

ÖFFENTLICHE BESCHLUSSVORLAGE

Amt/Eigenbetrieb:

61 Fachbereich Stadtentwicklung, -planung und Bauordnung

Beteiligt:

Betreff:

Verlagerung und Erweiterung eines Discounters, incl. Ansiedlung eines Drogeremarktes am Gotenweg.

Ergebnisse der Auswirkungsanalyse durch die BBE Köln.

Beratungsfolge:

31.08.2016 Bezirksvertretung Hohenlimburg

Beschlussfassung:

Beschlussvorschlag:

Die Bezirksvertretung Hohenlimburg nimmt die Ausführungen und die vorliegende Auswirkungsanalyse der BBE Köln zur Kenntnis.

Kurzfassung

Im Bereich des Gotenweges ist die Umstrukturierung des Einzelhandels geplant. Diesbezüglich wurde eine Auswirkungsanalyse erarbeitet, die die städtebaulichen Auswirkungen bewertet und die Machbarkeit mit den Zielen der Raumordnung und dem Hagener Einzelhandelskonzept prüft. Desweitern ist die Entwicklung vor dem Hintergrund der Versorgungsdefizite in der Hohenlimburger Innenstadt zu berücksichtigen.

Hintergrund

Im Rahmen der Umsetzung des im März 2016 vom Rat beschlossenen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist die Neuordnung des Bereiches Gotenweg und eine Umstrukturierung des Einzelhandels geplant. Ziel ist es, die vorliegenden Bebauungspläne auf die aktuelle BauNVO umzustellen und damit die zukünftige Entwicklung der Einzelhandelsstrukturen städtebaulich verträglich zu steuern. Der Hagener Stadtteil Elsey ist im Bereich Gotenweg maßgeblich durch Gewerbe und Industrie geprägt. Neben kleineren Wohnstrukturen befinden sich dort aber auch der Elektrofachmarkt Berlet und weitere Einzelhandelsbetriebe, die sich in der Vergangenheit dort angesiedelt haben.

Darüber hinaus ist für die Hohenlimburger Innenstadt, insbesondere durch massiven Leerstand und schwierige städtebauliche Bedingungen, ein eklatanter Funktionsverlust zu attestieren. Sichtbare Trading-Down-Tendenzen haben sich in den letzten Jahren verstärkt. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept beschreibt die Notwendigkeit der Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche (ZVB). Die Entwicklungsriorität der Innenstädte – nicht nur als Versorgungsschwerpunkte – wurde als oberstes Ziel vom Rat bestätigt. Diesbezüglich wurde von der BV-Hohenlimburg die Vorbereitung eines Integrierten Handlungskonzeptes beschlossen, um die komplexen Themen für eine positive Gesamtentwicklung der historischen Innenstadt aufzuzeigen und mögliche Förderprogramme zu benennen. (s. Vorlage Nr. 0693/2016)

Planungsrechtliche Situation - Gotenweg

Der Flächennutzungsplan stellt Teile des Gebietes Gotenweg/Am Somborn, südlich der Elseyer Straße und Bereich Alemannenweg, Syburgweg als Gewerbliche Baufläche dar. Ein kleinerer Bereich um den Ostfalenweg ist als Gemischte Baufläche dargestellt.

Derzeit bestehen Bebauungspläne, die Mischgebiet aber auch Gewerbe- und Industriegebiete festsetzen und auf der BauNVO von 1962 basieren. Dies bedeutet, dass in diesem Bereich noch weiterer großflächiger Einzelhandel zulässig wäre. Die dadurch bedingten negativen Auswirkungen auf die Zentren (Einzelhandels-großbetriebe auf der grünen und grauen Wiese) wurden vom Gesetzgeber erkannt und durch die aktuelle BauNVO korrigiert. Eine Umstellung der B-Pläne auf die neue BauNVO – im Sinne einer gesunden Zentrenentwicklung - wird seit langem von der Bezirksregierung gefordert. Die Einleitungen zur Änderung wurden vom Rat der Stadt Hagen 2009, bzw. 2014 beschlossen.

Zur Steuerung des Einzelhandels wurde außerdem die Einleitung des Bebauungsplanes Nr. 7/14 vom Rat der Stadt Hagen am 24.2.2015 beschlossen.

Der vom Bebauungsplan abgedeckte Teilbereich umfasst u.a. den Elektronikfachmarkt Berlet, den Lebensmittel-Discounter (Lidl) und einen Textilfachmarkt (Kik).

Geplante Umstrukturierung des Gebietes

Derzeit bestehen massive Expansionsbestrebungen der Discounter mit dem Ziel, ihre Verkaufsflächen von 800 m² auf mindestens 1200 m² zu vergrößern. So soll auch der bestehende Lidl am Gotenweg (bereits 1000m² VK) auf das angrenzende Grundstück der ehemaligen Federnfabrik verlagert und erweitert werden. Weiterhin besteht die Absicht, unter Ausnutzung der frei werdenden bisherigen Lidl-Fläche einen Drogeriemarkt anzusiedeln.

Etwas abseits vom Standort Berlet/Lidl/Kik befinden sich weitere Einzelhandelsnutzungen. Ein Netto-Markt, der aufgegeben werden soll sowie ein leer stehendes Ladenlokal (ehemaliger Drogeriemarkt Schlecker). Beide Ladenlokale verfügen zusammen über rund 1.000 m² Verkaufsfläche.

Im Zusammenhang mit der geplanten Verlagerung/Erweiterung des Lidl-Marktes und der Ansiedlung eines Drogeriemarktes verzichtet der Eigentümer rechtsverbindlich auf die Ausübung der Einzelhandelsnutzung auf den Flächen Netto und ehemals Schlecker. Die zukünftige Gesamtverkaufsfläche für nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente am Standort Gotenweg soll die der beiden bisherigen Teilstandorte Netto/Schlecker und Berlet/Lidl/Kik nicht überschreiten.

Rahmenbedingungen für eine städtebaulich verträgliche Steuerung und Dimensionierung des Einzelhandels

Rechtliche Grundlagen / Fachliche Bewertungen

- 1. Vorgaben der Landesplanung**
 - 2. Aussagen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes**
 - 3. Verträglichkeitsuntersuchung**
- Abstimmung mit Bezirksregierung und RVR**

1. Vorgaben der Landesplanung

Die Landesplanung gibt Ziele vor, die verbindlich in der kommunalen Bauleitplanung zu berücksichtigen sind.

Im Landesplanungsgesetz – Sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel – sind folgende projektrelevanten Ziele definiert:

Ziel 2: Ausnahmsweise dürfen Sondergebiete für Vorhaben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt werden, wenn nachweislich:

- Eine Lage in den zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere der Erhaltung gewachsener baulicher Strukturen oder der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild nicht möglich ist und

- die Bauleitplanung der Gewährleistung einer wohnortnahmen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und
- zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Ziel 7: Überplanung von vorhandenen Standorten

Vorhandene Standorte (außerhalb von ZVB) können als Sondergebiet festgesetzt werden, wenn die Verkaufsfläche auf den baurechtlichen Bestandsschutz begrenzt wird. In Ausnahmefällen sind auch geringfügige Erweiterungen möglich. Diese belaufen sich auf ca. 10 % der bestehenden Verkaufsfläche.

Ziel 8: Einzelhandelsagglomeration

Außerhalb zentraler Versorgungsbereiche ist der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen (mit zentrenrelevantem Sortiment) entgegenzuwirken. Unter Erweiterung ist das Hinzutreten weiterer Einzelhandelsbetriebe zu einer bestehenden Agglomeration zu verstehen.

Diesbezüglich ist zu prüfen, ob durch eine Flächenbilanzierung, d.h. Wegfall der Verkaufsflächen von Netto und Schlecker, zugunsten der Erweiterung Lidl und Neuansiedlung Drogeriemarkt, diese Bedingung erfüllt werden kann.

2. Aussagen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes

- Grundsatz 1: Zentren besitzen Entwicklungsriorität.
Der Entwicklung von Standortagglomerationen außerhalb der Zentren sollte entgegen gewirkt werden.
- Grundsatz 2: Standorte für nahversorgungsrelevante Sortimente (Lebensmittel, Drogerieartikel) sollen nur dann realisiert werden, wenn im Nahbereich keine Versorgung gewährleitet ist und die zentralen Versorgungsbereiche nicht gefährdet werden. (Verweis auf Ziel 2, s.o.)
- Grundsatz 7: Weitere Ausdehnungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche – insbesondere in Gewerbegebieten – sollen verhindert werden.
- Bestandsschutz ist gewährleistet, geringfügige Arrondierungen sind möglich (ca. 10%).
- Der Verkaufsflächenanteil in Sondergebieten beträgt in Hagen bereits ca. 44 % der Gesamtverkaufsfläche und wird als alarmierend hoch bewertet. Zukünftige Ansiedlungen sollenvorrangig auf die ZVB konzentriert werden.

3. Verträglichkeitsuntersuchung (s. Anlage 1)

Zur frühzeitigen Bewertung der Auswirkungen des Planvorhabens wurde im Vorfeld die BBE Köln beauftragt, eine Verträglichkeitsanalyse durchzuführen.

Hierbei wurde untersucht, welche Auswirkungen sich aus der Verlagerung/Erweiterung des Lidl-Marktes und des geplanten Drogeremarktes ergeben. Darüber hinaus erfolgt eine Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen unter Berücksichtigung des Einzelhandelskonzeptes und der landesplanerischen Zielvorgaben.

Eine Abstimmung mit der Bezirksregierung und dem Regionalverband Ruhr hat ebenfalls stattgefunden und wird im Folgenden mit dokumentiert.

Fazit der Untersuchung

Auswirkungsanalyse:

- Es gibt derzeit keinen Drogeremarkt in Hohenlimburg. Somit weichen Kunden diesbezüglich auf den verkehrlich gut zu erreichenden Angebotsstandort Kaufland (Auf dem Lölfert) aus, bzw. nutzen das Sortimentsangebot in den Discountern, bzw. Vollsortimentern.
- Der geplante Drogeremarkt trägt zu einer Verbesserung der Versorgung im Stadtgebiet bei.
- Die geplante Neuaufstellung des Lidl-Marktes sowie die Ansiedlung des Drogeremarktes „ersetzt“ im Wesentlichen die weggefallenen Verkaufsflächen des Schlecker, sowie zukünftig des Netto an der Alemannenstraße und konzentriert diese an einem Standort innerhalb des Sonderstandortes Berlet. Die verpflichtende Nutzungsaufgabe des Netto wäre dabei Voraussetzung. Eine Nachnutzung durch Einzelhandel soll durch den B-Plan ausgeschlossen werden.

Die BBE Köln vertritt die gutachterliche Einschätzung, dass durch die aktuell geplante Ansiedlung des Drogeremarktes sowie die Erweiterung und Verlagerung des Lidl-Marktes – trotz der nicht integrierten Lage – keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in Hagen sowie in den umliegenden Städten zu erwarten sind.

Bewertung der BBE:

Der Gutachter weist jedoch auch darauf hin, dass die geplante Ansiedlung am Gotenweg grundsätzlich die Ansiedlungschancen eines Drogeremarktes im Stadtbezirkszentrum Hohenlimburg verringert. Gemäß aktueller Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Hagen besitzen die zentralen Versorgungsbereiche Entwicklungspriorität.

Das Zentrum von Hohenlimburg weist ein erhebliches Defizit der Versorgungsfunktion auf. Die Ladenleerstände sind extrem hoch. Insbesondere fehlen seit der Schließung von Woolworth, Kaiser's und Ihr Platz frequenzbringende Betriebe wichtiger Branchen. Die funktionale Anbindung der Lebensmittelanbieter

REWE und Aldi ist trotz der räumlichen Nähe zur Fußgängerzone unzureichend.

Leerstehende Ladenlokale und Potenzialflächen bieten grundsätzlich die Möglichkeit einer Revitalisierung des Zentrums. Ein Drogeriemarkt wäre geeignet, einen Beitrag dazu zu leisten. Der Gutachter gibt allerdings auch zu bedenken, dass führende Betreiber, z.B. von Drogerieanbietern ihre Standortentscheidung für das Zentrum Hohenlimburgs davon abhängig machen, ob es eine langfristige Perspektive für den zentralen Versorgungsbereich gibt. Vor diesem Hintergrund spricht die BBE der Stadt die Empfehlung aus, möglichst schnell eine Klärung dieser Perspektive herbeizuführen und geeignete Investitionsvorhaben zu ermöglichen.

Diese Vorgehensweise verfolgt die Verwaltung bereits durch die Vorbereitung eines Integrierten Handlungskonzeptes, wie es von der Bezirksvertretung Hohenlimburg auch gefordert wurde.

Einordnung des Vorhabens in die Ziele des Landesentwicklungsplanes

Mit dem Inkrafttreten des „Sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel“ bestehen Ziele und Grundsätze der Raumordnung, die im Rahmen des Bauleitplanverfahrens bei der Abwägung beachtet bzw. berücksichtigt werden müssen (s.o.).

Ziel 2: Zentrenrelevante Kernsortimente: Standorte nur in zentrale Versorgungsbereiche

Wie zuvor erläutert bietet sich im zentralen Versorgungsbereich Hohenlimburg grundsätzlich die Möglichkeit, leerstehende Ladenlokale zu nutzen. Damit ist eine der drei Bedingungen für die landesplanerische Inanspruchnahme der Ausnahmeregelung nicht erfüllt. Die Realisierung eines Drogeriemarktes außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen verstieße somit gegen Ziel 2.

Ziel 7: Überplanung von vorhandenen Standorten

Vorhandene Sonderstandorte außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dürfen als Sondergebiet festgesetzt werden, wenn die Verkaufsflächen auf den baurechtlichen Bestandsschutz begrenzt werden. In Ausnahmefällen sind auch geringfügige Erweiterungen (10%) möglich.

Für den Planstandort wurde bereits ein B-Planverfahren zur Festsetzung eines Sondergebietes eingeleitet, in dem Einzelhandelssteuerung erfolgen soll.

Die Bezirksregierung und der RVR haben daraufhin gewiesen, dass es nicht möglich sei, eine saldierende Gesamtbetrachtung aller Veränderungen im gesamten Bebauungsplangebiet vorzunehmen. Die vorgesehene Flächenbilanzierung der wegfallenden Verkaufsflächen zugunsten der geplanten Verkaufsflächen entsprächen nicht der vom LEP geforderten Begrenzung auf den baurechtlichen Bestand. Im Rahmen des Bestandsschutzes bestünde daher nicht die Möglichkeit der Verlagerung und des Neubaus sowie keine Möglichkeit zur Erweiterung des Lidl-Marktes um 300 m² (entspricht 30%).

Somit verstieße das Vorhaben ebenfalls gegen Ziel 8.

Fazit

Alle Beteiligten an der bisher durchgeführten Prüfung und Abstimmung sind sich darüber bewusst, dass die Ansiedlung eines Drogeremarktes in der Innenstadt von Hohenlimburg die Strukturschwächen nicht allein ausgleichen kann. Es sind weitaus umfangreichere Maßnahmen zur Vitalisierung der Hohenlimburger City erforderlich. Dies entspricht auch der Position der engagierten Werbegemeinschaft vor Ort.

Die Kurzexpertise zum Integrierten Handlungskonzept des Büros plan-lokal hat die Schwächen des Zentrums aufgezeigt, aber auch die umfangreichen Potenziale und Stärken dargestellt. Die Umsetzung erfordert allerdings ein kontinuierliches Engagement über mehrere Jahre mit entsprechendem Personal- und Haushaltsmitteleinsatz sowie begleitende Förderung des Landes.

Die Bezirksregierung weist allerdings darauf hin, dass bei einer eventuellen Förderung von Maßnahmen im Rahmen eines IHK für Hohenlimburg, die Stadt sich verpflichten muss, Prüfungs- und Sicherungsmaßnahmen zur Verhinderung der Ansiedlung städtebaulich nicht integrierter großflächiger Einzelhandelsbetriebe durchzuführen.

Weiteres Vorgehen

Bezüglich der Auslegung der Ziele der Landesplanung bestehen unterschiedliche Interpretationen zwischen dem RVR und dem Rechtsanwalt des Investors. Eine weitere Erörterung der unterschiedlichen rechtlichen Beurteilungen ist vorgesehen, um die Zielkonformität des Ansiedlungsvorhabens am Gotenweg mit der Landesplanung zu prüfen. Der Investor wurde aufgefordert, eine entsprechende juristische Beurteilung einzureichen (voraussichtlich Ende August), die als Grundlage für ein weiteres Abstimmungsgespräch mit der Bezirksregierung und dem RVR dienen soll.

Zwischenzeitlich hat der Investor gegenüber der Verwaltung signalisiert, dass er unter bestimmten Bedingungen auf die Ansiedlung eines Drogeremarktes verzichten würde.

Die Notwendigkeit einer städtebaulichen Steuerung des Einzelhandels an diesem Standort ist davon jedoch unberührt, insbesondere da das derzeitige Planungsrecht weiteren großflächigen Einzelhandel zulässt.

Finanzielle Auswirkungen

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

- Es entstehen keine finanziellen und personellen Auswirkungen

gez. Thomas Grothe

Technischer Beigeordneter

Verfügung / Unterschriften

Veröffentlichung

Ja

Nein, gesperrt bis einschließlich

Oberbürgermeister

Gesehen:

Erster Beigeordneter und Stadtkämmerer

Stadtsyndikus

Beigeordnete/r Die Betriebsleitung Gegenzeichen:

Amt/Eigenbetrieb:

Beschlussausfertigungen sind zu übersenden an:

Amt/Eigenbetrieb: **Anzahl:**

Auswirkungsanalyse

zur Einzelhandelsentwicklung in Hagen-Hohenlimburg-Elsey, Bereich Gotenweg

für die
Stadt Hagen
Fachbereich Stadtentwicklung, -planung und Bauordnung
Rathausstraße 11
58095 Hagen

Ihre Ansprechpartner
Wirtschaftsgeogr. Anna Heynen M.A.
Dipl. Kfm. Jörg Lehnerdt
(Niederlassungsleitung)

BBE Handelsberatung GmbH
Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160
Fax +49 221 789 41 169
E-Mail lehnerdt@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

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

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

Wissen schafft Zukunft.

Inhaltsverzeichnis

1 Aufgabenstellung und methodische Vorgehensweise	4
1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung.....	4
1.2 Methodische Vorgehensweise.....	5
2 Projektrelevante Marktentwicklungen.....	6
2.1 Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel.....	6
2.2 Marktsituation im Drogerieeinzelhandel	9
3 Standortseitige Rahmenbedingungen	12
3.1 Makrostandort.....	12
3.2 Mikrostandort	17
4 Wettbewerbssituation	22
4.1 Relevanter Wettbewerb in Hagen-Hohenlimburg.....	22
4.2 Relevanter Wettbewerb in der Stadt Iserlohn-Letmathe	24
5 Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial.....	30
6 Auswirkungsanalyse.....	34
6.1 Umsatzleistung des Planvorhabens	34
6.2 Umsatzumverteilungseffekte	38
6.2.1 Umsatzumverlagerungen im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel	39
6.2.2 Umsatzverlagerungen im Sortiment Drogeriewaren.....	42
6.3 Städtebauliche Bewertung.....	43
6.4 Einordnung des Vorhabens in die Ziele des Landesentwicklungsplanes	45
6.5 Landesentwicklungsplan NRW.....	45
6.6 Einzelhandelskonzept der Stadt Hagen	47
6.7 REHK Östliches Ruhrgebiet (Fortschreibung 2013).....	49

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel	6
Abbildung 2: Durchschnittliche Artikelanzahl nach Betriebstyp	7
Abbildung 3: Umsatzanteile bei Drogeriewaren in Deutschland	10
Abbildung 4: Distributionsstrukturen bei Drogerie- und Parfümerieartikeln	10
Abbildung 5: Lage der Stadt Hagen und die zentralörtliche Gliederung	12
Abbildung 6: Hagener Stadtbezirke bzw. statistische Bezirke	13
Abbildung 7: Einwohnerzahlen der Stadt Hagen nach Stadtbezirken	14
Abbildung 8: Zentrenstruktur der Stadt Hagen.....	16
Abbildung 9: Mikrostandort (Fotos)	17
Abbildung 10: Mikrostandort.....	18
Abbildung 11: Siedlungsstruktur und verkehrliche Erreichbarkeit.....	19
Abbildung 12: Projektierte Verkaufsfläche des Planvorhabens	20
Abbildung 13 Relevanten Angebotssituation.....	26
Abbildung 14: Relevante zentrale Versorgungsbereiche/ Standorte der wohnortnahmen Versorgung	27
Abbildung 15: Verkaufsflächenbilanzierung	29
Abbildung 16: Einzugsgebiet des geplanten Drogeriefachmarktes.....	31
Abbildung 17: Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet	33
Abbildung 18: Umsatzerwartung des Planvorhabens	36
Abbildung 19: Erwartete Kundenstruktur und Kaufkraftbindung des Planvorhabens in den untersuchungsrelevanten Sortimenten.....	37
Abbildung 20: Umsatzumverteilung in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten	40

1 Aufgabenstellung und methodische Vorgehensweise

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

In der vom Rat der Stadt Hagen am 11.01.2016 beschlossenen Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts ist die Neuordnung des innerhalb des Sonderstandorts Berlet gelegenen Bereiches Gotenweg geplant. Ziel ist es, die vorliegenden Bebauungspläne auf die aktuelle BauNVO umzustellen und damit die zukünftige Entwicklung der Einzelhandelsstrukturen städtebaulich verträglich zu steuern.

