



Auswirkungsanalyse zur Erweiterung eines Lebensmitteldiscounters in Euskirchen, Kölner Straße

Auftraggeber: Architekt Michael Velde,
Euskirchen

Projektleitung: Monika Kollmar,
Niederlassungsleitung
Dirk Riedel, Dipl.-Kfm. /
Wirtschaftsgeogr. M.A.

Köln, am 06.12.2018

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 0221 / 98 94 38 – 0
Telefax: 0221 / 98 94 38 - 19
E-Mail: office.koeln@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Büro Köln, wurde im Oktober 2016 vom Architekturbüro Michael Velde, Euskirchen, beauftragt, eine Auswirkungsanalyse zur Erweiterung eines Lebensmitteldiscountmarktes am Standort Kölner Straße in Euskirchen zu erarbeiten. Zwischenzeitlich gab es verschiedene Gespräche sowie eine Stellungnahme der Bezirksregierung Köln vom 20.02.2018, in der u. a. eine kumulierte Betrachtung der möglichen Auswirkungen des Netto-Erweiterungsvorhabens in Zusammenschau mit anderen Planvorhaben in Euskirchen gefordert wird. Daher wurde das Gutachten hinsichtlich der in dieser Stellungnahme aufgeworfenen Punkte überarbeitet. In diesem Zuge wurden auch die Daten auf Angebots- und Nachfrageseite (Einwohnerzahlen, Kaufkraftdaten) aktualisiert.

Für die Bearbeitung der Untersuchung standen der GMA Angaben des Auftraggebers, der Stadt Euskirchen, von MB Research sowie des Landesbetriebes für Information und Technik Nordrhein-Westfalen zur Verfügung. Darüber hinaus konnte auf GMA-Daten zum Einzelhandelsbestand in Euskirchen von November 2016 zurückgegriffen werden, die im Oktober 2018 auf ihren aktuellen Bestand hin überprüft wurden.

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

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, den 06.12.2018
KO/RLD-aw

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Aufgabenstellung und Grundlagen	5
1. Aufgabenstellung	5
2. Planungsrechtlicher Rahmen	6
2.1 Regelungen der Baunutzungsverordnung	6
2.2 Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen	8
2.3 Kommunales Einzelhandelskonzept Euskirchen	8
3. Daten zur Projektplanung	9
II. Widerlegung der Regelvermutung	10
1. Charakteristika des Erweiterungsvorhabens	10
1.1 Definition des Betriebstyps Lebensmitteldiscounter	10
1.2 Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel	13
1.3 Sortimentsstruktur	14
2. Städtebauliche Anhaltspunkte	16
2.1 Makrostandort Euskirchen	16
2.2 Mikrostandort Kölner Straße	18
2.3 Versorgungsfunktion des Planstandortes	21
III. Auswirkungsanalyse	23
1. Bevölkerungspotenzial im Nahbereich	23
2. Projektrelevante Kaufkraft im Nahbereich	25
3. Projektrelevanter Einzelhandelsbestand	25
4. Beurteilung des Vorhabens	28
4.1 Methodischer Ansatz	28
4.2 Umsatzerwartung und Umsatzherkunft	28
4.3 Voraussichtliche Umsatzumverteilungen und Auswirkungen	29
4.4 Voraussichtliche Umsatzumverteilungen und Auswirkungen unter Berücksichtigung der Planvorhaben in Kleinbüllesheim und Flamersheim (Summationsbetrachtung)	33
4.5 Auswirkungen im Sinne des Einzelhandelserlasses Nordrhein-Westfalen	36
4.6 Vereinbarkeit mit den Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes Euskirchen	38
5. Fazit	38
IV. Zusammenfassung	40
Verzeichnisse	41

I. Aufgabenstellung und Grundlagen

1. Aufgabenstellung

In der Euskirchener Kernstadt ist am Standort Kölner Straße die Erweiterung eines Netto Lebensmitteldiscounters von derzeit ca. 710 m² um knapp 300 m² auf künftig 1.000 m² Verkaufsfläche geplant. Die dabei in der Vorkassenzone ansässige Bäckerei (ca. 40 m² VK) soll entfallen. Das Sortiment des Netto-Marktes soll dabei – nach Angaben des Auftraggebers – unverändert bleiben.

