops)

Wettbewerbswirkungen vor allem für die Nahversorger und den großflächigen Einzelhandel im ZVB Boele und im FMZ Bathey

Umverteilungseffekte des Planvorhaben (2)

- Gegenüber den benachbarten Wettbewerbern im Stadtteil Boele werden Umsatzumverteilungen von voraussichtlich 1,5 Mio. € im Nebenzentrum Boele und ca. 0,5 Mio. € gegenüber den Nahversorgern in Kabel ausgelöst. Dies entspricht ca. 6 % des aktuellen Umsatzes in den beiden Standortbereichen.
- Auch kann der Lidl-Bestandsumsatz nahezu vollständig vom Altstandort an den Verlagerungsstandort übertragen werden (ca. 95 %).
- Das Marktkauf Fachmarktzentrum im Gewerbegebiet Bathey nimmt als Pkw-orientierte Standort eine hohe Ergänzungsbedeutung ein. Der neu aufgestellte Discountmarkt stellt eine Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung dar und kann daher Kunden des Fachmarktzentrums an sich binden (Umsatzumlenkungen ca. 5 % des dortigen Umsatzes).
- Für den zentralen Versorgungsbereich Helfe sind allenfalls marginale Umsatzverluste zu erwarten.
- In Boelerheide und den angrenzenden Stadtteilen ist eine geringe Umverteilung für die Nahversorgungsstandorte Schwerter Straße und Alexanderstraße zu prognostizieren (jeweils ca. 1 %).
- Insgesamt sind die Umsatzumlenkungen so gering, dass die wirtschaftliche Existenz der Wettbewerber nicht gefährdet wird. Damit werden die Versorgungsstrukturen im Untersuchungsraum durch das Planvorhaben nicht in ihrer Funktions- und Entwicklungsfähigkeit eingeschränkt.

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation und methodische Vorgehensweise	2
2	Projektplanung	5
3	Standortseitige Rahmenbedingungen	9
4	Wettbewerbssituation	14
5	Einzugsgebiet, Kaufkraftpotenzial und Umsatzleistung des Planvorhabens	22
6	Umsatzumlenkungseffekte	29
7	Städtebauliche Bewertung	35
8	Fazit der Analyse	39

Funktionsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen

Schädliche Auswirkungen gemäß § 34 Abs. 3 BauGB

Städtebauliche Bewertung gemäß § 34 Abs. 3 BauGB:

Schädigung der Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche

Eine „Funktionsstörung“ liegt vor, wenn der Versorgungsbereich seinen Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr in substantieller Weise wahrnehmen kann,

d.h. Schließung von Betrieben, die für die Funktionalität bestehender zentraler Versorgungsbereiche von Bedeutung sind, ohne dass von adäquaten Nachnutzungen realisiert werden können.

Auch der erweiterte Lidl-Markt dient vorrangig der wohnortnahen Versorgung...

Städtebauliche Bewertung

Infolge der am Standort Schwerter Straße 224 in Hagen-Boele geplanten Neu-aufstellung des Lidl-Marktes ist kein Umschlagen der wettbewerbsbezogenen in städtebaulich relevante Auswirkungen zu erwarten. Folgende Gründe sprechen zusammenfassend für diese Einschätzung:

- Der Lidl-Markt ist wesentlicher Bestandteil der Versorgungsstrukturen im Siedlungsschwerpunkt Boele. Das projektierte Neubauvorhaben wird die Wettbewerbsbezüge im Stadtteil nicht wesentlich modifizieren.
- Die durch die geplante Neuaufstellung induzierten Wettbewerbswirkungen werden die wirtschaftliche Tragfähigkeit der tangierten Betriebe nicht in Frage stellen, sodass städtebaulich relevante Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung ausgeschlossen werden können.
- In diesem Zusammenhang ist auch von Bedeutung, dass durch die Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung im Siedlungsbereich Boele-Kabel der aktuelle Kaufkraftabfluss insbesondere an den dezentralen Marktkauf-Standort im Gewerbegebiet Bathey reduziert werden kann.
- Das Nebenzentrum Boele wird seinen Versorgungsauftrag auch weiterhin erfüllen können, da mit den Lebensmittelmärkten Edeka, Aldi Nord und Netto sowie dem Drogeriemarkt Rossmann nahversorgungsrelevante Magnetbetriebe im zentralen Versorgungsbereich verbleiben. Des Weiteren übernimmt das Nebenzentrum Boele über die Nahversorgung hinausreichende Versorgungsfunktionen, die von dem Planvorhaben nahezu unberührt bleiben (u.a. Nonfood-Discounter, Fahrräder, Bekleidung).
- Im Bereich der Nonfood-Sortimente sind allenfalls marginale Umsätze zu erwarten, sodass die wirtschaftliche Tragfähigkeit des Facheinzelhandels in zentralen Versorgungsbereichen keinesfalls gefährdet wird.
- Die Entwicklungsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche wird durch das auf die wohnungsnahe Versorgung ausgerichtete Planvorhaben ebenfalls nicht beeinträchtigt. Auch die Nachnutzungsoptionen für den aktuell leerstehenden Baumarkt im Nebenzentrum Boele werden durch das Planvorhaben nur unwesentlich tangiert. Für den Altstandort wird eine Nachnutzung durch einen Lebensmittelmarkt ausgeschlossen. Aufgrund seiner Verbundlage kann der Standort jedoch durch einen innenstadttypischen Fachmarkt nachgenutzt werden.
- Aufgrund der Dimensionierung des Untersuchungsobjektes sind wesentliche Wettbewerbswirkungen auf Nachbarstädte und insbesondere städtebaulich relevante Auswirkungen auf deren zentrale Versorgungsbereiche auszuschließen.