Der Hagener Stadtteil Elsey weist im Bereich Gotenweg differenzierte Umfeldstrukturen auf. So sind dort neben mehreren Fachmärkten (u.a. Elektrofachmarkt Berlet, Textilfachmarkt Kik) auch kleinere Wohngebiete vorzufinden.

Der vom Bebauungsplan Nr. 7/14 abgedeckte Teilbereich umfasst neben dem Objekt Berlet einen Lebensmittel-Discounter (Lidl) und einen Textilfachmarkt (Kik) auch das angrenzende Grundstück der aktuell stillgelegten Hohenlimburger Federfabrik.

Nach den Vorstellungen von Eigentümer (Berlet) und Betreiber (Lidl) soll der bereits großflächige Lidl-Markt auf ein angrenzendes Grundstück der Federfabrik verlagert und erweitert werden. Weiterhin besteht die Absicht, unter Ausnutzung der frei werdenden bisherigen Lidl-Fläche einen Drogeriemarkt anzusiedeln.

Für eine Umsetzung der Planungen werden gutachterliche Aussagen zu den absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens erforderlich. Mit dieser Auswirkungsanalyse sollen folgende Fragen beantwortet werden:

- Welche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in Hagen und der Nachbarkommunen ergeben sich aus der Verlagerung / Erweiterung des Lidl-Marktes und des (geplanten) Drogeriemarktes?
- Wie sind die städtebaulichen Auswirkungen unter Berücksichtigung des Einzelhandelskonzeptes und der Aussagen der Fortschreibung zu bewerten?
- Wie sind die Entwicklungen unter Berücksichtigung der Vorgaben der Landesplanung und des REHK zu bewerten?

Die BBE Handelsberatung GmbH ist mit der Erarbeitung eines entsprechenden Gutachtens beauftragt worden. Die Ergebnisse der Analyse werden im Folgenden dargelegt.

1.2 Methodische Vorgehensweise

Die Grundlage der Analyse bilden Recherchen der Gutachter in der Stadt Hagen sowie den nächstgelegenen relevanten Versorgungsstandorten im Umland. Die Ergebnisse der Untersuchung basieren insbesondere auf folgenden Datengrundlagen:

- Durchführung von Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung der Mikrostandort-Situation.
- Erhebung der relevanten Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln sowie Drogeriewaren im Standortumfeld. Hierzu zählen neben entsprechenden Fachanbietern auch Lebensmittel-Discounter, Super- und Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser sowie Drogeriefachmärkte.
- Umsatzschätzung für die erfassten Einzelhandelsbetriebe unter Berücksichtigung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern.
- Verwendung von aktuellen Datenmaterialien der BBE Marktforschung (z. B. gemeindebezogene Kaufkraftkennziffern und sortimentsspezifische Pro-Kopf-Ausgaben).
- Aufbereitung relevanter sekundärstatistischer Daten und Informationsquellen (u. a. Einwohnerzahlen der Stadt Hagen, Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Hagen (2015), Regionales Einzelhandelskonzept für das Östliche Ruhrgebiet sowie angrenzende Bereiche (REHK 2013)).
- BBE-Erfahrungswerte aus ähnlich gelagerten Untersuchungen.

Die Prognose der derzeitigen und der durch das Planvorhaben beeinflussten zukünftigen Kaufkraftbewegungen wird unter Zugrundelegung der folgenden Faktoren durchgeführt:

- Zeitdistanzen zwischen den Wohnortstandorten im Einzugsbereich und den projektrelevanten Einzelhandelsstandorten,
- Einwohnerzahlen im Untersuchungsgebiet,
- einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Untersuchungsgebiet,
- Attraktivität der untersuchungsrelevanten Einkaufsziele im Untersuchungsgebiet ausgedrückt durch das Verkaufsflächenangebot, die Angebotsstruktur, den Umsatz und die Erreichbarkeit,
- Bereitschaft der Konsumenten zur „Raumüberwindung“ beim Einkauf bestimmter Warengruppen.¹

Das eingesetzte Prognosemodell wurde bereits in zahlreichen Praxissituationen erprobt und verfeinert, so dass es zur Abschätzung der Auswirkungen von Einzelhandel auf die Kaufkraftbindung und die Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet geeignet ist.

¹ Während beispielsweise bei Artikeln des täglichen Bedarfes (v. a. Lebensmittel und Drogeriewaren) das Kriterium der räumlichen Nähe des Einkaufszieles gegenüber dem Kriterium der Attraktivität relativ wichtiger ist, dominiert bei Artikeln des mittel- und längerfristigen Bedarfes (u. a. Sportartikel oder Bekleidung / Schuhe) das Kriterium der (vermuteten) Attraktivität.

2 Projektrelevante Marktentwicklungen

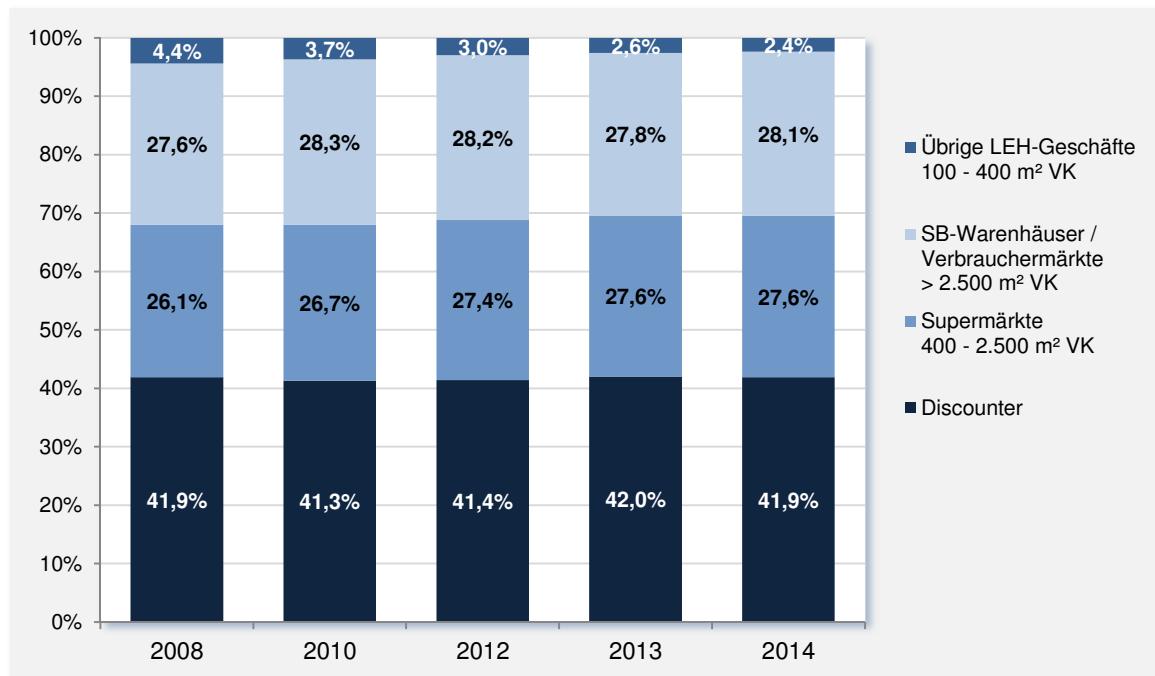
2.1 Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel

Zur Einordnung des Vorhabens in einen übergeordneten Rahmen innerhalb der deutschen Handelslandschaft werden im Folgenden einige Entwicklungen und Trends im Lebensmitteleinzelhandel, speziell im Marktsegment „Lebensmitteldiscounter“, aufgezeigt.

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

Von den Einzelhandelsausgaben der deutschen Verbraucher in Höhe von ca. 525 Mrd. € entfallen rd. 272 Mrd. € auf die Kernsortimente der Nahversorgung (Lebensmittel, Getränke, Drogeriewaren, Apothekenwaren).² Dies entspricht einem Anteil von rd. 52 % und dokumentiert die hohe Bedeutung dieses Marktsegmentes, insbesondere der Nahrungs- und Genussmittel.

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel



Quelle: Nielsen (Lebensmittelmärkte < 100 m²VK), BBE-Darstellung 2016

² Vgl. MB-Research, Sortimentskaufkraft 2015 in Deutschland

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

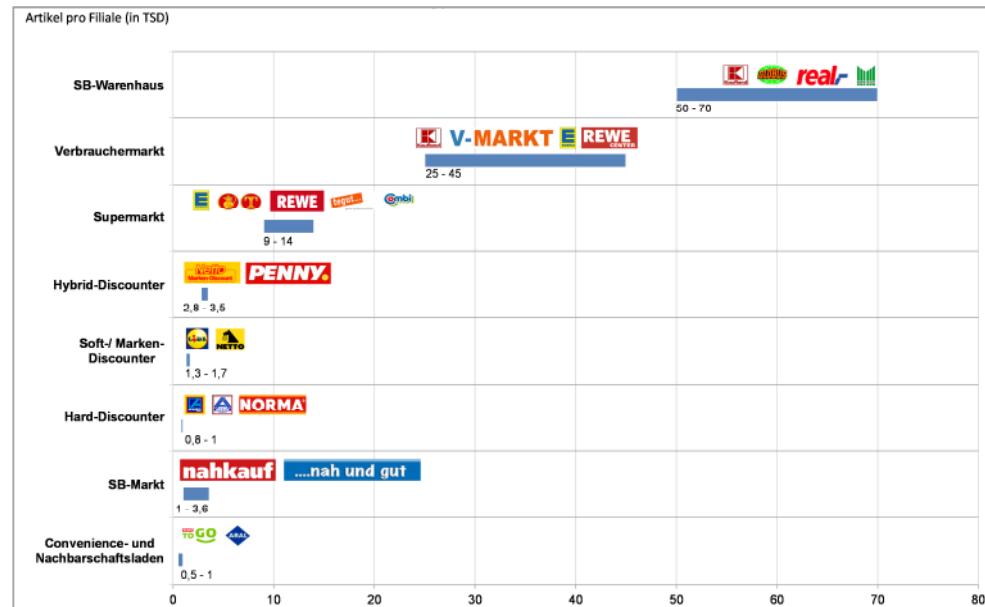
Aufgrund einer ausgeprägten Preisorientierung der deutschen Kunden und an veränderte Verbraucherwünsche angepasster Betriebskonzepte haben die Lebensmitteldiscounter in den letzten Jahrzehnten stark an Marktanteilen gewinnen können und sind seit einigen Jahren mit einem Marktanteil ca. 42 % der am stärksten präsente Betriebstyp des Lebensmittelhandels (vgl. Abbildung 1). Zur Einordnung des Vorhabens in einen übergeordneten Rahmen innerhalb der deutschen Handelslandschaft werden im Folgenden einige Entwicklungen und Trends im Lebensmitteleinzelhandel, speziell im Marktsegment „Lebensmitteldiscounter“, aufgezeigt.

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

Dabei ist zwischen den Hard-Discountern und den Soft- bzw. Markendiscountern zu unterscheiden (vgl. Abbildung 2). Hard-Discounter führen etwa 800 – 1.000 verschiedene Artikel, wohingegen die Soft-Lebensmitteldiscounter mit bis zu 1.700 Artikeln annähernd die doppelte Artikelzahl anbieten. Charakteristisch für Lebensmitteldiscounter, insbesondere Hard-Discounter, ist auch der hohe Anteil an Eigenmarken.

Eine Weiterentwicklung des Betriebstyps stellen die Supermarkt-Discount-Hybriden (oder Hybrid-Discounter) dar, zu denen in Deutschland u. a. Netto zählt. Netto positioniert sich hinsichtlich der Artikelzahl und des Getränkesortiments zwischen Supermarkt und Lebensmitteldiscounter.

Abbildung 2: Durchschnittliche Artikelanzahl nach Betriebstyp



Quelle: BBE-Darstellung 2015

In der Praxis versorgt sich der Verbraucher nicht nur bei einer, sondern bei durchschnittlich 4 Betriebsformen. Idealtypischer Weise wird der Grundbedarf beim Lebensmitteldiscounter eingekauft, die Pro-

dukte, die dort nicht erhältlich sind oder die man dort nicht kaufen möchte, werden bei anderen Anbietern nachgefragt.

Traditionell lag der Schwerpunkt bei den Lebensmitteldiscountern im Angebot von Trockensortimenten. Zwischenzeitlich sind die Frischesortimente deutlich ausgeweitet worden. So wurde das Angebot bei Obst und Gemüse sowie Molkereiprodukten diversifiziert. In den letzten Jahren sind weitere Angebotsergänzungen durch neue Sortimentsbereiche wie Backwaren, Frischfleisch und Fisch in Selbstbedienung hinzugekommen, so dass Lebensmitteldiscounter inzwischen umfassende Nahversorgungsfunktionen übernehmen können.

Die Sortimentsentwicklung im Lebensmittelbereich ist zu Lasten der Aktionswaren gegangen. Der Non-food-Bereich, der sich zu einem Großteil aus wöchentlich wechselnden Aktionsangeboten zusammensetzt, umfasst durchschnittlich einen Umsatzanteil von 9 % bis 13 %.

Die Lebensmitteldiscounter besitzen in der Regel einen einheitlichen Marktauftritt, so dass der Kunde in jedem Markt des jeweiligen Betreibers dasselbe Sortiment vorfindet.

Gleichzeitig wachsen die Verkaufsflächen der Lebensmitteldiscounter seit Jahren kontinuierlich. Die Ursache für den gestiegenen Flächenbedarf bei Lebensmitteldiscountern hat vor allem folgende Ursachen:

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

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

Fazit zu Entwicklungen und Trends in der Lebensmittelbranche:

-
- Lebensmitteldiscounter sind der am stärksten verbreitete Betriebstyp des Lebensmitteleinzelhandels. Nach hohen Zugewinnen in den 1990er Jahren ist der Marktanteil der Discountmärkte inzwischen relativ stabil.
 - Discounter gewährleisten die Grundversorgung, wobei kontinuierlich eine größere Angebotstiefe im nahversorgungsrelevanten Angebot realisiert wird.
 - Als Soft-Discounter positioniert sich die Fa. Lidl zwischen Hard-Discountern und Vollsortimentern und bietet dabei sowohl Preise auf Discountniveau (Eigenmarken) als auch ausgewählte Markenprodukte, so dass ein Lidl-Lebensmittel-Discountmarkt umfassende Nahversorgungsfunktionen übernehmen kann.
 - Verkaufsfläche steigt bei Supermärkten und Lebensmitteldiscountern.
 - Im Discountsegment werden für Neubauten mittlerweile Verkaufsflächen zwischen 800 und 1.500 m² seitens der Betreiber als marktgerecht angesehen, wobei Verkaufsflächengrößen von rd. 800 m² und weniger immer seltener realisiert werden.
 - Die in Hagen ansässige Lidl-Filiale soll auf zukünftig rd. 1.300 m² erweitert werden. Nach
-

der angestrebten Realisierung wird der Lidl-Markt demnach eine Verkaufsflächendimensi-
nierung aufweisen, die sich im oberen Mittelfeld moderner Lebensmittel-Discounter bewegt.

2.2 Marktsituation im Drogerieeinzelhandel

Im Bereich der Drogeriewaren hat sich in den vergangenen Jahrzehnten der Vertriebstyp des Droge-
riemarktes etabliert, der weitgehend die klassische Drogerie abgelöst hat. So ist die Zahl der Fachdro-
gerien bundesweit im Zeitraum von 1980 bis 2010 von über 8.900 auf 2.700 Verkaufsstellen zurückge-
gangen, während die Drogeriemärkte von knapp 1.500 auf 12.000 Verkaufsstellen angestiegen sind.³
Bedingt durch die Insolvenz der Firma Schlecker ist die Zahl der Drogeriemärkte im Jahr 2012 auf ca.
3.855 geschrumpft.

Das Kernsortiment der Drogeriemärkte umfasst die Warenbereiche Wasch-, Putz- und Reinigungsmit-
tel, Hygieneartikel/ Haushaltspapiere, Gesundheits- und Körperpflegeartikel, Kosmetik und Parfums,
Babynahrung/ -Pflege sowie Tiernahrung/ Tierpflege. Darüber hinaus werden betreiberspezifisch unter-
schiedliche Randsortimente zur Ergänzung auf deutlich nachgeordneten Verkaufsflächenanteilen ange-
boten (u. a. Bio-Lebensmittel, Unterwäsche / Strumpfwaren, Babybekleidung, Kurzwaren, Haushaltswa-
ren, Dekorationsartikel, Kerzen, Fotozubehör, Elektrozubehör, Bilderrahmen, Schreib- und Spielwaren).
Ein Drogeremarkt führt im Kernsortiment durchschnittlich ca. 5.000 - 8.000 Artikel.

Neben Drogeriemärkten sind in Innenstädten und größeren Stadtteilzentren oftmals auch Parfümerien
mit einem Teilsortiment der Kosmetik, Parfums und Körperpflege vorzufinden. Die Sortimente werden
darüber hinaus auch in den innerstädtischen Warenhäusern sowie von den Lebensmittelmärkten ange-
boten. Bei Lebensmitteldiscountmärkten liegt die durchschnittliche Artikelzahl bei den relevanten Droge-
rie- und Parfümeriesortimenten bei max. 600, bei Supermärkten werden ca. 1.600 Artikel angeboten, so
dass der Lebensmitteleinzelhandel vorwiegend die gängigen Sortimente des Grundbedarfs führt.

Das Drogeriesortiment ist dem kurzfristigen Bedarf zuzurechnen, demgemäß sind Drogeriemärkte
gleichermaßen in Innenstädten, Stadtteilzentren und in Verbindung mit dem Lebensmitteleinzelhandel
auch an Nahversorgungsstandorten oder dezentralen Einzelhandelsagglomerationen vorzufinden.

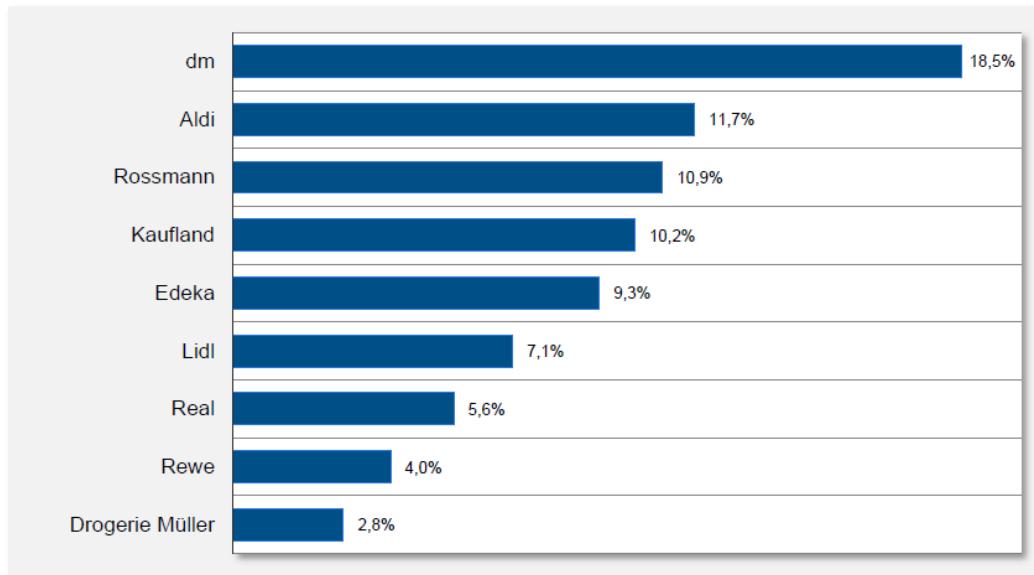
Als wichtige Betreiber haben sich in den letzten Jahren die drei Anbieter dm, Rossmann und Drogerie
Müller herauskristallisiert. Mit der Insolvenz der Firma Schlecker wurde ein grundlegender Strukturwan-
del im Bereich der Drogeriemärkte eingeleitet, der mit einer Reduzierung der Anzahl der kleinen Märkte
einhergegangen ist und zu einem Bedeutungsgewinn der Drogerieabteilungen der Lebensmittelmärkte
geföhrt hat.