Für den Standort liegt ein rechtskräftiger Bebauungsplan (Nr. 85) vor, welcher für den Bereich ein Mischgebiet festsetzt. Da der Netto-Markt künftig mehr als 800 m² Verkaufsfläche bzw. 1.200 m² BGF haben soll, ist eine Erweiterung ohne Festsetzung eines Sondergebietes (SO) nach § 11 Abs. 3 BauNVO nur dann möglich, wenn eine Widerlegung der Regelvermutung nach § 11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO erfolgt und die Verträglichkeit der Erweiterung nachgewiesen wird (sog. „Atypik“). In diesem Fall kann der Netto Lebensmitteldiscounter seine Verkaufsfläche auch auf über 800 m² erweitern, ohne dass eine Änderung des Bebauungsplans in Richtung eines Sondergebietes erforderlich ist.

Auftragsgemäß besteht die Aufgabe der vorliegenden Untersuchung darin, die möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen in Zusammenhang mit der Erweiterung des Lebensmitteldiscounters zu analysieren sowie die erforderlichen Kriterien für eine Wiederlegung der Regelvermutung und Genehmigungsfähigkeit ohne Festsetzung eines Sondergebietes zu prüfen. Insbesondere ist zu untersuchen, welche Nahversorgungsbedeutung der Markt aktuell und zukünftig hat, welche Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben auf Betriebe in der Stadt Euskirchen ausgelöst werden können und welche städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen hieraus ggf. resultieren.

Die vorliegende Untersuchung wird vor dem Hintergrund der einschlägigen Vorschriften des BauGB und der BauNVO sowie der Landesplanung in Nordrhein-Westfalen durchgeführt. Hierbei sind insbesondere die Prüfkriterien gemäß Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen sowie des Einzelhandelserlasses zu thematisieren.

Die vorliegende Analyse gliedert sich in folgende Untersuchungsschritte:

- /// Darstellung des Erweiterungsvorhabens
- /// Darstellung des planungsrechtlichen Rahmens
- /// Entwicklungstrends im Marktsegment Lebensmitteldiscounter und Einordnung des Netto-Erweiterungsvorhabens
- /// Darstellung der betrieblichen und städtebaulichen Anhaltspunkte für die Widerlegung der Regelvermutung

- Abgrenzung des Nahbereichs und Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials
- Darstellung der Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum
- Darstellung der möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen des Planvorhabens (Einzelfallbetrachtung)
- Darstellung der möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen (kumulierte Betrachtung / Summationsbetrachtung zusammen mit anderen Planvorhaben in Euskirchen).

2. Planungsrechtlicher Rahmen

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die städtebauliche Entwicklung und Ordnung bei der Planung von Einzelhandelsgroßprojekten stellen das Baugesetzbuch (BauGB), die Baunutzungsverordnung (BauNVO) sowie die landes- und regionalplanerischen Bestimmungen dar.

2.1 Regelungen der Baunutzungsverordnung

Die Rechtsnorm, welche die Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben regelt, ist § 11 Abs. 3 BauNVO. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus¹:

„1. Einkaufszentren,

2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,

3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere

¹ Baunutzungsverordnung (BauNVO), zuletzt geändert durch Art. 2 des Gesetzes vom 11.06.2013 / 1548.

die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

Ob ein Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt einzustufen ist, hat in einer zweistufigen Prüfung getrennt voneinander zu erfolgen:

1. Handelt es sich bei dem Vorhaben um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb bzw. wird die Großflächigkeit des Vorhabens erfüllt, was i. d. R. bei einer Überschreitung der Verkaufsfläche von 800 m² der Fall sein wird²?
2. Sind die in § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen zu erwarten, was regelmäßig ab einer Geschossfläche von 1.200 m² anzunehmen ist (= Regelvermutung)?

Die Regelvermutung ist jedoch gem. § 11 Abs. 3, Satz 4 BauNVO widerlegbar. Der Nachweis kann im Zuge einer Einzelfallprüfung erbracht werden, wenn im konkreten Einzelfall keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 3 BauNVO zu erwarten sind. Mit Bezug auf die in § 11 Abs. 3 BauNVO beschriebenen Auswirkungen sind dabei insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihre Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und des Warenangebot des Betriebes zu berücksichtigen.