... und entfaltet keine schädlichen Auswirkungen

Städtebauliche Bewertung (2)

Zusammenfassende städtebauliche Bewertung

1

Im Fazit ist festzuhalten, dass durch die Neuaufstellung des Lidl-Marktes in Hagen-Boele schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in Hagen und in den Nachbarstädten ausgeschlossen werden können.

2

Die zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum werden folglich auch nach der Realisierung des Planvorhaben ihren jeweiligen Versorgungsauftrag sowohl insgesamt als auch sortimentsspezifisch erfüllen können.

3

Dabei ist von Bedeutung, dass mit den Lebensmittelmärkten Edeka, Aldi Nord und Netto wichtige Magnetbetriebe im zentralen Versorgungsbereich Boele verbleiben.

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation und methodische Vorgehensweise	2
2	Projektplanung	5
3	Standortseitige Rahmenbedingungen	9
4	Wettbewerbssituation	14
5	Einzugsgebiet, Kaufkraftpotenzial und Umsatzleistung des Planvorhabens	22
6	Umsatzumlenkungseffekte	29
7	Städtebauliche Bewertung	35
8	Fazit der Analyse	39

Lidl-Neuaufstellung dient Sicherung der Versorgungssituation

Fazit der Auswirkungsanalyse

- Am Standort Schwerter Straße 224 in Hagen-Kabel plant Lidl einen Lebensmittelmarkt mit ca. 1.200 m² Verkaufsfläche kleinräumig zu verlagern.
- Für den Standort besteht kein Bebauungsplan, sodass sich die Genehmigungsfähigkeit des Vorhabens nach § 34 BauGB richtet. Das Umfeld wird durch unterschiedliche Nutzungen geprägt. Innerhalb der Gemengelage stellt der an der Poststraße ansässige großflächige Getränkemarkt Trinkgut ein Vorbild für den großflächigen Einzelhandelsbetrieb dar.
- Das Kerneinzugsgebiet des neuaufzustellenden Lidl-Marktes wird sich unverändert auf Boele-Zentrum und Kabel-Bathey beziehen. Darüber hinaus kann der Markt nur geringe Umsatz mit Kunden aus den Siedlungsbereichen Fley/Helfe erzielen. Die jährliche Umsatzleistung wird unter Berücksichtigung von „Worst-Case-Annahmen“ auf max. 12,5 Mio. € prognostiziert. Gegenüber der Bestandsfiliale kann mit der Neuaufstellung eine jährliche Umsatzsteigerung von max. 4,0 Mio. € induziert werden.
- Die zu erwartenden Wettbewerbswirkungen werden sich vor allem auf Lebensmittelanbieter beziehen, die heute die wesentlichen Träger der Grundversorgung darstellen. Hierzu zählen aufgrund der räumlichen Nähe und der Versorgungsbedeutung insbesondere die Lebensmittelmärkte im unmittelbaren Standortumfeld des Stadtteils Boele (Nebenzentrum Boele und Nahversorgungsstandort Kabel) und am Sonderstandort FMZ Bathey.
- Die zu erwartenden Umsatzverlagerungen gegenüber dem zentralen Versorgungsbereich Boele sowie den wohnungsnahen Versorgungsstandorte fallen mit max. 6 % der Wettbewerberumsätze so gering aus, dass die wirtschaftliche Tragfähigkeit einzelner Betriebe in keinem Fall infrage gestellt wird.
- Schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche im Sinne von § 34 Abs. 3 BauGB können im unterstellten Worst-Case-Szenario somit ausgeschlossen werden.
- Dabei ist von Bedeutung, dass mit den Lebensmittelmärkten Edeka, Aldi Nord und Netto sowie dem Drogeriemarkt Rossmann wichtige Magnetbetriebe im zentralen Versorgungsbereich verbleiben und der Lidl-Bestandsstandort nicht durch einen weiteren Lebensmittelmarkt nachgenutzt werden soll.