Die Filialisten dm und Rossmann verfügen bundesweit zusammen über ca. 3.600 Filialen und haben
sich mit Betriebsgrößen i. d. R. von 400 - 800 m² Verkaufsfläche positioniert. Einzig die Firma Drogerie
Müller belegt auch größere Verkaufsflächen, wobei dies mit einer deutlichen Ausweitung der Sortimen-
te, vor allem bei Spielwaren und Elektroartikeln, einhergeht.

³ Vgl. EHI, Handel aktuell 2009/ 2010, EHI Handelsdaten 2013

Betrachtet man die Umsatzanteile im Drogeriewarensegment differenziert nach Anbietern lässt sich feststellen, dass mit Abstand höchsten Anteile (rd. 19 %) auf den Betreiber dm entfallen, gefolgt von den Anbietern Aldi (rd. 12 %) und Rossmann (rd. 11 %) sowie Kaufland (rd. 11 %).

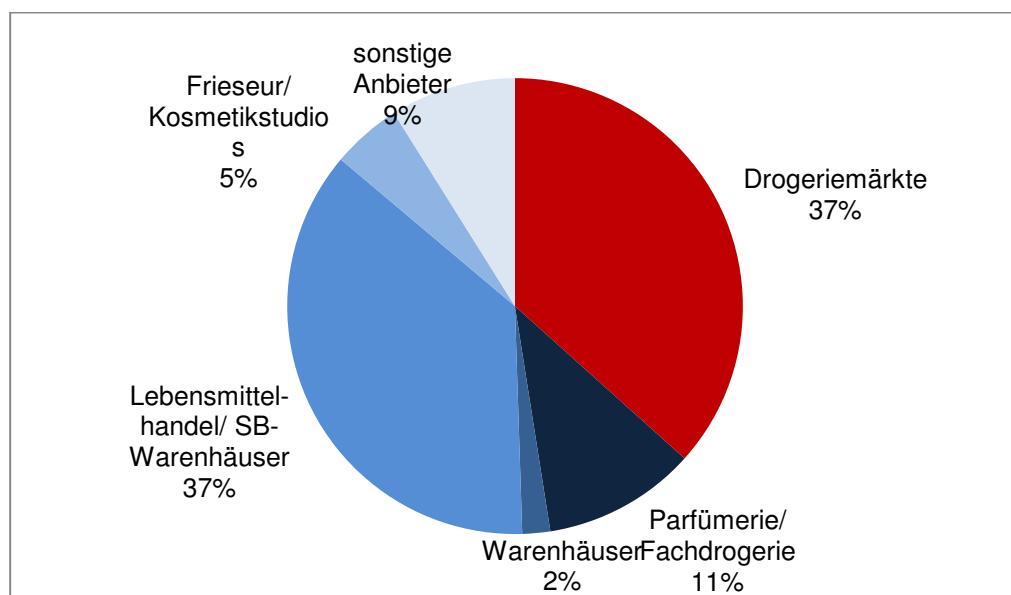
Abbildung 3: Umsatzanteile bei Drogeriewaren in Deutschland



Quelle: Statista, Stand 2012, BBE-Darstellung 2015

Die Distributionsstruktur für Drogerie- und Parfümeriewaren ist dabei wesentlich durch Drogeriemärkte geprägt, die einen Marktanteil von ca. 37 % halten. Auf Parfümerien / Fachdrogerien entfallen ca. 11 % der Umsätze und auf die Warenhäuser ca. 2 %. Eine wesentliche Versorgungsbedeutung kommt jedoch auch dem Lebensmittelhandel (inkl. SB-Warenhäuser) mit einem Marktanteil von ca. 37 % zu.

Abbildung 4: Distributionsstrukturen bei Drogerie- und Parfümerieartikeln



Quelle: BBE Handelsberatung, Markt:Monitor Drogeriewaren 2013

Die aktuellen Marktentwicklungen zeigen, dass das durch die Schlecker-Insolvenz entstandene Defizit in der flächendeckenden Versorgung durch Drogeriemärkte noch nicht vollständig geschlossen wurde. Demgemäß ist immer noch eine zunehmende Zahl von Drogeriemärkten zu verzeichnen. Dabei liegen die Mindestgrößen bei dm und Rossmann bei 500 – 800 m² Verkaufsfläche.

Der zunehmende Flächenbedarf ist auf eine großzügigere Warenpräsentation, eine verbesserte Kundenführung und eine Optimierung der internen Logistikabläufe zurückzuführen. Insbesondere möglichst breite Gänge sind in diesem Zusammenhang für Drogeriemärkte wichtig, da eine Hauptzielgruppe „Junge Familien“ darstellen, die den Drogeremarkt häufig mit Babys / Kleinkindern in Kinderwagen aufsuchen. Vor diesem Hintergrund sind unmittelbar zugeordnete Stellplatzanlagen in ausreichender Dimension ebenfalls von immer größerer Bedeutung.

Fazit zu Entwicklungen und Trends im Drogeriemarktsegment:

-
- Die Vertriebsform des Drogeremarktes hat in den vergangenen Jahrzehnten die klassische Drogerie abgelöst.
 - Das Kernsortiment ist den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zuzuordnen.
 - Nach der insolvenzbedingten Schließung der Schlecker-Filialen zählen dm, Rossmann sowie Drogerie Müller aktuell zu den wichtigsten Drogeriemarktbetreibern.
 - Gleichzeitig hat der filialisierte Lebensmitteleinzelhandel im Drogeriemarktsegment deutliche Zugewinne verzeichnen können und übernimmt aktuell eine entsprechend hohe Versorgungsbedeutung.
 - Bei Neuansiedlungen von Drogeriemärkten liegen die Mindestgrößen bei 500 m² bis 800 m² Verkaufsfläche.
 - Der in Hagen geplante Drogeriefachmarkt soll eine Verkaufsfläche von max. 850 m² aufweisen und ist somit als großer moderner Drogeriemarkt zu bewerten.
-

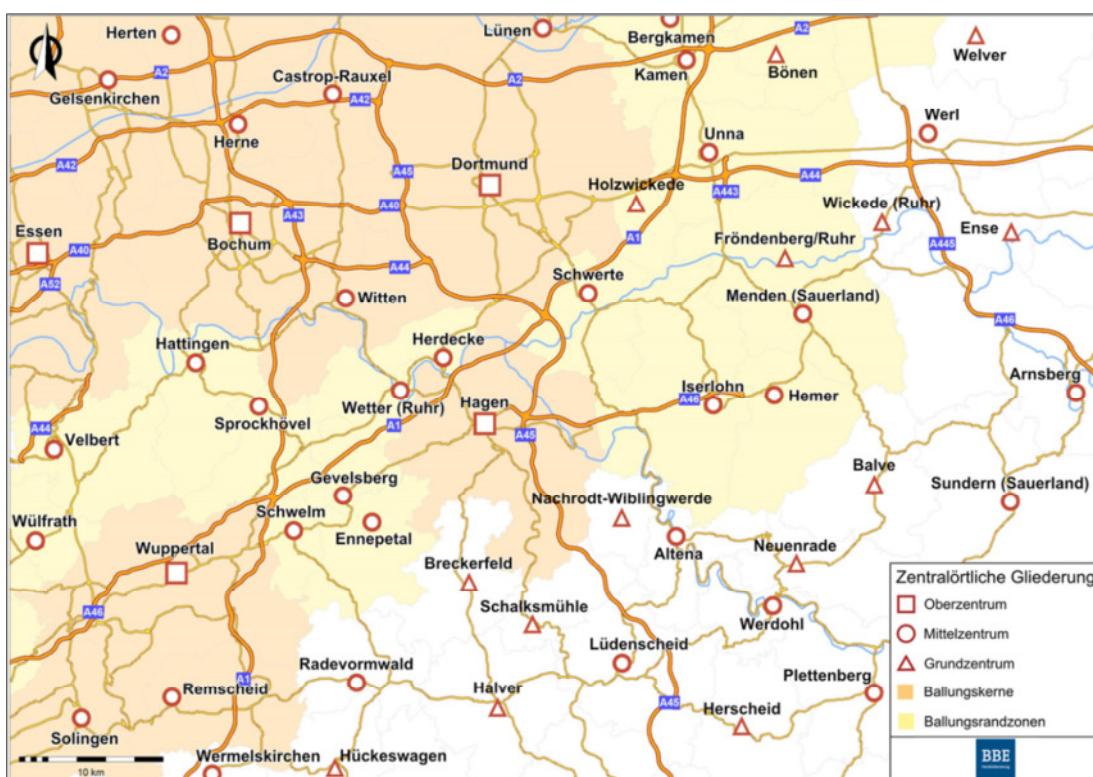
3 Standortseitige Rahmenbedingungen

3.1 Makrostandort

Die kreisfreie Stadt Hagen liegt im Osten des Landes Nordrhein-Westfalen und gehört dem Regierungsbezirk Arnsberg an. Angrenzende Städte und Gemeinden sind Herdecke und Dortmund im Norden, Schwerte im Nordosten, Nachrodt-Wiblingwerde und Iserlohn im Osten, Schalksmühle und Breckerfeld im Süden, Ennepetal im Südosten, Gevelsberg und Wetter im Westen.

Der Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) weist Hagen die Funktion eines Oberzentrums im Ballungsgebiet des südöstlichen Ruhrgebietes zu. Hagen grenzt an das ländlich geprägte Sauerland an, so dass die Stadt als „Tor zum Sauerland“ gilt.

Abbildung 5: Lage der Stadt Hagen und die zentralörtliche Gliederung



Quelle: Eigene Darstellung; Kartengrundlage: 2012 Nexiga, TomTom

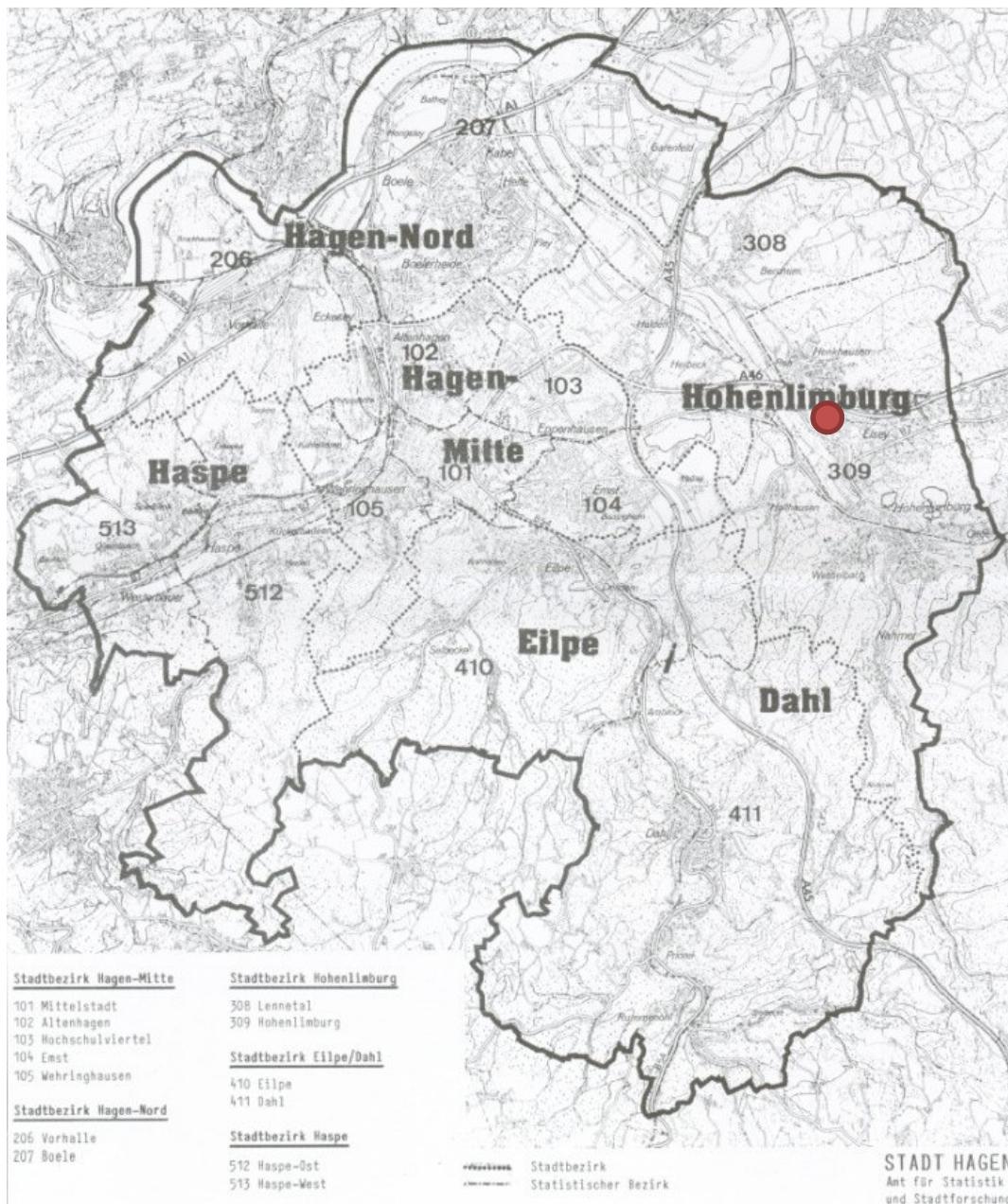
Hagen ist eingebettet in eine waldreiche Mittelgebirgslandschaft und wird siedlungsstrukturell wesentlich durch die Tallagen der das Stadtgebiet querenden Flüsse Ennepe, Volme und Lenne geprägt.

Bedingt durch diese naturräumliche Gegebenheit zeichnet sich die Stadt durch einen bandartigen Siedlungskörper aus, der sich im Westen entlang der B 7, im Süden entlang der B 54 und im Osten nördlich der L 743 erstreckt.

Die Stadt weist mit den Autobahnen A 1, A 45 und A 46 sowie mit den Bundesstraßen B 7, B 54 und B 226 eine sehr gute Verkehrsanbindung auf. Die Autobahnen A 1 sowie die A 45 passieren das Stadtgebiet im Norden und Osten. Die A 46 durchquert den Stadtteil Hohenlimburg in östlicher Richtung.

Die ebenfalls stark frequentierten Bundesstraßen 7, 54 und 226 verbinden die Stadt Hagen mit den Nachbarkommunen. Darüber hinaus ist die Stadt über mehrere qualifizierte Landesstraßen an die umliegenden Stadtbezirke und Kommunen angebunden.

Abbildung 6: Hagener Stadtbezirke bzw. statistische Bezirke



Quelle: Stadt Hagen

Das Stadtgebiet von Hagen gliedert sich in die fünf Stadtbezirke Mitte, Nord, Haspe, Eilpe/ Dahl und Hohenlimburg, die sich nochmals in insgesamt 13 statistische Bezirke unterteilen (Mitte-Mittelstadt, Mitte-Altenhagen, Mitte-Hochschulviertel, Mitte-Emst, Mitte-Wehringhausen, Nord-Vorhalle, Nord-Boele, Hohenlimburg-Lennetal, Hohenlimburg-Hohenlimburg, Eilpe, Dahl, Haspe-Ost, Haspe-West).

Ihren Siedlungsschwerpunkt hat die Stadt Hagen im zentralen Stadtgebiet (Hagen-Mitte), das mit rd. 78.170 Einwohnern mit Abstand die höchste Einwohnerzahl und die höchste Einwohnerdichte aufweist. Insgesamt leben in der Stadt Hagen aktuell rd. 193.300 Einwohner.⁴

Die Bevölkerung der einzelnen Stadtbezirke bzw. statistischen Bezirke verteilt sich dabei wie folgt:

Abbildung 7: Einwohnerzahlen der Stadt Hagen nach Stadtbezirken

Standort	Einwohner	
	abs.	in %
Gesamt, davon	193.298	100
Hagen-Mitte, davon	78.168	40
<i>Mittelstadt</i>	20.927	11
<i>Altenhagen</i>	17.881	9
<i>Hochschulviertel</i>	12.401	6
<i>Emst</i>	10.825	6
<i>Wehringhausen</i>	16.134	8
Hagen-Nord, davon	38.007	20
<i>Vorhalle</i>	10.340	5
<i>Boele</i>	27.667	14
Hohenlimburg, davon	29.623	15
<i>Lennetal</i>	5.134	3
Hohenlimburg	24.489	13
Eilpe/ Dahl, davon	16.768	9
<i>Eilpe</i>	11.769	6
<i>Dahl</i>	4.999	3
Haspe, davon	30.732	16
<i>Haspe-Ost</i>	17.745	9
<i>Haspe-West</i>	12.987	7

Quelle: Stadt Hagen, Hagener Monatszahlen, Stand: Dezember 2015

Der Standortbereich des Planvorhabens liegt im östlichen Bereich der Stadt Hagen, im statistischen Bezirk Hohenlimburg, der dem gleichnamigen Stadtbezirk untergeordnet ist. Mit rd. 24.490 Einwohnern ist dieser nach Hagen-Boele (rd. 27.760 Einwohner) der bevölkerungsreichste statistische Bezirk.

Der statistische Bezirk wird im Süden und im Westen von der A 46 bzw. A 45 begrenzt. Im Norden schließen sich weitläufige Waldflächen an. Im Osten geht der statistische Bezirk nahtlos in den Siedlungsbereich der benachbarten Stadt Iserlohn (Iserlohn Letmathe) über.

⁴ Stadt Hagen, Hagener Monatszahlen, Stand: Dezember 2015

Siedlungsstrukturell ist der Stadtbezirk Hohenlimburg somit durch ausgeprägte städtebauliche Zäsuren von den umliegenden Hagener Stadtbezirken getrennt und bildet innerhalb der Stadt Hagen einen eigenständigen Siedlungsbereich.

Laut der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Hagen (2015)⁵ weist das Zentrenkonzept der Stadt Hagen dreizehn zentrale Versorgungsbereiche aus, die sich in ein Hauptzentrum (Hagen Innenstadt), vier Nebenzentren (Boele, Eilpe, Haspe und Hohenlimburg) sowie acht Nahversorgungszentren (Altenhagen, Altenhagen-Nord (Boeler Straße), Emst, Elsey, Helfe, Vorhalle, Wehringhausen und Westerbauer) gliedern.⁶

Während das Hauptzentrum gesamtstädtische und - als Oberzentrum - auch regionale Versorgungsfunktionen übernehmen soll, ist das Versorgungsangebot der Nebenzentren auf den jeweiligen Stadtbezirk ausgerichtet. Nahversorgungszentren sollen hingegen ein umfassendes Angebot im kurzfristigen Bedarf vorhalten. Die abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche übernehmen hinsichtlich ihres jeweiligen Angebotsspektrums somit unterschiedliche Versorgungsfunktionen.

Im Zentrensystem der Stadt Hagen wurden darüber hinaus sechzehn Sonderstandorte (Im Mühlenwert, Möbelpiraten, B1 Discount Baumarkt, Podi, Kaufland (Alexanderstraße), Eckeleyer Straße, Pettenkofer Straße, Poco (Am Ringofen), Becheltestraße, Real (Kabeler Straße), Schwerter Straße, Möbel BOSS (Feldmühlenstraße), Kaufland (Auf dem Lölfert), Berlet, Gartencenter Augsburg (Verbandsstraße) und Sonderstandort Haßleyer Insel (perspektivisch) ausgewiesen.

Der Projektstandort des Planvorhabens ist gemäß dem in der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes dargelegten Zentrenkonzept dem Sonderstandort Berlet zuzuordnen.