In Rückgriff auf den Bericht der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ vom 30.04.2002 stellt das Bundesverwaltungsgericht in seinem Urteil vom 24. November 2005 fest³:

„Ob die Vermutung widerlegt werden kann, hängt maßgeblich davon ab, welche Waren angeboten werden, auf welchen Einzugsbereich der Betrieb angelegt ist und in welchem Umfang zusätzlicher Verkehr hervorgerufen wird. Entscheidend ist, ob der Betrieb über den Nahbereich hinauswirkt und dadurch, dass er unter Gefährdung funktionsgerecht gewachsener städtebaulicher Strukturen weiträumig Kaufkraft abzieht, auch in weiter entfernten Wohngebieten die Gefahr herauf beschwört, dass Geschäfte schließen, auf die insbesondere nicht motorisierte Bevölkerungsgruppen angewiesen sind. [...] Dabei kann allerdings die jeweilige Siedlungsstruktur nicht außer Betracht bleiben. Je größer die Gemeinde oder der Ortsteil ist, in dem der Einzelhandelsbetrieb angesiedelt werden soll, desto eher ist die Annahme gerechtfertigt, dass sich die potenziellen negativen städtebaulichen Folgen relativieren. Für den Bereich des Lebensmitteleinzelhandels ist die Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Einzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ zu dem Ergebnis gelangt, dass es insbesondere auf die Größe der Gemeinde / des Ortsteil, auf die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevöl-

² Vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04. In diesem Urteil hat das BVerwG die Grenze der Großflächigkeit von 700 auf 800 m² erhöht. Großflächig im Sinne des § 11 Abs. 3, Satz 1, Nr. 2 BauNVO sind demnach diejenigen Betriebe, die eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. Zur Verkaufsfläche zählen, der Kassenvorraum (einschließlich eines Bereichs zum Einpacken der Waren und zur Entsorgung von Verpackungsmaterialien) und ein evtl. vorhandener Windfang. Ebenfalls der Verkaufsfläche zuzurechnen sind die Bedienbereiche (z. B. Fleisch- / Wursttheke).

³ Vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04, Rd. Nr. 26.

kerung und das Warenangebot des Betriebs ankommt. Bei der gebotenen Einzelfallprüfung könne es an negativen Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung und dem Verkehr insbesondere dann fehlen, wenn der Non-Food-Anteil weniger als 10 v.H. der Verkaufsfläche beträgt und der Standort verbrauchernah und hinsichtlich des induzierten Verkehrsaufkommens verträglich sowie städtebaulich integriert ist. [...]“

Bei der Widerlegung der Regelvermutung muss demnach eine differenzierende Betrachtungsweise erfolgen, die insbesondere das spezielle Warenangebot des zu überprüfenden Lebensmitteldiscounters bewertet, ebenso wie den Aspekt der verbrauchernahen Versorgung, d. h. also zu prüfen hat, ob es sich um einen integrierten Standort handelt.⁴

2.2 Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen

Laut Einzelhandelserlass⁵ Nordrhein-Westfalen vom 22.09.2008 können großflächige Lebensmittelmärkte ohne Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO auch außerhalb von Kern- und Sondergebieten zugelassen werden. Der Einzelhandelserlass zitiert an dieser Stelle die Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“. Danach ist auch bei großflächigen Lebensmittelmärkten nicht von negativen Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung auszugehen, wenn

- der Flächenanteil für nicht nahversorgungsrelevante Sortimente weniger als 10 % der Verkaufsfläche beträgt,
- der Standort verbrauchernah, hinsichtlich des induzierten Verkehrsaufkommens „verträglich“ sowie städtebaulich integriert ist, und
- der voraussichtliche Gesamtumsatz des Vorhabens 35 % der relevanten Kaufkraft der Bevölkerung im Nahbereich nicht übersteigt; als Nahbereich ist – abhängig von siedlungsstrukturellen und zentralörtlichen Gegebenheiten – ein Radius von ca. 700 – 1.000 m anzusetzen.

2.3 Kommunales Einzelhandelskonzept Euskirchen

Über die dargestellten rechtlichen Vorgaben hinaus sind die Planungsabsichten der Stadt Euskirchen zum Einzelhandel zu berücksichtigen. Hierfür kann auf die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes Euskirchen zurückgegriffen werden, das im Dezember 2014 durch den Stadtrat beschlossen wurde.

⁴ Vgl. Kuschnerus, Ulrich: Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn 2007, S. 53.

⁵ Ansiedlung von Einzelhandelsgroßbetrieben; Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen) gemäß Rd.Erl. des Ministeriums für Bauen und Verkehr – V.4/VI A 1-16.21- und des Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie – 322/323-30.28.17 vom 22.09.2008.

Dem Einzelhandelskonzept liegen folgende wesentliche städtebauliche Zielsetzungen zugrunde:

- Sicherung der Versorgungsfunktion der Stadt Euskirchen als Mittelzentrum
- Erhalt und Entwicklung der Innenstadt und der Nahversorgungszentren als schutzbedürftige Standortlagen
- Sicherung der wohnortnahen Versorgung mit einer räumlich ausgewogenen Nahversorgungsstruktur.