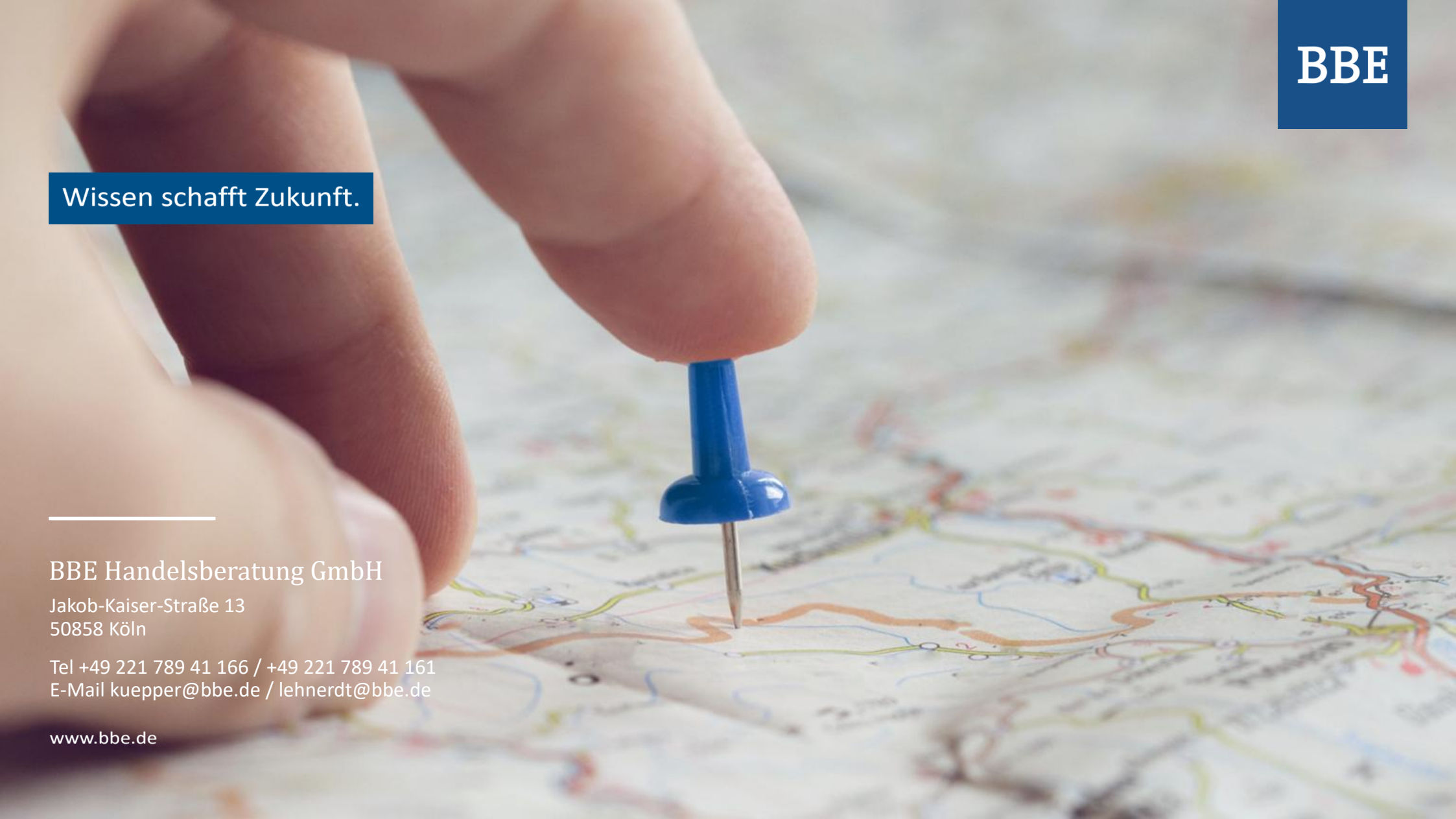
Köln, im April 2026
BBE Handelsberatung GmbH



i.V. Corinna Küpper



i.V. Jörg Lehnerdt

A close-up photograph of a hand placing a blue pushpin into a map. The map shows various colored lines representing roads or rivers. The background is slightly blurred, focusing attention on the hand and the pin.

Wissen schafft Zukunft.

BBE Handelsberatung GmbH

Jakob-Kaiser-Straße 13
50858 Köln

Tel +49 221 789 41 166 / +49 221 789 41 161
E-Mail kuepper@bbe.de / lehnerdt@bbe.de

www.bbe.de