Für die Neustrukturierung und Weiterentwicklung des Sonderstandortes Berlet wurde Folgendes vorschlagen:

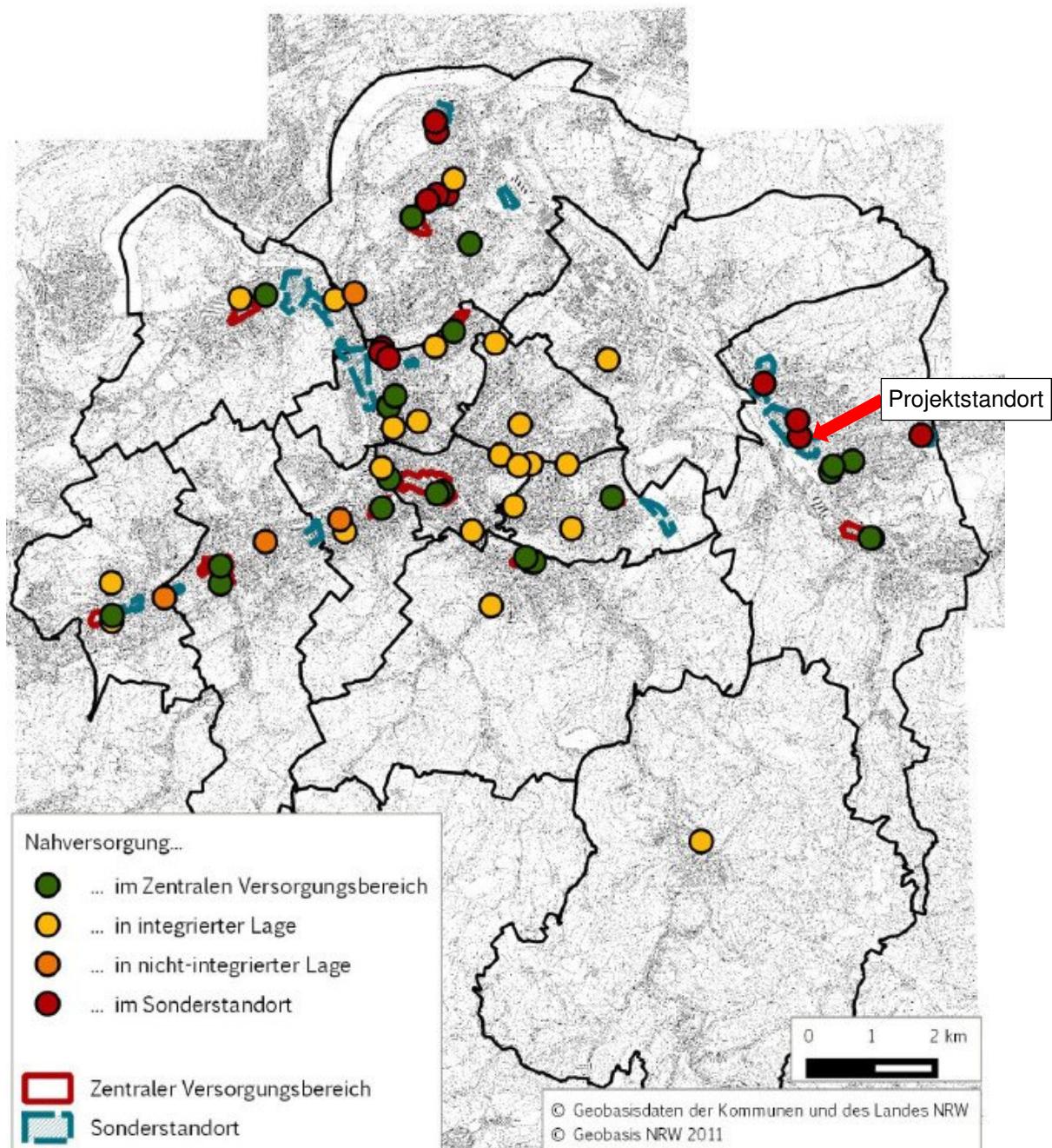
„Die Neustrukturierung der Nahversorgung mit einer Modernisierung und moderaten Verkaufsflächenerweiterung kann als ‚geringfügige Erweiterung im Kontext des Bestandschutzes nach Ziel 7 des ‚Sachlichen Teilplanes Großflächiger Einzelhandel‘ zum LEP NRW bewertet werden. Dieser Ansatz trägt umso mehr, da mit der Schließung von Schlecker relevante Flächen im nahversorgungsrelevanten Sortiment aufgegeben werden. Der vorgesehene Planungsansatz führt zu keiner wesentlichen Beeinträchtigung der benachbarten zentralen Versorgungsbereiche ‚Hohenlimburg‘ und Elsey.“⁷

⁵ Der Rat der Stadt Hagen hat die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes 2015 als städtebauliches Entwicklungskonzept zur Steuerung des Hagener Einzelhandels gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB am 11.01.2016 beschlossen.

⁶ Vgl. CIMA, Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Hagen, 2015

⁷ Vgl. Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Hagen, 2015, S. 117

Abbildung 8: Zentrenstruktur der Stadt Hagen



Quelle: Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Hagen (2015) S. 72

3.2 Mikrostandort

Lage des Projektgrundstücks und Nutzungsumfeld

Der Projektstandort befindet sich im nördlichen Randbereich des Sonderstandortes Berlet, der eine südliche Randlage zum Wohnquartier Frankenweg/ Alemannenweg am Gotenweg einnimmt. Der zu erweiternde Lidl-Markt bildet zusammen mit dem angrenzenden KiK Textilfachmarkt den „Kauf-Park Berlet“.

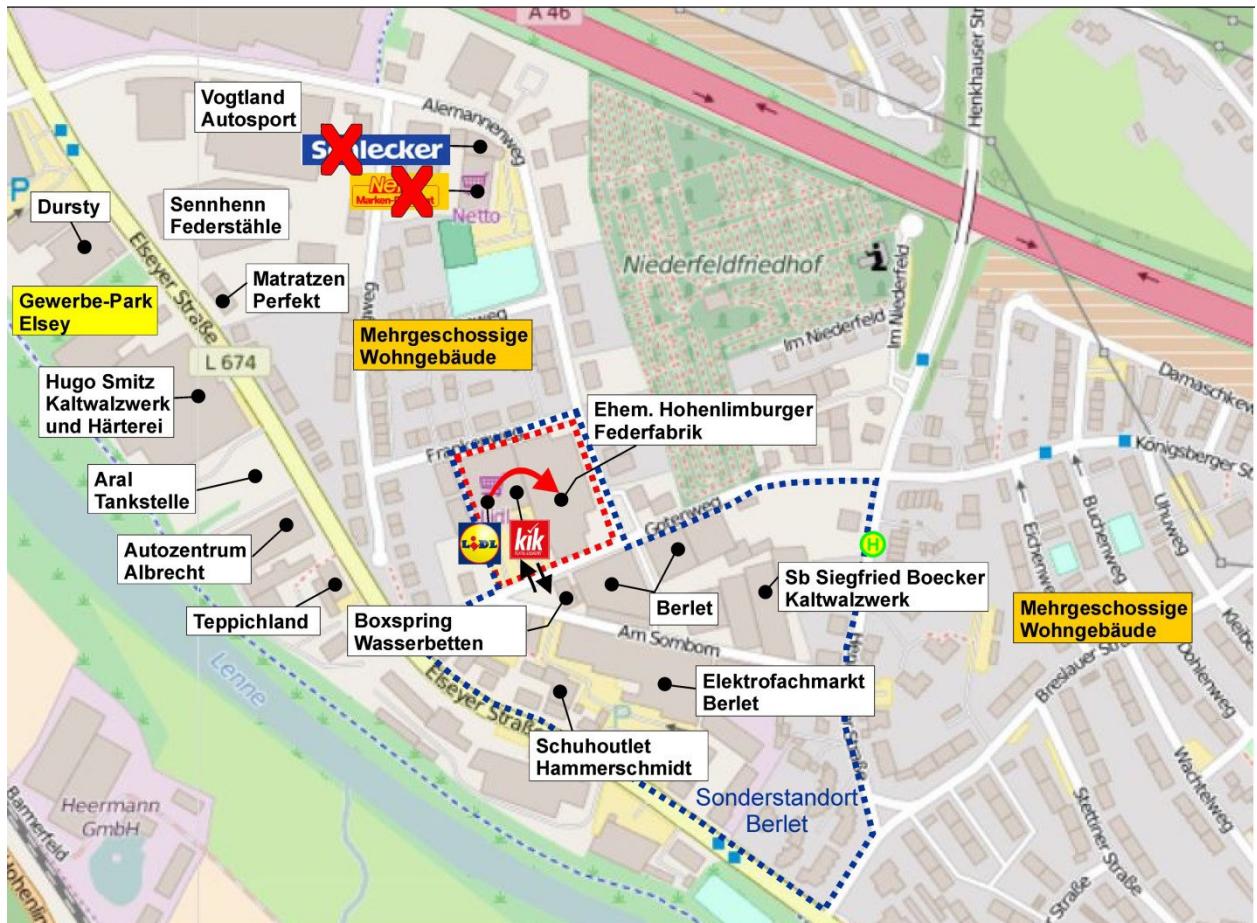
Abbildung 9: Mikrostandort (Fotos)



Quelle: Eigene Fotos

Im Osten grenzt das Planareal an die Gebäudekörper der inzwischen stillgelegten Hohenlimburger Federfabrik. Im Süden befinden sich neben dem Berlet Elektrofachmarkt und den dazu gehörenden Lager- und Verwaltungsgebäuden auch der Wasserbetten Anbieter-Boxspring sowie ein Hammerschmidt Schuh-Outlet. Im Westen und im Norden des Projektstandortes ist mehrgeschossige Wohnbebauung prägend. Dort befindet sich auch rd. 250 Meter nördlich vom Projektstandort entfernt, in einer wohngebietsintegrierten Lage, ein Netto Lebensmitteldiscountmarkt. Dieser Markt soll nach Ablauf des Mietvertrages geschlossen werden. Das angrenzende Gebäude steht nach der insolvenzbedingten Schließung des Schlecker Drogeriemarktes aktuell leer. Die Verkaufsfläche der beiden Ladenlokale summiert sich auf (potenziell) rd. 1.150 m².

Abbildung 10: Mikrostandort



Quelle: Eigene Darstellung; Kartengrundlage: www.openstreetmap.de

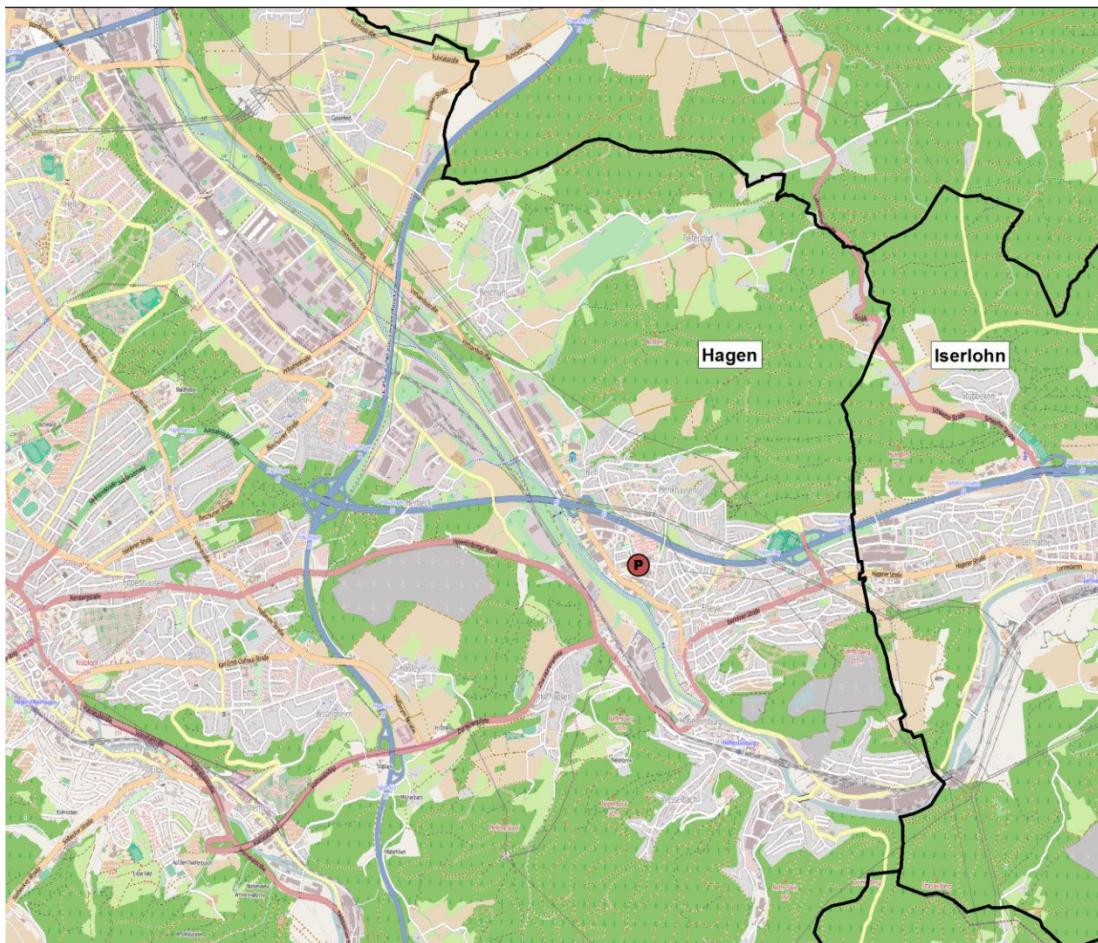
Verkehrlich erschlossen wird der Standort über den Gotenweg, der eine verkehrsberuhigte (Tempo-30-Zone) Nebenstraße zu der stark frequentierten Elseyer Straße (L 674) darstellt.

Das Planareal verfügt über einen dem Eingangsbereich ebenerdig vorgelagerten Parkplatz.

Die nächstgelegene Bushaltestelle „Gotenweg“ befindet sich an der Henkhauser Straße, rd. 270 Meter östlich des Projektstandortes, so dass eine funktionsgerechte Einbindung in das lokale ÖPNV-Netz gegeben ist. Auch für nicht-motorisierte Kunden aus den umliegenden Wohngebieten ist der Standort gut zu erreichen.

Die Erreichbarkeit ist daher insgesamt als gut einzustufen.

Abbildung 11: Siedlungsstruktur und verkehrliche Erreichbarkeit



Quelle: Eigene Darstellung; Kartengrundlage: www.openstreetmap.de

Projektskizze

Die Planung sieht vor, die Einzelhandelsnutzungen an den Grundstücken Gotenweg 5 – 7 unter Einbeziehung des angrenzenden Areals der ehemaligen Hohenlimburger Federfabrik neu zu ordnen. Ange- dacht ist dabei, den dort bereits im Verbund mit einem Kik Textilfachmarkt langjährig ansässigen und dementsprechend am Markt etablierten Lidl Lebensmitteldiscountmarkt auf das angrenzende Grund- stück der ehemaligen Hohenlimburger Federfabrik kleinräumig zu verlagern. Gleichzeitig soll die Ver- kaufsfläche des Lidl-Marktes von aktuell 1.000 m² auf 1.300 m² erweitert werden. Zudem soll der frei gewordene Altstandort von Lidl durch einen Drogeriemarkt nachgenutzt werden und eine Verkaufsflä- che von rd. 850 m² aufweisen.

Da der Betreiber des geplanten Drogeriemarktes zur Zeit der Erstellung dieses Gutachtens nicht be- kannt ist, wird in diesem Fall der Filialist dm unterstellt. Hierbei handelt es sich um den umsatzstärkeren der prinzipiell infrage kommenden Anbieter. So realisiert dm im eigenen Filialnetz eine durchschnittliche

Umsatzleistung von rd. 3,8 Mio. € je Filiale, während der Wettbewerber Rossmann aktuell im Durchschnitt einen Filialumsatz von 2,8 Mio. € erreicht.⁸

Insgesamt wird das Planvorhaben somit eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 2.150 m² umfassen. Davon sind rd. 1.700 m² (knapp 80 %) den nach der Hagener Sortimentsliste nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren zuzuordnen. Mit rd. 150 m² entfällt der Großteil der Randsortimente auf den Lebensmitteldiscounter und umfasst im Wesentlichen die wöchentlich wechselnden Aktionswaren. Für den Drogeremarkt stellen neben dem Textilsortiment (v.a. Babybekleidung) auch die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Haushaltswaren die größte Randsortimentsabteilung dar. Deutlich kleiner dagegen fallen u.a. die Aufstellflächen der digitalen Fotoprint-Automaten aus.

Die geplante Erweiterungsmaßnahme des Lidl Marktes um rd. 300 m² Verkaufsfläche zielt nicht auf eine Ausweitung des Sortimentsangebotes ab. Zentrales Anliegen ist vielmehr, die Voraussetzungen für eine großzügigere Warenpräsentation, eine verbesserte Kundenführung und eine Optimierung der internen Logistikabläufe zu schaffen.

Abbildung 12: Projektierte Verkaufsfläche des Planvorhabens

Sortiment	Verkaufsfläche in m ²		
	Discount-markt	Drogerie-markt	Summe
Nahrungs- und Genussmittel	1.050	120	1.170
Drogeriewaren	100	430	530
Nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	1.150	550	1.700
Randsortimente	150	300	450
Summe	1.300	850	2.150

Quelle: Eigene Darstellung unter Zugrundelegung betriebsformtypischer Flächen-/Sortimentskonzeptionen, Rundungsdifferenzen möglich

⁸ Quelle: Statista-Dossier, Drogerien in Deutschland, 2015

Planungsrechtliche Situation

Der Planstandort ist im **Regionalplan** als Allgemeiner Siedlungsbereich (ASB) dargestellt, so dass die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe entsprechend dem landesplanerischen Ziel 1 LEP – Sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel grundsätzlich zulässig ist.

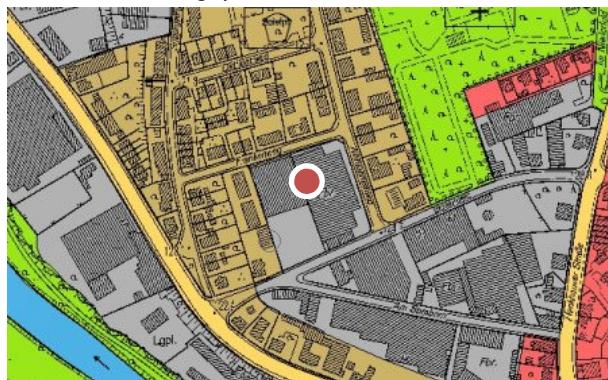
In dem seit 1984 rechtswirksamen **Flächennutzungsplan** der Stadt Hagen wird das Planareal als gewerbliche Baufläche dargestellt. Im Rahmen des Genehmigungsverfahrens soll der Flächennutzungsplan teilweise geändert werden. Ein entsprechender Beschluss wurde vom Rat der Stadt Hagen in der Sitzung vom 21.01.2015 bereits gefasst. Dabei soll die gewerbliche Baufläche in eine Sonderbaufläche mit der Zweckbestimmung „Großflächiger Einzelhandelsbetrieb“ geändert werden.⁹

Regionalplan



Quelle: Gebietsentwicklungsplan Teilabschnitt
Oberbereiche Bochum und Hagen, Blatt 3

Flächennutzungsplan



Flächennutzungsplan der Stadt Hagen

Das Plangebiet liegt im Geltungsbereich des rechtskräftigen **Bebauungsplanes** Nr. 1 „Auf dem Somborn“, dem die Baunutzungsverordnung aus dem Jahr 1962 zugrunde liegt. Im Rahmen der Projektrealisierung wird ebenfalls der Bebauungsplan geändert. Auch diesbezüglich hat der Rat der Stadt Hagen in der Sitzung vom 20.02.2014 eine entsprechende Bebauungsplanänderung bereits eingeleitet. Für den Projektstandort wird demzufolge ein Bebauungsplan - Nr. 7/ 14 „Sondergebiet im Bereich Elseyer/ Gotenweg“ - aufgestellt, der für den Projektstandort ein Sondergebiet mit der Zweckbestimmung „Großflächiger Einzelhandel“ gemäß § 11 BauNVO festsetzt.¹⁰

⁹ Vgl. Bürgerinformationssystem der Stadt Hagen, Vorlage – 1096/ 2014

¹⁰ Vgl. Bürgerinformationssystem der Stadt Hagen, Vorlage – 1096/ 2014

4 Wettbewerbssituation

Im Hinblick auf die Abgrenzung des Einzugsgebietes des Planvorhabens sowie die zu untersuchenden städtebaulichen Auswirkungen ist der Besatz mit Anbietern der untersuchungsrelevanten Segmente im räumlichen Umfeld des Projektstandortes von maßgeblicher Bedeutung. Denn die räumliche Ausstrahlung - und damit die Ausdehnung des Einzugsgebietes des Planvorhabens - hängt in hohem Maße von der Attraktivität und der Ausstrahlung typgleicher Mitbewerber ab.

Zudem ist davon auszugehen, dass Wettbewerbsswirkungen in erster Linie bei diesen Anbietern eintreten werden. Denn die Systemwettbewerber (= Super-/ Discountmärkte, Verbrauchermärkte/ SB-Warenhäuser, Drogeriemärkte) weisen zum einen die größten Sortimentsüberschneidungen mit dem Vorhaben auf und übernehmen zum anderen oftmals ähnliche Versorgungsfunktionen (Versorgungseinkauf). Der kleinteilige Einzelhandel (Lebensmittelfachgeschäfte, Parfümerien) wird hingegen nur in begrenztem Maße von dem Planvorhaben betroffen sein.

Da der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand für den (regelmäßigen) Einkauf nahversorgungsrelevanter Sortimente stark begrenzt ist, umfasst das Untersuchungsgebiet im Wesentlichen die nahegelegenen Angebotsstrukturen in Hagen-Hohenlimburg sowie im westlichen Bereich der Stadt Iserlohn-Letmathe. Im Mittelpunkt der Betrachtung stehen dabei die Wettbewerbsstrukturen in den umliegenden zentralen Versorgungsbereichen und an wohnungsnahen Standorten.

Den Umsatzschätzungen der BBE Handelsberatung GmbH liegen detaillierte Vor-Ort-Recherchen zu Grunde, die – ausgehend von betriebsformen- bzw. betreiberspezifischen Durchschnittswerten – weitere relevante Einflussfaktoren berücksichtigen (u.a. das ansprechbare Kaufkraftvolumen, die Wettbewerbssituation, die Attraktivität der Anbieter, die Verkaufsflächendimensionierung, die Stellplatzsituation etc.).

4.1 Relevanter Wettbewerb in Hagen-Hohenlimburg

Der nächstgelegene zentrale Versorgungsbereich ist das rd. 1.000 Meter südöstlich gelegene **Nahversorgungszentrum Elsey**. Dieses erstreckt sich bandartig entlang der Möllerstraße-zwischen den Einmündungen Esserstraße im Osten und Lindenbergstraße im Westen.

Den größten Einzelhandelsbetrieb innerhalb des Nahversorgungszentrums stellt der Vollsortimenter Rewe Bodewig an der Lindenbergstraße dar. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente werden darüber hinaus von den Lebensmitteldiscountern Netto und Aldi sowie von dem Reformhaus Kobus vorgehalten.

Da innerhalb des Nahversorgungszentrums kein Anbieter im Drogeriewarengsegment vorhanden ist, beschränkt sich das entsprechende Angebot auf die Randsortimente der ansässigen Lebensmittelmärkte.

Insgesamt beläuft sich das nahversorgungsrelevante Angebot innerhalb des Nahversorgungszentrums nach eigenen Prognosen auf rd. 3.085 m², auf denen ein nahversorgungsrelevanter Umsatz von rd. 15,6 Mio. € erwirtschaftet wird.

Rd. 1 km südlich des Nahversorgungszentrums befindet sich das **Nebenzentrum Hohenlimburg**. Nach der Schließung der Magnetbetriebe Woolworth¹¹ sowie des Supermarktes Kaiser's stellen die Aldi- und Rewe-Filialen die wichtigsten Anbieter im Nebenzentrum dar. Diese befinden sich an einem Ver- bundstandort im östlichen Randbereich des Nebenzentrums und verfügen über eine Verkaufsfläche von rd. 900 bzw. 1.100 m². Damit stellen diese Anbieter mit deutlichem Abstand die größten Einzelhandels- betriebe im Nebenzentrum Hohenlimburg dar. Das sonstige projektrelevante Angebot beschränkt sich auf den kleinflächigen Bio-Anbieter Natürlich Natur sowie eine Bäckerei.

Ein Drogeriemarkt ist nach der Schließung des Ihr Platz Drogeriemarktes im Nebenzentrum nicht mehr vorzufinden. Gleichwohl bestehen bereits seit Ende 2012 Bemühungen, einen Ersatz für den weggefäl- lenen Drogeriemarkt zu finden. Auch die Werbegemeinschaft der Innenstadt ist auf der Suche nach einem Franchise-Partner. Als potenzieller Standort wird der Altstandort des Kaiser's Supermarktes angeboten, der eine Verkaufsfläche von ca. 500 m² aufweist.

Aktuell übernehmen die vorhandenen Lebensmittelmärkte auch im Drogeriewarensegment entspre- chend starke Versorgungsfunktionen.

Nach der Schließung der wichtigen Magnetbetriebe (Woolworth, Kaiser's, Ihr Platz) hat das Nebenzent- rum bzw. der Hauptgeschäftsbereich an Ausstrahlungskraft verloren. Auch die Attraktivität des Neben- zentrums hat infolge der steigenden Leerstandsquote abgenommen.

Der Angebotsschwerpunkt im Nebenzentrum Hohenlimburg liegt in den nahversorgungsrelevanten Sor- timenten. Insgesamt beläuft sich das Angebot in diesen Sortimenten auf rd. 1.845 m², auf denen nach eigener Prognose ein nahversorgungsrelevanter Umsatz von rd. 9,9 Mio. € erwirtschaftet wird.

Im östlichen Bereich des statistischen Bezirks Hohenlimburg befindet sich der **Sonderstandort Kauf- land** („Auf dem Lölfert“), der unmittelbar in den Siedlungsbereich des zu der Nachbarstadt gehörenden Stadtteils Iserlohn-Letmathe übergeht. Der Sonderstandort Kaufland umfasst im Wesentlichen den Standortbereich des Anbieters Kaufland mit dem im Untergeschoss lokalisierten Woolworth Warenhaus sowie die angrenzenden Fachmärkte Deichmann, Tedi sowie Kaufland Getränkemarkt. Zudem sind mehrere kleinteilige Einzelhandelsbetriebe (Konzessionäre) in der Vorkassenzone des SB- Warenhauses Kaufland ansässig.

Von großer versorgungsstruktureller Bedeutung für die in Hagen-Hohenlimburg lebende Bevölkerung ist das Kaufland SB-Warenhaus (inkl. Getränkemarkt), das neben einem umfassenden Lebensmittel- und Drogeriewarenangebot auch über ein breites Nonfood-Sortiment verfügt (v.a. Bekleidung, Schuhe, Haushaltswaren, Spielwaren, Elektrogeräte, Schreib-/Papierwaren). Demzufolge entfaltet Kaufland eine große Ausstrahlungskraft innerhalb des Stadtgebietes von Hagen. Insgesamt beläuft sich das projektre- levante Angebot auf rd. 6.900 m², wovon rd. 500 m² Verkaufsfläche auf das Drogeriewarensegment entfallen, so dass eine mit einem Drogeriemarkt vergleichbare Größe und Angebotsvielfalt vorgehalten wird.

Ein eigenständiger Drogeriemarkt ist am Sonderstandort Kaufland nicht vorhanden, so dass sich das entsprechende Angebot im Wesentlichen auf das Randsortiment des SB-Warenhauses konzentriert.

¹¹ Der Anbieter Woolworth hat den Standort am Herrenstraße Ende 2015 aufgegeben.

Demzufolge stellt das Kaufland SB-Warenhaus den Hauptwettbewerber des Planvorhabens innerhalb des statistischen Bezirks Hohenlimburg dar.

Die nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche am Sonderstandort Auf dem Lölfert summiert sich auf rd. 6.670 m², auf denen nach eigener Prognose ein Umsatz von rd. 31,8 Mio. € erwirtschaftet wird.

In dem nordwestlich an den Stadtbezirk Hagen-Hohenlimburg angrenzenden statistischen Bezirk Boele (Stadtbezirk Hagen-Nord) befindet sich der autokundenorientierte **Sonderstandort Real (Kabeler Straße)**. Dieser ist rd. 7 km nordwestlich vom Projektstandort entfernt und für die im statistischen Bezirk Hohenlimburg lebende Bevölkerung verkehrlich sehr gut erreichbar. Standortprägend ist das Real SB-Warenhaus mit zahlreichen Konzessionären im Vorkassenbereich (u.a. Ernsting's family, Apotheke, Optiker, Bäckerei). In der Vorkassenzone des Real SB-Warenhauses befindet sich zudem auch eine attraktive dm-Filiale. Aufgrund der Lage im Standortverbund mit dem Real SB-Warenhaus sowie des attraktiven Marktauftritts wird das Marktgebiet dieses Drogeremarktes über den Stadtbezirk Hagen-Nord hinausreichen, so dass diese Filiale aktuell von Kaufkraftzuflüssen aus dem Stadtbezirk Hagen-Hohenlimburg profitiert, so dass die dm-Filiale den wichtigsten Wettbewerber des Planvorhabens darstellt.

Zudem verfügt das Real SB-Warenhaus über ein umfassendes projektrelevantes Sortimentsangebot. Insgesamt beläuft sich das projektrelevante Angebot auf rd. 5.910 m², auf denen ein Umsatz in Höhe von rd. 27,8 Mio. € erwirtschaftet wird.

Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind keine Drogeriefachmärkte vorzufinden. Das projektrelevante Angebot beschränkt sich daher im Wesentlichen auf das im Randsortiment der großen Lebensmittelmärkte geführte Drogeriewarenangebot.

Zu nennen sind diesbezüglich:

- Netto, Alemannenweg; wohngebietsintegrierter Standortverbund, rd. 250 Meter nördlich des Projektstandortes.
Nachdem der Drogeriemarkt Schlecker insolvenzbedingt geschlossen wurde, soll auch der Netto-Markt nach Ablauf des Mietvertrages aufgegeben werden. Hiervon werden umsatzeitig sowohl der zu erweiternde Lidl-Markt als auch die in räumlicher Nähe befindlichen Lebensmittelmärkte profitieren.
- Verbundstandort von Penny und Trinkgut, Am Paulshof, rd. 1 km nördlich vom Projektstandort entfernt.

4.2 Relevanter Wettbewerb in der Stadt Iserlohn-Letmathe

Rd. 4 km östlich des Planvorhabens befindet sich das B-Zentrum Iserlohn-Letmathe. Der Einzelhandelsschwerpunkt ist dort im Wesentlichen entlang der Hagener Straße auszumachen. Projektrelevante Anbieter sind vor allem der dm Drogeriemarkt und der Kaiser's Supermarkt, die mit einer Verkaufsfläche von ca. 560 m² bzw. 750 m² vor allem lokale Versorgungsfunktionen übernehmen.

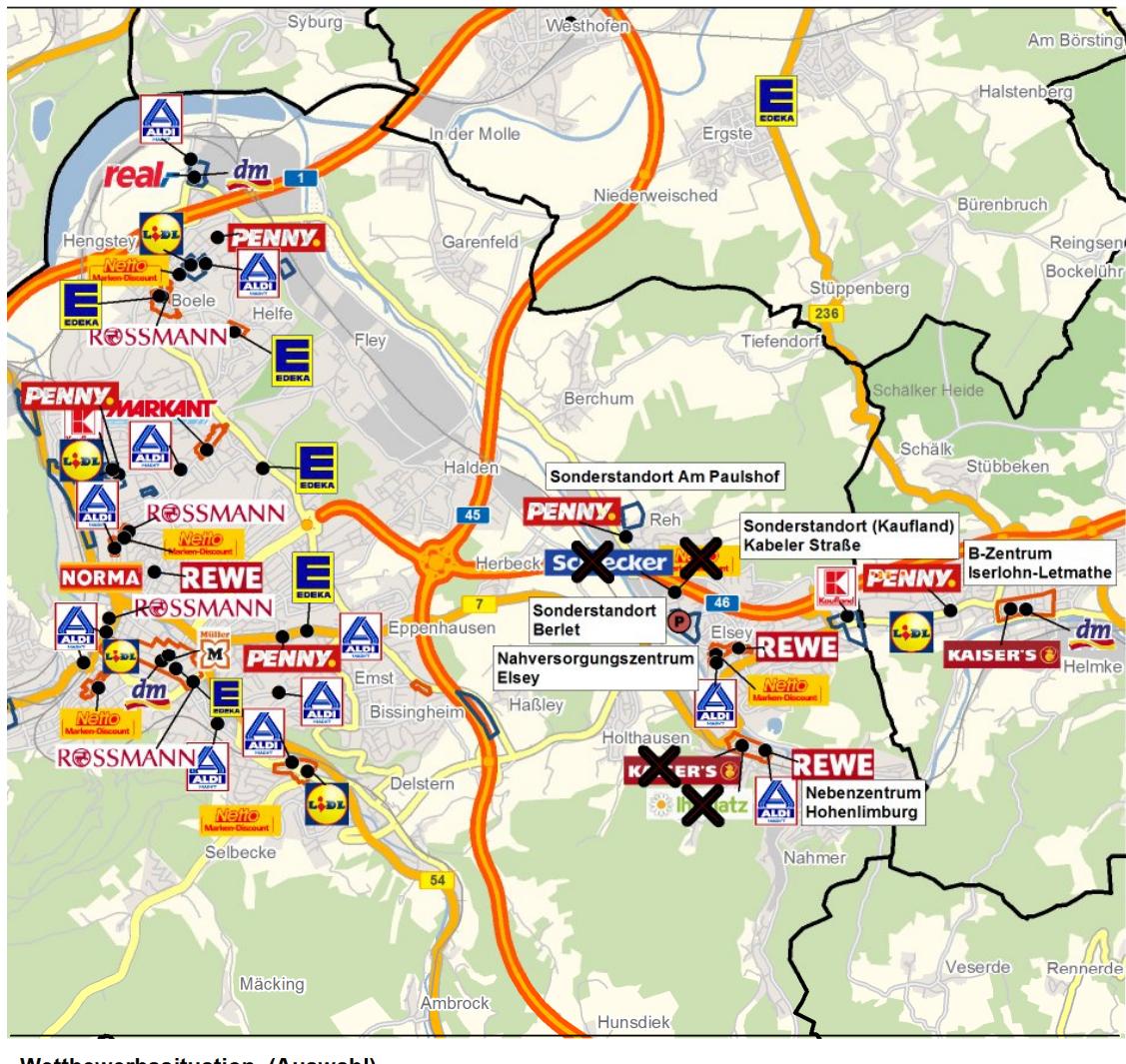
Ergänzt wird das nahversorgungsrelevante Angebot durch Ladenhandwerksbetriebe.

Insgesamt summiert sich die Verkaufsfläche im Lebensmittel- und Drogeriewarensegment im B-Zentrum auf rd. 1.905 m², auf denen nach eigener Prognose ein Umsatz von rd. 10,9 Mio. € erwirtschaftet wird.

Außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sind in Iserlohn-Letmathe folgende Anbieter projekt-relevant:

- Lidl, Hagener Straße, rd. 2,7 km südöstlich des Projektstandortes
Dieser Anbieter stellt in östlicher Richtung den nächstgelegenen Markt innerhalb des Lidl-Filialnetzes dar und limitiert damit die Ausdehnung des Einzugsgebietes des zu erweiternden Lidl-Marktes in Hagen-Hohenlimburg.
- Penny, Hagener Straße, rd. 3,3 km südöstlich des Projektstandortes.

Abbildung 13 Relevante Angebotssituation



Wettbewerbssituation (Auswahl)

Projektstandort

Zentrale Versorgungsbereiche

Sonderstandorte

Gemeindegrenzen



0 0,5 1 2 Kilometer

Kartengrundlage: 2012 Nexiga, TomTom

Quelle: Eigene Darstellung

Nach Wettbewerbslagen differenziert, stellt sich die nahversorgungsrelevante Angebotsstruktur wie folgt dar:

Abbildung 14: Relevante zentrale Versorgungsbereiche/ Standorte der wohnortnahmen Versorgung

Standort	Verkaufsfläche in m ²			Umsatz in Mio. €		
	Nahrungs- und Genuss- mittel	Drogerie-/ Parfümerie- waren	Nahversor- gungs- relevante Sortimente insg. ¹⁾	Nahrungs- und Genuss- mittel	Drogerie-/ Parfümerie- waren	Nahversor- gungs- relevante Sortimente insg. ¹⁾
Stadt Hagen, davon	17.580	2.420	20.000	83,0	13,5	96,5
Nebenzentrum Hohenlimburg	1.645	200	1.845	8,6	1,3	9,9
Nahversorgungszentrum Elsey	2.645	440	3.085	13,3	2,3	15,6
Sonderstandort Auf dem Lölfert	6.020	650	6.670	28,5	3,3	31,8
Sonderstandort Kabeler Straße	4.990	920	5.910	22,5	5,3	27,8
Sonstige Lagen ¹⁾ (Penny und Trinkgut Am Paulshof)	1.550	80	1.630	4,2	0,6	4,8
Stadt Iserlohn, davon	2.815	640	3.450	14,6	11,2	25,8
B-Zentrum Letmathe	1.485	420	1.905	7,9	3,0	10,9
Sonstige Lagen (Iserlohn Letmathe)	1.330	220	1.550	6,8	8,2	15,0
Relevanter Wettbewerb insg.	30.395	3.060	23.450	97,6	24,7	122,3

¹⁾ ohne Netto an der Alemannenstraße

Quelle: Eigene Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

Als **Zwischenfazit** ist folgendes festzuhalten:

- Im Stadtbezirk Hagen-Hohenlimburg ist im Lebensmittelsegment derzeit eine Vielzahl an Lebensmitteldiscountmärkten ansässig. Zusätzlich sind zwei Rewe Supermärkte sowie ein Kaufland SB-Warenhaus vorhanden. In dem an Hohenlimburg angrenzenden und zu der Nachbarstadt Iserlohn gehörenden Stadtteil Letmathe befinden sich darüber hinaus neben den solitär gelegenen Lebensmitteldiscountmärkten Penny und Lidl auch ein Kaiser's Supermarkt sowie der dm Drogeriemarkt im zentralen Versorgungsbereich B-Zentrum Iserlohn-Letmathe. Das nahversorgungsrelevante Angebot wird darüber hinaus durch mehrere Fachgeschäfte und Ladenhandwerksbetriebe arrondiert.
- Der vorhandene Lidl-Markt bewegt sich somit in einem Umfeld hoher Wettbewerbsintensität, wobei für die zu untersuchende Lidl-Filiale insbesondere die nahegelegenen Standorte von Netto an der Alemannenstraße, Kaufland SB-Warenhaus Auf dem Lölert sowie die im Nahversorgungszentrum Hagen-Elsey ansässigen Lebensmittelanbieter (Rewe, Aldi und Netto) von Relevanz sind.
- Die – nach Ablauf des Mietvertrages - geplante Schließung des wohngebietsintegrierten Netto Lebensmitteldiscountmarktes an Alemannenstraße wird zu einer Ausdünnung der Angebotsstrukturen in Hagen-Hohenlimburg führen. Hiervon werden neben der erweiterungswilligen Lidl-Filiale auch die Penny-Filiale am Paulshof sowie die im Nahversorgungszentrum ansässigen Lebensmittelanbieter als nächstgelegene Angebotsstandorte an Bedeutung gewinnen und entsprechende Umsatzsteigerungen verzeichnen.
- Die Drogeriewarenausstattung in Hagen-Hohenlimburg ist nach der insolvenzbedingten Schließung der früheren Schlecker-Filiale an der Alemannenstraße und der Ihr Platz-Filiale im Nebenzentrum Hohenlimburg als defizitär zu bewerten.
- Vor diesem Hintergrund wird der ansässige Lebensmitteleinzelhandel in überdurchschnittlichem Umfang Versorgungsfunktionen übernehmen. Die vorhandenen Lebensmittelmärkte werden daher aktuell einen überproportional hohen Marktanteil im Drogeriewarensegment erreichen.
- Insbesondere das Kaufland SB-Warenhaus am Sonderstandort Auf dem Lölert und der Standortverbund des Real SB-Warenhauses und des dm Drogeriemarktes am Sonderstandort Kabeler Straße generieren aufgrund der räumlichen Nähe und der guten verkehrlichen Erreichbarkeit derzeit nach eigener Einschätzung überdurchschnittliche Umsatzleistungen.
- Die im B-Zentrum Iserlohn-Letmathe lokalisierte dm-Filiale wird dagegen überwiegend lokale Versorgungsfunktion für die in Letmathe lebende Bevölkerung übernehmen und nur untergeordnet von Kaufkraftzuflüssen aus Hagen-Hohenlimburg profitieren.
- Aufgrund der räumlichen Nähe und dementsprechend starken Überschneidungen der Marktgebiete wird das Planvorhaben auch nach der Netto-Schließung die lokale Grundversorgung sicherstellen. Gleichzeitig kann der geplante Drogeriemarkt die mit der Schlecker-Schließung bereits vor Jahren eingetretene Verschlechterung der Versorgungssituation deutlich verbessern.
- Für die Altstandorte von Netto und Schlecker ist eine gewerbliche Nachnutzung geplant,¹² so dass in der Verkaufsflächenbilanz keine zusätzlichen Einzelhandelsflächen im Sonderstandort Berlet entstehen, sondern eine Konzentration des Einzelhandelsangebotes an einem Standort erfolgt (vgl. nachfolgende Abbildung).

¹² Vgl. Bürgerinformationssystem, Vorlage – 1022/ 2014

Abbildung 15: Verkaufsflächenbilanzierung

Vor der Projektrealisierung ¹³⁾		Nach der Projektrealisierung ¹³⁾	
Nutzung	Verkaufsfläche in m ²	Nutzung	Verkaufsfläche in m ²
Altstandort Lidl	1.000	Drogeriemarkt	850
(ehem.) Netto	800	Neubau Lidl	1.300
ehem. Schlecker	350	Kein Einzelhandel mehr	0
Gesamt	2.150	Gesamt	2.150

Quelle: Eigene Darstellung, eigene Berechnungen

¹³⁾ Die Verkaufsflächendimensionierung und die Standorte der Anbieter KiK und Berlet Elektrofachmarkt bleiben unverändert bestehen.

5 Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial

Das Einzugsgebiet umfasst denjenigen Siedlungsbereich, aus dem die Verbraucher überwiegend bzw. zu großen Teilen das Planvorhaben zum Einkauf aufsuchen werden. Es stellt damit das Gebiet dar, in dem das Untersuchungsvorhaben eine hohe Versorgungsbedeutung bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten übernimmt bzw. übernehmen wird.

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

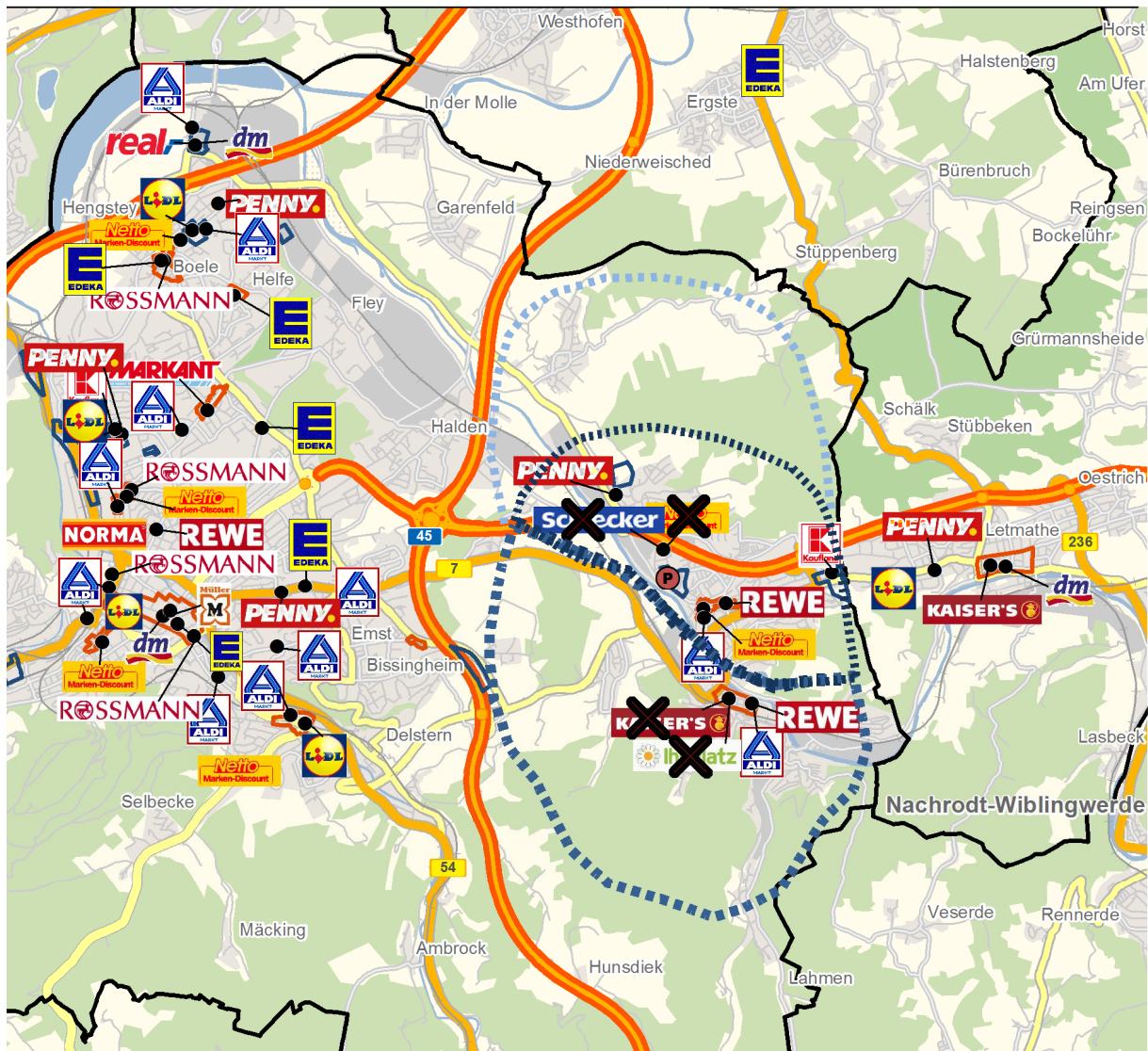
- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung im geplanten Sortimentsbereich
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand¹⁴
- die projektrelevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Anbieter im engeren und weiteren Standortumfeld
- die Attraktivität des Projektvorhabens, die u. a. durch die Dimensionierung, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Betreibers bestimmt wird,
- die Qualität des Projektstandortes, die u. a. die verkehrliche Erreichbarkeit, die Lage zu Siedlungsschwerpunkten sowie ggf. Agglomerationseffekte umfasst,
- Barrierewirkungen, ausgehend von den topographischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten,
- traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung.

Dazu ist anzumerken, dass ein Einzugsgebiet grundsätzlich nicht als statisches Gebilde anzusehen ist, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil eines Betriebes/ Standortverbundes stammt.

Neben der grundsätzlich begrenzten Ausstrahlung von nahversorgungsorientierten Angeboten eines Lebensmittel- und eines Drogeremarktes wird die Ausdehnung des perspektivischen Einzugsgebietes maßgeblich durch die Siedlungs- und Wettbewerbsstrukturen im räumlichen Umfeld beeinflusst. Insbesondere die Lagebeziehungen des Vorhabens zu den nächstgelegenen Lidl-Filialen und den nächstgelegenen Drogerimärkten in Hagen-Nord sowie Iserlohn-Letmathe bestimmen die räumliche Ausdehnung des Einzugsgebiets (siehe Abbildung 16).

¹⁴ Mit zunehmender Häufigkeit der Bedarfsdeckung und abnehmendem spezifischen Wert des nachgefragten Gutes nimmt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand ab. Dem zu Folge sind bei einem Angebot der Grundversorgung die Aktionsradien räumlich enger als bei Angeboten des längerfristigen Bedarfsbereichs (z.B. Möbelsortiment).

Abbildung 16: Einzugsgebiet des geplanten Drogeriefachmarktes



Wettbewerbssituation (Auswahl)



Quelle: Eigene Darstellung

Seine höchste Marktdurchdringung wird das Planvorhaben (der zu erweiternde Lidl-Markt und der geplante Drogeriemarkt) im nördlichen Bereich des statistischen Bezirks Hagen-Hohenlimburg erreichen. Dieser Bereich ist als **Kerneinzugsgebiet** des Planvorhabens zu definieren. Denn für die hier lebende Bevölkerung wird der erweiterungswillige Lidl-Markt zusammen mit dem geplanten Drogeriemarkt in Hagen-Hohenlimburg einen nahegelegenen, attraktiven und verkehrlich gut erreichbaren Nahversorgungsstandort in räumlicher Nähe darstellen. Der Lidl-Markt übernimmt bereits heute eine wichtige Nahversorgungsfunktion, die im Zuge der Erweiterungsmaßnahme gefestigt wird. Das Bevölkerungspotenzial im Kerneinzugsgebiet beträgt rd. 15.350 Personen.

Die im südlichen Bereich des statistischen Bezirks lebende Bevölkerung kann dagegen auf (deutlich) schnellerem Wege v.a. die Angebotsstandorte von Aldi und Rewe im Nebenzentrum Hohenlimburg aufsuchen, so dass die Marktdurchdringung des Lidl-Market in diesem Gebiet deutlich geringen ausfallen wird.

Aufgrund seines „Alleinstellungsmerkmal“ wird der geplante Drogeriemarkt dort dagegen entsprechend hohe sortimentsspezifische Kaufkraftbindungen generieren können. Vor diesem Hintergrund lassen sich die an das Kerneinzugsgebiet angrenzenden Bereiche einem erweiterten Einzugsgebiet zuordnen.

Darüber hinaus wird das Planvorhaben auch die nordöstlich von Hagen-Hohenlimburg im statistischen Bezirk-Lennetal lebende Bevölkerung ansprechen. Denn für diese Kunden stellt das Planvorhaben eine nahegelegene und verkehrlich grundsätzlich gut zu erreichende Einkaufsalternative dar. Allerdings sind in vergleichbarer Distanz neben dem Planvorhaben auch die in Hagen-Mitte gelegenen Wettbewerbsstandorte (siehe Abbildung 16) erreichbar, so dass die in Hagen-Lennetal zu erzielenden Kaufkraftbindungen deutlich geringer ausfallen werden. In diesem als Ferneinzugsgebiet definierten Bereich leben rd. 5.130 Einwohner.

Insgesamt umfasst das **Einzugsgebiet** des Planvorhabens ein **Bevölkerungspotenzial von rd. 29.620 Einwohnern**.

Über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinaus sind zudem untergeordnet „Streumsätze“ mit Kunden aus den umliegenden Wohnquartieren zu erwarten. Diese werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als sog. „**diffuse Umsatzzuflüsse**“ berücksichtigt.

Das **vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen** errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag von rd. 2.575 € für die projekt-relevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, gewichtet mit der sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffer für die Stadt Hagen.

Die Höhe der Kaufkraftkennziffer wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer gibt unabhängig von der Größe der Stadt das verfügbare Netto-Einkommen pro Einwohner im Verhältnis zum Gesamt-Einkommen der Bundesrepublik an, welches für die Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht. Das sortimentsspezifische Kaufkraftniveau für nahversorgungsrelevante Sortimente in der Stadt Hagen liegt bei 99 und liegt somit fast auf dem Niveau des Bundesdurchschnitts (=100).

Abbildung 17: Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet

Einwohner	Pro-Kopf-Ausgaben in €			Kaufkraftpotenzial in Mio. €		
	NuG ¹⁾	Droge-rie-waren	Insgesamt	NuG ¹⁾	Droge-rie-waren	Insgesamt
Einzugsgebiet, davon	29.623	2.247	292	2.538	66,6	8,6
Kerneinzugsgebiet	15.350	2.247	292	2.538	34,5	4,5
Erweitertes Einzugsgebiet	9.139	2.247	292	2.538	20,5	2,7
Ferneinzugsgebiet (stat. Bezirk Lennetal)	5.134	2.247	292	2.538	11,5	1,5
						13,0

Quelle: Eigene Berechnungen unter Verwendung der MB-Research-Kaufkraftkennziffern;

Rundungsdifferenzen möglich

¹⁾ Nahrungs- und Genussmittel

Nach den Zahlen der BBE-Marktforschung steht im abgegrenzten Einzugsgebiet in den Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel/ Drogeriewaren ein Kaufkraftvolumen in Höhe von insgesamt rd. 75 Mio. € im Jahr zur Verfügung.

6 Auswirkungsanalyse

6.1 Umsatzleistung des Planvorhabens

Die Einschätzung der Umsatzleistung des Planvorhabens bildet die Voraussetzung für die Bestimmung der zu erwartenden Umsatzumlenkungen und der hierdurch möglicherweise hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen.

Die Umsatzerwartung des Planvorhabens hängt zunächst von der Verkaufsflächengröße und von der Sortimentsaufteilung ab. Hinzu kommen aber auch die Gesamtattraktivität des Standortes, die standortbezogene Wettbewerbsintensität, das ansprechbare Kaufkraftpotenzial sowie siedlungsräumliche und topografische Gegebenheiten.

Für den **Discountmarkt** sind diesbezüglich folgende Faktoren zu berücksichtigen:

- Laut aktueller Veröffentlichung der auf Einzelhandelsimmobilien spezialisierten Hahn Gruppe – in Kooperation mit dem Marktforschungsinstitut GfK sowie dem Immobiliendienstleister CBRE - beträgt der durchschnittliche Filialumsatz eines Lebensmittel-Discountmarktes der Fa. Lidl etwa 6,0 Mio. € (Brutto).
- Für den seit vielen Jahren am Markt etablierten Lidl-Markt gilt, dass sich die Einkaufsorientierungen und damit das Einkaufsverhalten der Verbraucher im Untersuchungsraum bereits im Wesentlichen herausgebildet haben. Die kleinräumige Verlagerung und geringfügige Erweiterung um rd. 300 m² wird somit nicht mit einer grundlegenden Veränderung bestehender Kunden- und Kaufkraftströme einhergehen.
- Mit einer derzeitigen Verkaufsfläche von rd. 1.000 m² verfügt die Bestandsfiliale über eine überdurchschnittliche Verkaufsflächendimension innerhalb des eigenen Filialnetzes¹⁵ und stellt gleichzeitig den größten Lebensmitteldiscountmarkt in Hagen-Hohenlimburg dar.
- Im Einzugsgebiet des zu erweiternden Lidl-Marktes steht mit rd. 75 Mio. € ein vergleichsweise hohes Kaufkraftpotenzial im Lebensmittelsegment zur Verfügung.
- Im Kerneinzugsgebiet des Planvorhabens befinden sich neben der solitärgelegenen Penny-Filiale und dem Kaufland-SB Warenhaus am Sonderstandort Auf dem Lölfert auch weitere Lebensmittel Märkte im Nahversorgungszentrum Elsey (Netto, Aldi, Rewe). Darüber hinaus sind im erweiterten Einzugsgebiet mit den Anbieter Rewe und Aldi im Nebenzentrum Hohenlimburg weitere Wettbewerber vorzufinden. Ein Lidl-Markt ist zudem in Iserlohn-Letmathe ansässig.
- Der zu erweiternde Lidl-Markt trifft somit auf ein stark ausgeprägtes, lokales Wettbewerbsumfeld.
- Unter Berücksichtigung der vorgenannten Rahmenbedingungen gehen die Gutachter davon aus, dass der Lidl-Markt nach der Schließung des Netto-Marktes einen Umsatz in einer Größenordnung von max. rd. 7,6 Mio. € erwirtschaften wird. Damit wird die Umsatzleistung rd. 26 % über dem eigenen durchschnittlichen Filialumsatz liegen.
- Auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) entfallen hiervon 6,5 Mio. € und auf Nonfood-Sortimente 1,1 Mio. €. Bei den Nonfood-Sortimenten handelt es sich vornehmlich um die wöchentlich wechselnden Aktionswaren. Der Angebots-Schwerpunkt der Lidl-Filiale liegt somit eindeutig im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente.

¹⁵ Ebd.; demnach beträgt die durchschnittliche Verkaufsfläche im Lidl-Filialnetz 850 m²

- Da die Aktionsware eines Lebensmittel-Discountmarktes 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
- Nach gutachterlichen Berechnungen auf Basis von Branchenveröffentlichungen und Ergebnissen der BBE-Marktforschung stellt das Textilsortiment unter den Nonfood-Artikeln von Lebensmittel-Discountmärkten das umsatzstärkste Teilsortiment dar. Im Durchschnitt über alle Discountmärkte entfallen demnach ca. 6,0 % des Gesamtumsatzes auf das Textilsortiment. An zweiter Stelle folgt mit ca. 3,5 % des Umsatzes das Segment (Unterhaltungs-) Elektronik. Für die sonstigen Nonfood-Sortimente liegen die durchschnittlichen Umsatzanteile bei ca. 0,5 - 1,0 %. Eine tiefer gehende Flächen- bzw. Sortimentsdifferenzierung ist darüber hinaus nicht möglich.
- Durch die angestrebte kleinräumige Verlagerung und die avisierte Vergrößerung der Verkaufsfläche auf rd. 1.300 m² ist von einem Umsatzzuwachs auszugehen, der bei einem unveränderten Angebot vorwiegend aus einer Attraktivitätssteigerung resultieren wird.
- Der Filialist Lidl verfügt über ein bundesweit einheitliches Sortimentskonzept. Aus internen Organisations- und Strukturgründen ergibt sich aus Neuaufstellungen/Verkaufsflächenerweiterungen somit generell keine Ausweitung des vorgehaltenen Sortiments.
- Hinzu kommt, dass der neu positionierte Lebensmitteldiscounter durch den geplanten Drogeremarkt zukünftig von der am Projektstandort vorhandenen, zusätzlichen Kundenfrequenz profitiert.
- Angesichts der siedlungsstrukturellen Zäsuren sowie der vorhandenen Wettbewerbsdichte im weiteren Untersuchungsraum ist das derzeitige wie zukünftige Einzugsgebiet der Lidl-Filiale räumlich klar begrenzt.
- Da es sich bei dem Planvorhaben aber um eine bestandssichernde Maßnahme eines bereits langjährig am Markt etablierten Anbieters handelt, wird die Umsatzleistung der Lidl-Filiale aus Sicht der Gutachter im Erweiterungsfall allenfalls proportional zum Verkaufsflächenzuwachs ansteigen.
- Im Rahmen einer **Worst-Case-Betrachtung** wird im Folgenden unterstellt, dass nach der Verkaufsflächenerweiterung ein Umsatz von maximal rd. 9,6 Mio. € erwirtschaftet werden kann. Dies entspricht einem jährlichen Mehrumsatz von rd. 2,0 Mio. €. Tatsächlich gehen die Gutachter davon aus, dass sich die zusätzliche Umsatzleistung in einer Größenordnung von maximal 1,4 – 1,5 Mio. € bewegen dürfte („Real-Case“).
- Insgesamt wird für die erweiterte Lidl-Filiale somit ein Gesamtumsatz unterstellt, der deutlich (rd. 60 %) über dem filialeigenen Durchschnittswert von rd. 6,0 Mio. € liegt und auch vor diesem Hintergrund als Worst-Case zu betrachten ist.

Für den **Drogeriemarkt** sind diesbezüglich folgende Faktoren zu berücksichtigen:

- Nach aktuellen Firmenveröffentlichungen liegt die durchschnittliche Umsatzleistung eines dm-Marktes bei rd. 3,8 Mio. € und stellt damit den derzeit leistungsstärksten Drogeriewarenanbieter dar.
- Der geplante Drogeriemarkt wird den einzigen Drogeriemarkt in Hagen-Hohenlimburg darstellen.
- Aufgrund der Verbundlage mit dem bereits am Standort ansässigen Lidl-Markt wird das Planvorhaben von Verbundeffekten profitieren können. Zugleich werden aber auch untergeordnete Wettbewerbsbeziehungen zu dem Lidl-Markt bestehen.
- Im Kerneinzugsgebiet des Planvorhabens ist mit rd. 29.620 Einwohnern ein hohes Bevölkerungspotenzial verfügbar.
- Nach Einschätzung der Gutachter wird der geplante Drogeriemarkt einen Umsatz von rd. 4,2 Mio. € erzielen. Damit liegt die Umsatzleistung rd. 10 % über dem Filialumsatz eines dm-Drogeriemarktes.
- Der weit überwiegende Anteil des zu erwartenden Umsatzes wird dabei auf die nahversorgungsrelevanten Kernsortimente Drogeriewaren (rd. 2,7 Mio. €) und Lebensmittel (rd. 0,5 Mio. €) entfallen. In den Randsortimenten wird ein Umsatz in Höhe von insgesamt 0,9 Mio. € erwirtschaftet werden. Hierunter fallen insbesondere die Sortimente Babybekleidung, Tiernahrung/-pflege, Haushaltswaren, Kerzen, Strumpfwaren, Bilderrahmen und Foto/Optik.

Abbildung 18: Umsatzerwartung des Planvorhabens

	Discounter	[davon Mehrumsatz]	Drogeriemarkt	Gesamt	[davon Mehrumsatz]
Nahrungs- und Genussmittel	7,8	[1,6]	0,5	8,3	[2,2]
Drogeriewaren	0,5	[0,1]	2,7	3,2	[2,9]
Nahversorgungsrelevante Sortimente	8,3	[1,7]	3,3	11,5	[5,0]
Sonstige Sortimente	1,3	[0,3]	0,9	2,3	[1,2]
Gesamt	9,6	[2,0]	4,2	13,8	[6,2]

Rundungsdifferenzen möglich
Quelle: eigene Prognose und Berechnungen

Durch die Realisierung des **Planvorhabens** ist somit in **Summe** eine **Umsatzleistung** von max. **13,8 Mio. €** zu prognostizieren. Während der geplante Drogeriemarkt eine Neuansiedlung darstellt, handelt es sich bei dem Lidl-Markt um die kleinräumige Verlagerung des bereits bestehenden Marktes. Die Mehrumsätze der beiden Märkte belaufen sich auf insgesamt max. 6,2 Mio. €, wobei der weit überwiegende Anteil (max. 5,0 Mio. €) in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten getätigkt wird (vgl. Abbildung 18).

Die Umsatzerwartungen der sonstigen Sortimente summieren sich auf zusätzlich rd. 1,2 Mio. €. Da es sich hierbei um eine Vielzahl von Sortimenten auf Klein- und Kleinstflächen im Randsortiment des Drogeriemarktes bzw. im Aktionswarensegment des Discounters handelt und aufgrund der Vielzahl von Wettbewerbern, die diesen Angeboten gegenüberstehen sowie der insgesamt vergleichsweise geringen, sortimentsbezogenen Einzelhandelsumsätze ist eine standortbezogene Darstellung der Umverlagerungseffekte seriös nicht prognostizierbar. Grundsätzlich kann aber davon ausgegangen werden, dass der

überwiegende Teil dieser Umsätze bereits heute von den Hauptwettbewerbern (v.a. Drogerie-/ Supermärkte und Discounter) gebunden wird und diese demnach auch am stärksten von Umsatzumverlagerungen betroffen sein werden. Der sonstige Einzelhandel wird dagegen nur in sehr geringem Maße tangiert sein. Vor diesem Hintergrund werden in der weiteren Untersuchung ausschließlich die nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel/Drogeriewaren) einer genaueren Untersuchung unterzogen.

Abbildung 19: Erwartete Kundenstruktur und Kaufkraftbindung des Planvorhabens in den untersuchungsrelevanten Sortimenten

Lebensmittel	Erwarteter Umsatz		Kaufkraft		Kaufkraft-bindung
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	
Kerneinzugsgebiet	6,2	75	34,5	18	
Erweitertes Einzugsgebiet	1,2	15	20,5	6	
Ferneinzugsgebiet	0,4	5	11,5	4	
diffuse Zuflüsse	0,4	5	./.	./.	
Gesamt	8,3	100	./.	./.	
Drogeriewaren*	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	
Kerneinzugsgebiet	1,7	52	4,5	38	
Erweitertes Einzugsgebiet	0,9	28	2,7	34	
Ferneinzugsgebiet	0,5	15	1,5	32	
diffuse Zuflüsse	0,2	5	./.	./.	
Gesamt	3,2	100	./.	./.	
Planvorhaben insgesamt	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	
Kerneinzugsgebiet	7,9	69	39,0	20	
Erweitertes Einzugsgebiet	2,2	18	23,2	9	
Ferneinzugsgebiet	0,9	8	13,0	7	
diffuse Zuflüsse	0,6	5	./.	./.	
Gesamt	11,5	100	./.	./.	

Rundungsdifferenzen möglich
Quelle: eigene Prognose und Berechnungen

Für das Planvorhaben ist davon auszugehen, dass mit durchschnittlich knapp 70 % der Großteil des zu erwartenden Umsatzes mit Kunden aus dem Kerneinzugsgebiet erzielt wird; weitere rd. 18 % des Umsatzes (rd. 2,2 Mio. €) werden mit Kunden aus dem erweiterten Einzugsgebiet erzielt. Eine Umsatzgröße von rd. 0,9 Mio. € wird mit den Kunden aus dem Ferneinzugsgebiet generiert und rd. 5 % des Umsatzes werden als sog. „diffuse Zuflüsse“ hinzukommen.

6.2 Umsatzumverteilungseffekte

Im vorherigen Abschnitt wurde die Abschöpfungsquote des Planvorhabens im Einzugsgebiet ermittelt und somit dargelegt, welche Versorgungsbedeutung das Planvorhaben für die in Hagen-Hohenlimburg lebende Bevölkerung übernimmt.

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

Dies ist grundsätzlich als Ausdruck erwünschten und zulässigen Wettbewerbs zu sehen, kann aber für die Genehmigungsfähigkeit des Planvorhabens eine Rolle spielen, wenn dadurch negative Auswirkungen i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO ausgelöst werden.

Negative Auswirkungen auf einen zentralen Versorgungsbereich bzw. wohnungsnahe Versorgung wären zu erwarten, wenn infolge der Projektrealisierung bestehende Einzelhandelsbetriebe gefährdet würden, die für die Funktionsfähigkeit eines zentralen Versorgungsbereiches bzw. die wohnungsnahe Versorgung eine hohe Bedeutung haben. Die Entwicklungsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen wäre dann beeinträchtigt, wenn infolge des Vorhabens die Neuansiedlung von entsprechenden Betrieben in den zentralen Versorgungsbereichen eingeschränkt wäre.

Während es sich bei dem geplanten Drogeriemarkt um den Markteintritt eines Einzelhandelsbetriebes handelt, stellt die Lidl-Planung eine Umstrukturierung bzw. Erweiterung eines bereits am Markt tätigen Einzelhandelsbetriebes dar, so dass bei der Beurteilung etwaiger negativer Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche im Wesentlichen auf die vorgesehene Verkaufsflächenerweiterung und des sich ggf. hieraus ergebenden zusätzlichen Attraktivitätsgewinns abzustellen ist.

Als projektrelevant sind hierbei folgende Rahmenbedingungen zu betrachten:

- Innerhalb der Stadt Hagen nimmt Hagen-Hohenlimburg eine infolge städtebaulicher (u.a. Autobahntrasse) und naturräumlicher (weitläufige Waldflächen) Zäsuren separierte Lage ein.
- Der Gotenweg stellt keine regionale bedeutende Erschließungsstraße dar.
- Der Angebotsstandort dient heute vorwiegend der Versorgung der lokalen Bevölkerung; dies wird auch zukünftig der Fall sein.
- Die Wettbewerbsintensität im Lebensmittelsegment ist relativ hoch.
- Nach der Schließung der Schlecker- und Ihr Platz Drogeriemärkte stellt sich die Angebotssituation in Hagen-Hohenlimburg dagegen als defizitär dar.
- Infolge der Schließung der Drogeriemärkte sowie des Netto Discounters ist eine Einkaufsumorientierung auf die umliegenden Versorgungsstandorte eingetreten.
- Im Drogierwarensegment wird der geplante Drogeriemarkt den einzigen Drogeriemarkt in Hagen-Hohenlimburg darstellen.
- Mit max. 850 m² wird der geplante Drogeriemarkt zwar über eine als marktgerecht zu bewertende Verkaufsflächendimensionierung verfügen, eine weiträumige Ausstrahlung lässt sich hieraus jedoch nicht ableiten. Denn insbesondere Güter des täglichen Bedarfs wie - z. B. Lebensmittel und Drogierwaren – weisen aufgrund des relativ niedrigen Warenwertes sowie der relativ hohen Ein-

kaufsfrequenz eine hohe Zeitdistanzempfindlichkeit auf. Die Folge hiervon ist, dass bereits nach relativ kleiner Zeitdistanz die Nachfrage nach diesen Gütern deutlich abnimmt

6.2.1 Umsatzumverlagerungen im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel

Im Falle der kleinräumigen Verlagerung und Erweiterung des Lidl-Marktes ist ein Mehrumsatz in Höhe von max. 1,6 Mio. € im Lebensmittelsegment zu prognostizieren. Darüber hinaus wird der geplante Drogeriemarkt in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel Umsätze von rd. 0,6 Mio. € erzielen. Demzufolge summieren sich die (Mehr-)Umsätze auf max. 2,2 Mio. €.

Bei der Einschätzung der zu erwartenden Umsatzverlagerungseffekte werden folgende Annahmen zugrunde gelegt:

- Die Schließung der Netto-Filiale an der Alemannenstraße hat zu einer Einkaufsumorientierung auf umliegende Versorgungsstandorte geführt. Hiervon haben in erster Linie die nächstgelegenen Angebotsstandorte Penny Am Paulshof sowie die im Nahversorgungszentrum Elsey ansässigen Lebensmittel Märkte (Netto, Aldi, Rewe) profitiert.
- Die durch die Einzelhandelsplanung hervorgerufenen Umsatzverlagerungen gehen in erster Linie zu Lasten derjenigen Wettbewerber, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen. Dies bedeutet, dass als Hauptwettbewerber des Lidl-Marktes in erster Linie discountorientierte Lebensmittelanbieter anzusehen sind.
- Mit zunehmender Entfernung des Projektstandortes nimmt die Stärke der Umsatzverlagerungseffekte ab. Dies bedeutet, dass Einzelhandelsbetriebe im näheren Umfeld des Projektstandortes stärker von Umsatzverlagerungen betroffen sind als weiter entfernt gelegene Einzelhandelsbetriebe.
- Dieser Annahme liegt die Tatsache zugrunde, dass für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben mit zunehmender Zeitdistanz und des hiermit verbundenen steigenden Zeit und Kostenaufwandes geringer wird. Die Zeitdistanzempfindlichkeit der einzelnen Sortimente ist jedoch unterschiedlich und wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt.
- Vor diesem Hintergrund ist davon auszugehen, dass das Planvorhaben den Großteil seines Umsatzes im Lebensmittelsegment durch Umsatzumlenkungen gegenüber Wettbewerbern an den umliegenden Angebotsstandorten (v.a. Penny Am Paulshof, Aldi und Netto im Nahversorgungszentrum Elsey sowie Aldi im Nebenzentrum Hohenlimburg) generieren wird.

Die vorstehenden Annahmen haben im Hinblick auf das Planvorhaben und den damit einhergehenden zu erwartenden Umsatzverlagerungen nach der BBE-Prognose folgende Konsequenzen:

Abbildung 20: Umsatzumverteilung in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten

Standort	Umsatz in Mio. €			Umverteilung in Mio. €			Umverteilung in %		
	Nahrungs- und Ge-nussmittel	Drogerie-/Parfüme-riewaren	Nahversor-gungs-relevante Sortimente insg. ¹⁾	Nahrungs- und Ge-nussmittel	Drogerie-/Parfüme-riewaren	Nahversor-gungs-relevante Sortimente insg.	Nahrungs- und Ge-nussmittel	Drogerie-/Parfüme-riewaren	Nahversor-gungs-relevante Sortimente insg. ¹⁾
Stadt Hagen, davon	83,0	13,5	96,5	1,9	2,4	4,3	2	18	4
Nebenzentrum Hohenlimburg	8,6	1,3	9,9	0,2	(*)	0,1	2	(*)	2
Nahversorgungszentrum Elsey	13,3	2,3	15,6	0,6	0,2	0,8	5	8	5
Sonderstandort Auf dem Lölfert	28,5	3,3	31,8	0,3	1,1	1,4	1	33	4
Sonderstandort Kabeler Straße	22,5	5,3	27,8	(*)	1,1	1,1	(*)	21	4
Sonstige Lagen ¹⁾	4,2	0,6	4,8	0,7	<0,1	0,8	17	8	16
Stadt Iserlohn, davon	14,6	11,2	25,8	0,1	0,1	0,2	2	5	3
B-Zentrum Letmathe	7,9	3,0	10,9	(*)	0,1	0,1	3	3	1
Sonstige Lagen (Iserlohn Letmathe)	6,8	8,2	15,0	(*)	(*)	0,1	1	(*)	1
Sonstige Anbieter	./.	./.	./.	0,2	0,3	0,5	./.	./.	./.
Relevanter Wettbewerb insg.	97,6	24,7	122,3	2,2	2,9	5,1	4	12	4

¹⁾ ohne Netto an der Alemannenstraße

(*)Quelle: Eigene Berechnungen;

Rundungsdifferenzen möglich

Absolut werden sich die höchsten sortimentsspezifischen Umverteilungen mit insgesamt rd. 0,7 Mio. € bzw. rd. 17 % auf den solitärgelegenen Lebensmitteldiscountmarkt Penny Am Paulshof konzentrieren. Denn in kurzer Distanz zueinander befinden sich zwei Anbieter, die aufgrund der räumlichen Nähe über in weiten Teilen deckungsgleiche Marktgebiete verfügen. Allerdings wird dieser Anbieter von der Filialschließung des Netto Marktes an der Alemannenstraße am meisten profitieren, so dass mit dem Markteintritt der zu erweiternden Lidl-Filiale dessen Umsatz auf ein durchschnittliches Niveau fallen wird. Eine Betriebsaufgabe ist vor diesem Hintergrund aber nicht zu erwarten.

Aufgrund der räumlichen Nähe und vergleichbaren Angebotsausrichtung werden darüber hinaus die im Nahversorgungszentrum Elsey ansässigen projektrelevanten Anbieter Umsatzverluste in Höhe von 0,6 Mio. € bzw. 5 % zu verzeichnen haben. Insbesondere der Aldi Lebensmitteldiscountmarkt wird von Umsatzverlusten betroffen sein. Denn dieser Lebensmittelmarkt stellt den dem Projektstandort nächstgelegenen Anbieter des gleichen Betriebstyps dar. Angesichts der Höhe der zu erwartenden Umverteilung ist davon auszugehen, dass dieser Anbieter auch weiterhin wirtschaftlich rentabel betrieben werden kann.

Die ebenfalls im Nahversorgungszentrum Elsey ansässigen Anbieter Netto und Rewe werden dagegen aufgrund der nur geringen Wettbewerbsbeziehungen zum Planvorhaben kaum spürbare Umsatzverluste zu verzeichnen haben.

Auch das solitär gelegene Kaufland SB-Warenhaus am Sonderstandort Auf dem Lölfert wird von Umsatzeinbußen betroffen sein. Die zu erwartenden Umsatzumverlagerungen werden sich auf insgesamt 0,3 Mio. € bzw. 1 % belaufen.

Eine Umsatzgröße von rd. 0,2 Mio. € wird zudem gegenüber den im Nebenzentrum Hohenlimburg ansässigen Filialen von Aldi und Rewe umverteilt. Bei Umsatzverlagerungen von max. 2 % werden aber keinesfalls betriebsgefährdende Größenordnungen erzielt.

Die innerhalb der sonstigen zentralen Versorgungsbereiche ansässigen Lebensmittelmärkte werden dagegen kaum von Umverlagerungen betroffen sein.

Am Planstandort ist zudem ein relativ geringer Umsatzanteil mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes („Streumsätze“) anzunehmen. Aufgrund der nur geringen absoluten Höhe sind Betriebsgefährdungen hier jedoch in jedem Falle auszuschließen.

6.2.2 Umsatzverlagerungen im Sortiment Drogeriewaren

Als Hauptwettbewerber für das Drogeriewarensortiment fungieren in Hagen-Hohenlimburg das Kaufland SB-Warenhaus am Sonderstandort Auf dem Lölfert sowie die dm-Filiale und das Real SB-Warenhaus lokalisierten am Sonderstandort Kabeler Straße (Hagen-Nord). Aufgrund der defizitären Ausstattung in Hagen-Hohenlimburg ist davon auszugehen, dass ein überdurchschnittlich hoher Anteil der im Einzugsgebiet vorhandenen Drogeriewarenkaufkraft derzeitig durch Lebensmittelmärkte gebunden wird.

Der prognostizierte Drogeriewarenumsatz der geplanten Anbieter wird sich auf insgesamt rd. 2,9 Mio. € belaufen.

Absolut wie prozentual werden sich die höchsten Umverteilungen mit max. 1,1 Mio. € bzw. rd. 33 % gegenüber dem Sonderstandort Auf dem Lölfert (Kaufland SB-Warenhaus) einstellen. Denn dieser Anbieter stellt aktuell aufgrund der derzeitigen defizitären Angebotssituation innerhalb des Stadtbezirks Hagen-Hohenlimburg mit seinem umfangreichen Randsortiment den wesentlichen Anbieter von Drogeriewaren dar. Vor dem Hintergrund der starken Versorgungsbedeutung kann diesem Markt eine deutlich überdurchschnittliche Umsatzleistung zugesprochen werden. Unter Berücksichtigung der prognostizierten Umverteilungen wird der Umsatz zwar sinken, da dieser Anbieter aber neben den nahversorgungsrelevanten Sortimenten auch ein umfassendes Nonfood Angebot vorhält, sind ausreichend Spielräume vorhanden, um auf Umsatzeinbußen in einzelnen Angebotssegmenten durch Sortimentsumstellungen zu reagieren.

Darüber hinaus werden auch die am Sonderstandort Kabeler Straße ansässigen Anbieter Real und dm von Umsatzeinbußen in Höhe von insgesamt max. 1,1 Mio. € bzw. 21 % betroffen sein, wobei die dort ansässige dm-Filiale im Vergleich zu dem Anbieter real deutlich höhere Umsatzverluste zu verzeichnen haben wird. Aufgrund der derzeitig defizitären Drogeriewarenausstattung verzeichnet dieser verkehrlich gut zu erreichende Angebotsstandort derzeit hohe Kaufkraftzuflüsse, so dass er als sehr umsatzstark einzuschätzen ist. Nach erfolgter Projektrealisierung wird sein Umsatz maximal auf ein leicht unterdurchschnittliches Niveau fallen, so dass er auch zukünftig immer noch wirtschaftlich tragfähige Umsatzleistungen generiert. Die Betriebsaufgabe dieses Anbieters infolge der zu untersuchenden Wettbewerbsveränderung ist somit nicht zu erwarten.

Darüber hinaus werden auch die in den zentralen Versorgungsbereichen ansässigen Anbieter Netto, Aldi und Rewe im Nahversorgungszentrum Elsey von Umsatzeinbußen in Höhe von insgesamt 0,2 Mio. € betroffen sein. Die sortimentsspezifischen Umverteilungsquoten der im Nahversorgungszentrum ansässigen Anbieter liegen bei insgesamt rd. 8 %. Bezogen auf den jeweiligen Gesamtumsatz relativieren sich die Umlenkungen jedoch weitestgehend: Mit Umsatzeinbußen in Höhe von 2 - 3 % (Aldi) bzw. 1 – 2 % werden sich keine geschäftsgefährdenden Größenordnungen ergeben, so dass beide Märkte auch weiterhin oberhalb der Rentabilitätsgrenze betrieben werden können.

Untergeordnet werden auch die im Nebenzentrum Hohenlimburg ansässigen Lebensmittelmärkte von Umlenkungseffekten betroffen sein. Hier werden sich einzelbetrieblich jedoch nur geringe Größen ergeben, aus denen Betriebsgefährdungen durchgängig auszuschließen sind.

Die Umverlagerungen gegenüber den Anbietern im Iserlohn werden insgesamt eine Umsatzgröße von max. 0,1 Mio. € erreichen und im Wesentlichen den im B-Zentrum Letmathe ansässigen dm-Markt betreffen. Die Betriebsaufgabe dieses Anbieters ist aber nicht zu erwarten. Denn unter Berücksichtigung der Angebotsstruktur im Untersuchungsraum sowie der ansprechbaren Bevölkerungs- bzw. Kaufkraftpotenzi-

ale im jeweiligen Marktgebiet werden diese Anbieter weiterhin oberhalb der Rentabilitätsschwelle betrieben werden können. Hierbei handelt es sich im Wesentlichen um das „Zurückholen“ derzeit aus dem Einzugsgebiet abfließender Kaufkraft, die zukünftig wohnortnah gebunden werden kann.

Außerhalb des Untersuchungsraumes wird ein Umsatzanteil von max. 0,3 Mio. € im Rahmen einer diffusen Umverteilung generiert. Aufgrund der geringen Höhe der prognostizierten Umverteilungseffekte sowie der Vielzahl an potenziellen Wettbewerbsbetrieben ist nicht davon auszugehen, dass hierdurch einzelne Wettbewerber in ihrer wirtschaftlichen Tragfähigkeit gefährdet werden.

6.3 Städtebauliche Bewertung

Für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität geschädigt werden oder die Nahversorgung in Wohngebieten nachteilig beeinflusst wird. Dies wäre dann zu unterstellen, wenn infolge der geplanten Ansiedlung des Drogeremarktes sowie der Neuaufstellung der Lidl-Filiale solche Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können.

Die BBE Handelsberatung GmbH vertritt die gutachterliche Einschätzung, dass durch die aktuell geplante Ansiedlung des Drogeremarktes sowie die Erweiterung und die Verlagerung des Lidl-Marktes – trotz der nicht-integrierten Lage – keine nachteiligen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in Hagen sowie in den umliegenden Städten und Gemeinden zu erwarten sind.

Allerdings kann die abschließende Bewertung der Auswirkungen auf die zukünftige Entwicklung des Nebenzentrums Hohenlimburg nicht ohne die Klärung der Frage erfolgen, mit welchen Maßnahmen die dort vorhandenen Funktionsstörungen behoben und die gegenwärtig hohe Zahl an Leerständen reduziert werden sollen. Ansonsten ist zu befürchten, dass Investitionen zur Verbesserung der Angebotssituation insbesondere in den wichtigen Leitbranchen Bekleidung, Schuhe und Drogeriebedarf ausbleiben und Hohenlimburg seine Versorgungsfunktion als Nebenzentrum nicht erfüllen kann.

Folgende Gründe sprechen zusammenfassend für diese Einschätzung:

- Das Planvorhaben soll den langjährig ansässigen und dementsprechend am Markt etablierten Lidl Lebensmitteldiscountmarkt auf ein angrenzendes Grundstück - ehemalige Hohenlimburger Federfabrik – kleinräumig verlagern. Gleichzeitig soll die Verkaufsfläche des Lidl-Marktes von aktuell 1.000 m² um 300 m² erweitert werden. Zudem soll der frei werdende Lidl-Altstandort durch einen Drogeremarkt mit einer Verkaufsfläche von rd. 850 m² nachgenutzt werden.
- Der Angebotsschwerpunkt des Planvorhabens liegt bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten gemäß „Hagener Sortimentsliste“.
- Mit der insolvenzbedingten Schließung der Drogeriemärkte Schlecker an der Alemannenstraße sowie Ihr Platz im Nebenzentrum Hohenlimburg sind relevanten Verkaufsflächen in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten aufgegeben worden. Auch die bevorstehende Aufgabe des Net-

to-Marktes – nach Ablauf des Mietvertrages – wird zusätzlich zur Reduzierung der projektrelevanten Verkaufsflächen beitragen.¹⁶

- Vor dem Hintergrund eines – seit dem Rückzug der Schlecker- und Ihr Platz-Filiale – fehlenden Drogeriemarktes in Hagen-Hohenlimburg ist davon auszugehen, dass auf diese Betriebsform ausgerichtete Kunden sich derzeitig nicht wohnortnah versorgen können und vor allem auf die verkehrlich gut zu erreichenden Angebotsstandorte in Hagen-Nord (Sonderstandort Kabeler Straße) bzw. den Sonderstandort Auf dem Lölert (Kaufland) ausweichen.
- Bei den mit der Projektrealisierung zu erwartenden Umsatzverlagerungen wird es sich daher in erster Linie um das „Rückholen“ bislang abfließender Kaufkraft handeln.
- Im Rahmen der Neuaufstellung und der Erweiterung der Lidl-Filiale erfolgt eine Standortsicherung des für die Versorgung der lokalen Bevölkerung bedeutsamen Anbieters. Die hieraus abzuleitenden Wettbewerbswirkungen werden sich nach den Ergebnissen der Auswirkungsanalyse vor allem auf die nächstgelegenen Lebensmittelmärkte (Penny-Markt Am Paulshof, Netto, Aldi und Rewe im Nahversorgungszentrum Elsey, Kaufland am Sonderstandort Auf dem Lölert) konzentrieren. Die sonstigen umliegenden Lebensmittelmärkte - sowohl innerhalb als auch außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches – werden von dem Planvorhaben nicht tangiert.
- Der geplante Drogeriemarkt wird zu einer deutlichen Verbesserung der Versorgung im Stadtbezirk Hagen-Hohenlimburg beitragen. Umsatzumverlagerungen im Zuge der Projektrealisierung werden insbesondere diejenigen Anbieter hinzunehmen haben, die derzeit am stärksten von der defizitären Drogerieausstattung bzw. der aus dem Einzugsgebiet abfließenden Kaufkraft profitieren. Zu einem wesentlichen Teil werden die zu erwartenden Umsatzumverlagerungen das Randsortiment des in Hagen-Hohenlimburg ansässigen Kaufland SB-Warenhaus sowie die dm-Filiale und das Randsortiment des Real SB-Warenhauses in Hagen-Nord betreffen. Eine Betriebsaufgabe dieser als umsatzstark zu bewertenden Angebotsstandorte ist nicht zu erwarten.
- Auch sonstige Wettbewerber werden durch das Planvorhaben nicht in ihrem wirtschaftlichen Fortbestand gefährdet sein.
- Die Randsortimente des Drogeriemarktes (u. a. Nahrungs- und Genussmittel, Baby- und Kinderbekleidung, Tiernahrung, Fotoartikel) sowie des Lidl-Marktes, die im Wesentlichen die Aktionswaren umfassen, stellen eine Abrundung des vorgehaltenen Kernsortiments dar. Aufgrund des nur geringen Umsatzvolumens je Sortiment sind städtebaulich relevante Auswirkungen auszuschließen. Zudem ist zu berücksichtigen, dass sich die zu erwartenden Wettbewerbswirkungen auf eine Vielzahl von Betrieben beziehen werden.
- Die im Zuge der Einzelhandelsentwicklung am Sonderstandort Berlet geplante Neuaufstellung des Lidl-Marktes sowie die vorgesehene Ansiedlung des Drogeriemarktes „ersetzt“ im Wesentlichen die weggefallenen Betriebsformen und Verkaufsflächen des Schlecker-Drogeriemarktes sowie zukünftig des Netto Lebensmitteldiscounters an der Alemannenstraße und konzentriert diese an einem Standort innerhalb des Sonderstandortes Berlet.
- Vor diesem Hintergrund stellt das Planvorhaben eine sinnvolle Entwicklung der wohnungsnahen Versorgung in Hagen-Hohenlimburg dar, die keine nachteiligen Auswirkungen auf die benachbarten zentralen Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung erwarten lässt.
- Gleichzeitig ist jedoch zu erwarten, dass die geplante Ansiedlung des Drogeriemarktes am Sonderstandort Berlet grundsätzlich die Ansiedlungschancen eines weiteren Drogeriemarktes im Nebenzentrum Hohenlimburg verringert. Trotz der langjährigen Bemühungen ist es bisher nicht gelungen, den Wegfall der Ihr Platz-Filiale in Hagen-Hohenlimburg durch einen anderen Drogerie-marktanbieter zu kompensieren und die Versorgungslücke zu schließen.

¹⁶ Eine Nachnutzung durch Einzelhandel soll durch die Änderung des Bebauungsplanes ausgeschlossen werden (Ausschluss von Einzelhandelsnutzungen).

- Das Nebenzentrum Hohenlimburg kann die ihm zugewiesene Funktion¹⁷ gegenwärtig offensichtlich nicht in vollem Umfang erfüllen. Insbesondere fehlen seit der Schließung von zuletzt Woolworth, Kaiser's und Ihr Platz frequenzschaffende Betriebe wichtiger Branchen. Die funktionale Anbindung der ansonsten marktgerecht aufgestellten Lebensmittelanbieter Rewe und Aldi ist trotz der räumlichen Nähe zur Fußgängerzone unzureichend.
- Leer stehende Ladenlokale (z.B. ehemaliger Woolworth, ehemaliger Kaiser's) und Potenzialflächen (insbesondere Bereich Stennertstraße / Freiheitstraße / Markt bieten durchaus die Möglichkeit einer Revitalisierung des Hohenlimburger Zentrums durch kurzfristige Neuvermietung und mittelfristige Ansiedlung auch größerer Einzelhandelsbetriebe. Ein Drogeriemarkt marktüblicher Größe und Leistungsfähigkeit wäre jedenfalls geeignet, hierbei einen wesentlichen Beitrag zu leisten. Allerdings muss davon ausgegangen werden, dass führende Betreiber ihre Standortentscheidung für das Nebenzentrum Hohenlimburg davon abhängig machen würden, ob es eine längerfristige Perspektive für den zentralen Versorgungsbereich als Einzelhandelsschwerpunkt gibt.
- Vor diesem Hintergrund ist der Stadt Hagen zu empfehlen, möglichst schnell eine Klärung dieser Perspektive herbeizuführen und geeignete Investitionsvorhaben zu ermöglichen.

6.4 Einordnung des Vorhabens in die Ziele des Landesentwicklungsplanes

6.5 Landesentwicklungsplan NRW

Mit dem Inkrafttreten des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen, Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel am 13.07.2013 bestehen Ziele und Grundsätze der Raumordnung, die im Rahmen des Bauleitplanverfahrens bei der Abwägung beachtet bzw. berücksichtigt werden müssen.

Nachfolgend wird das Planvorhaben im Hinblick auf die vorgesehenen Ziele und Grundsätze mit Projektrelevanz bewertet:

- **Ziel 1: Standorte nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen**

Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen (ASB) dargestellt und festgesetzt werden.

Der Regionalplan stellt für den Planstandort einen Allgemeinen Siedlungsbereich dar. Damit ist die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit diesem landesplanerischen Ziel vereinbar.

- **Ziel 2: Zentrenrelevante Kernsortimente: Standorte nur in zentralen Versorgungsbereichen**

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind nur in bestehenden sowie neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrierter Lage zulässig. Als zentrenrelevant gelten dabei die Sortimente gemäß Anlage 1 – Sachlicher Teilplan sowie weitere, von der jeweiligen Standortgemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (Ortstypische Sortimentsliste).

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) dürfen ausnahmsweise auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen realisiert werden. Dazu ist nachzuweisen, dass eine Errichtung in integrierter La-

¹⁷

Laut Einzelhandelskonzept (S. 70): „Nebenzentren sind lokale Versorgungszentren, die überwiegend der Nahversorgung dienen und darüber hinaus ein ergänzendes Angebot im Segment des aperiodischen Bedarfsbereiches anbieten“

ge aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen nicht möglich ist, das Vorhaben einer wohnortnahmen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Die Kernsortimente des Planvorhabens sind gemäß sachlichem Teilplan als zentren- und gleichzeitig nahversorgungsrelevant (Nahrungs- und Genussmittel) zu klassifizieren. Auch die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Hagen stuft die vorgesehenen Kernsortimente als nahversorgungsrelevant ein.

Bei dem Planareal handelt es sich um einen bestehenden großflächigen Einzelhandelsstandort außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches, der aktuell überplant werden soll. Die Aufstellung eines entsprechenden Bebauungsplanes mit der Festsetzung eines Sondergebietes und der Zweckbestimmung „Großflächiger Einzelhandelsbetrieb“ wurde vom Rat der Stadt Hagen am 20.02.2014 beschlossen.

Wie zuvor erläutert bietet sich im zentralen Versorgungsbereich Hohenlimburg grundsätzlich die Möglichkeit, eines der leer stehenden Ladenlokale durch einen Drogeriemarkt nachzunutzen. Damit ist allerdings eine der drei Bedingungen für die Inanspruchnahme der Ausnahmeregelung nicht erfüllt. Die Realisierung eines Drogeriemarktes außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen verstieße gegen Ziel 2.

■ **Ziel 3: Beeinträchtigungsverbot**

Durch großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Nach den Ergebnissen der in Kapitel 7.2 dargelegten Umsatzumverteilungsanalyse können im Realisierungsfall des Planvorhabens negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche sowie die wohnortnahe Versorgung ausgeschlossen werden.

■ **Ziel 7: Überplanung von vorhandenen Standorten**

Abweichend von den vorstehenden Zielen/ Grundsätzen dürfen vorhandene Standorte außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen als Sondergebiet festgesetzt werden, wenn die Verkaufsflächen auf den baurechtlichen Bestandsschutz begrenzt werden. In Ausnahmefällen sind auch geringfügige Erweiterungen möglich.

Für den Planstandort wurde bereits ein Bebauungsplanverfahren Nr. 7/14 - Sondergebiet im Bereich Elseyer Straße/ Gotenweg - zur Festsetzung eines Sondergebietes eingeleitet, in welchem der Bestand von großflächigen Einzelhandelsbetrieben gesichert und gleichzeitig mit der Änderung des Bebauungsplanes Nr.1 „Auf dem Somborn“ der großflächige Einzelhandel in benachbarten Bereichen ausgeschlossen werden soll.¹⁸

Dabei ist es jedoch nach Auskunft der Bezirksregierung Arnsberg und des Regionalverbandes Ruhr (RVR) nicht möglich, eine saldierende Gesamtbetrachtung aller Veränderungen im gesam-

¹⁸ Bürgerinformationssystem der Satdt Hagen, Vorlage – 0436/ 2014

ten Bebauungsplangebiet vorzunehmen. Denn auch wenn die durch die Neuaufstellung des Lidl-Marktes und die Ansiedlung des Drogeremarktes geschaffenen Flächen im Wesentlichen den weggefallenen Betriebsformen und Verkaufsflächen des Schlecker-Drogeremarktes sowie des Netto Lebensmitteldiscounters an der Alemannenstraße entsprechen, handelt es sich nicht um eine vom LEP geforderte Begrenzung auf den baurechtlichen Bestand – siehe dazu die Verkaufsflächenbilanzierung in Abb. 15.

Dabei spielt auch eine Rolle, dass der neue Lidl-Markt auf dem an den bisherigen Standort angrenzenden Grundstück errichtet werden soll, auf dem neues Planungsrecht geschaffen werden muss. Hinzu kommt, dass die in Ausnahmefällen möglichen „geringfügigen Erweiterungen“ nach Einschätzung von Bezirksregierung Arnsberg und RVR keine Erweiterung des Lidl-Marktes um 300 m² (entspricht 30 %) abdecken.

Das Planvorhaben ist unter dieser Voraussetzung mit dem planerischen Ziel nicht kompatibel.

■ **Ziel 8: Einzelhandelsagglomerationen**

Außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche ist dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen entgegenzuwirken. Gleiches gilt für Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche. Gemeinden haben dabei sicherzustellen, dass eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche vermieden wird. Unter Verfestigung ist dabei etwa die Änderung der Sortimente bestehender Betriebe zu verstehen, während mit Erweiterung das Hinzutreten weiterer Einzelhandelsbetriebe zu einer bestehenden Agglomeration gemeint ist.

Die aktuelle Planung sieht zwar vor, die an der Alemannenstraße „wegfallenden“ Einzelhandelsbetriebe durch das Planvorhaben zu „ersetzen“. Zugleich würde jedoch die Attraktivität des Lidl-Standortes am Gotenweg durch die Kombination mit einem Drogeremarkt gesteigert und die Verfestigung der bereits bestehenden Agglomeration begünstigt. Diese Veränderung lässt sich nicht mit dem Ziel 8 vereinbaren, demzufolge der Entstehung, Verfestigung und Erweiterung von Agglomerationen „entgegenzuwirken“ ist.

6.6 Einzelhandelskonzept der Stadt Hagen

Im Jahr 2015 wurde von der CIMA die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Hagen erarbeitet.

Dieses formuliert in Kapitel 8.1 mehrere Grundsätze zum Umgang mit (großflächigen) Einzelhandelsentwicklungen. Für die Bewertung des Planvorhabens ist dabei folgender Grundsatz relevant:

■ **Grundsatz 3:**

Für die bestehenden Sonderstandorte mit großflächigem Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten gemäß Ziel 7 des Sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel zum LEP NRW max. Arrondierungen erlaubt sein, wie sie durch Ziel 7 des Sachlichen Teilplanes zum LEP NRW gedeckt sind. Darüber hinaus sollte an den Sonderstandorten grundsätzlich keine Weiterentwicklung mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten realisiert werden.

Darüber hinaus werden im Hinblick auf die möglichen Entwicklungspotenziale am Sonderstandort Berlet im Einzelhandelskonzept folgende Empfehlungen ausgesprochen:

- „Die Neustrukturierung der Nahversorgung mit einer Modernisierung und moderaten Verkaufsflächenerweiterung kann als ‚geringfügige Erweiterung im Kontext des Bestandschutzes nach Ziel 7 des ‚Sachlichen Teilplanes Großflächiger Einzelhandel‘ zum LEP NRW bewertet werden. Dieser Ansatz trägt umso mehr, da mit der Schließung von Schlecker relevante Flächen im nahversorgungsrelevanten Sortiment aufgegeben werden. Der vorgesehene Planungsansatz führt zu keiner wesentlichen Beeinträchtigung der benachbarten Zentralen Versorgungsbereiche ‚Hohenlimburg‘ und ‚Elsey.‘“

Wie bereits dargelegt, ist das Planvorhaben nicht mit dem Ziel 7 des Sachlichen Teilplan großflächiger Einzelhandel‘ zum LEP NRW kompatibel.

Daran ändert auch die Feststellung nichts, dass im Realisierungsfall des Planvorhabens im Saldo keine Verkaufsflächenerweiterung stattfindet, keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Hagen und der Nachbarkommunen zu erwarten sind und sich das Planvorhaben in das Standortkonzept der Stadt Hagen einordnen ließe.

6.7 REHK Östliches Ruhrgebiet (Fortschreibung 2013)

Das Regionale Einzelhandelskonzept (REHK) für das Östliche Ruhrgebiet und angrenzende Bereiche wurde im Jahr 2013 fortgeschrieben. Mittlerweile haben 24 kooperierende Kommunen – darunter die Stadt Hagen – per Ratsbeschluss das REHK zur Grundlage zukünftiger Planungsentscheidungen im Zusammenhang mit großflächigen, überörtlich bedeutsamen Einzelhandelsvorhaben erklärt.

„Im Sinne des REHK sind Vorhaben als regional bedeutsam einzustufen, sobald sie, allein betrachtet aber ggf. auch im Rahmen einer Einzelhandelsagglomeration, eine überörtliche Bedeutung entwickeln, d. h. absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur bzw. Zentrenstruktur mindestens einer Nachbar-kommune zu erwarten sind.“¹⁹

An anderer Stelle wird ergänzend ausgeführt, „dass Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment regional bedeutsam sind, wenn deren Einzugsbereich über die reine Nahversorgung hinaus geht oder in mindestens eine benachbarte Kommune reicht. In der Regel handelt es sich dabei um Märkte ab einer Verkaufsfläche von 2.000 m², dazu zählen Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser. Die kleineren, im Allgemeinen nicht über das lokale Einzugsgebiet hinaus reichenden Lebensmittelmärkte unterliegen lediglich der interkommunalen Abstimmung im Rahmen der förmlichen Verfahren.“²⁰

In diesem Zusammenhang ist festzuhalten, dass das Planvorhaben am Sonderstandort Berlet in Hagen-Hohenlimburg insgesamt zwar die Regelvermutungsgröße von 2.000 m² für „regional bedeutsame Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment“ geringfügig überschreitet. Gleichzeitig ist dem Planvorhaben jedoch nur eine Ausstrahlungskraft auf ein lokales Einzugsgebiet beizumessen, so dass, nach Auffassung der BBE kein Regionaler Konsens einzuholen ist. Das Planvorhaben unterliegt lediglich der interkommunalen Abstimmung im Rahmen der förmlichen Verfahren.

Köln, im Juni 2016

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Anna Heynen



i. V. Jörg Lehnerdt

¹⁹ REHK 2013, S. 30

²⁰ ebenda S. 68