Die Zielsetzungen werden durch das Sortiments- und Standortkonzept konkretisiert. Mit dem Sortimentskonzept (sog. „Euskirchener Sortimentsliste“) werden nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente definiert.

Mit dem Standortkonzept soll eine Funktionsteilung zwischen zentralen Lagen und dezentralen Lagen erfolgen. Dabei soll die Einzelhandelsentwicklung zunächst zugunsten zentraler Versorgungsbereiche gelenkt werden. In siedlungsräumlich integrierten Lagen (inkl. Nahversorgungslagen), die keinem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet sind, ist die Ansiedlung von nahversorgungsrelevanten Betrieben ebenfalls zulässig, sofern keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind und eine Verbesserung der wohnortnahen Versorgung erreicht wird.

3. Daten zur Projektplanung

Nach Angaben des Auftraggebers soll der Netto-Markt von derzeit ca. 710 m² auf zukünftig ca. 1.000 m² Verkaufsfläche erweitert werden. Die derzeit in der Vorkassenzone ansässige Bäckerei wird entfallen. Damit beträgt die Verkaufsflächenerweiterung des Netto-Marktes ca. 290 m². Die Zufahrt zum Plangrundstück wird auch künftig von der Kölner Straße (B 56) aus erfolgen.

Der Lebensmittelmarkt wird nach Angaben des Auftraggebers sein Sortiment nicht verändern. Neben dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel wird dieser auch typische Randsortimente (u. a. Drogeriewaren, zoologischer Bedarf, Haushaltswaren, Schreibwaren, Aktionswaren) in geringem Umfang führen. Diese werden je Sortiment nur untergeordnete Verkaufsflächenanteile in Anspruch nehmen und werden demnach im Folgenden nicht weiter aufgeschlüsselt, zumal der Netto-Markt bereits aktuell diese Sortimente führt. Mögliche Umsatzumverteilungen in diesen Sortimenten sind nicht nachweisbar, sodass in der vorliegenden Analyse nur das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel betrachtet wird.

II. Widerlegung der Regelvermutung

Da es sich sowohl bezüglich der Verkaufs- als auch der Geschossfläche des erweiterten Netto-Marktes am Standort Kölner Straße in Euskirchen um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb handelt (1.000 m² Verkaufsfläche) und somit auch die sog. Regelvermutung ausgelöst wird, soll untersucht werden, ob Anhaltspunkte dafür bestehen, dass die Regelvermutung widerlegt werden kann. In diesem Zusammenhang ist zu überprüfen, ob es Anhaltspunkte für eine Atypik gemäß § 11 Abs. 3, Satz 4 BauNVO gibt.

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage sind mit dem vorliegenden Gutachten folgende Fragen zu beantworten:

- Wie stellt sich die Entwicklung des Betriebstyps Lebensmitteldiscounter im Allgemeinen dar und entspricht der bestehende Netto Discounter v. a. hinsichtlich seiner Sortimentsstruktur und Verkaufsflächengröße noch den Anforderungen an den Betriebstyp „Lebensmitteldiscounter“?
- Sind aufgrund der siedlungsräumlichen Situation im Untersuchungsraum und der speziellen Lage des Planstandortes Anhaltspunkte für eine städtebauliche Atypik zu erkennen, sodass der erweiterte Lebensmitteldiscounter auch bei einer Überschreitung der Geschossfläche von 1.200 m² nicht der Vermutungsregel unterworfen wäre?
- Welche (Nah-)Versorgungsfunktion übernimmt der Bestandsmarkt aktuell bzw. wird der erweiterte Netto-Markt zukünftig übernehmen?

1. Charakteristika des Erweiterungsvorhabens

1.1 Definition des Betriebstyps Lebensmitteldiscounter

Im Einzelhandel wird zwischen verschiedenen Betriebstypen unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die Differenzierung nach Betriebstypen wird dabei neben der Verkaufsfläche v. a. die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

Als **Verkaufsfläche** eines Handelsbetriebes wird in diesem Bericht die Fläche definiert, auf der der Verkauf abgewickelt wird und die dem Kunden zugänglich ist. Hierzu gehören zum einen die tatsächlich mit Waren belegten Flächen (= Nettoverkaufsfläche) im Inneren und im Außenbereich des Gebäudes, zum anderen die hierfür erforderlichen Verkehrs- und Funktionsflächen, also Gangflächen, Thekenbereiche, Kassenzone, Kassenvorzone (inkl. Bereiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Einkaufswagenzone, Leergutautomaten

und Windfang.⁶ Ausgenommen sind Läger, Sozialräume, Kunden-WC und Parkierungsflächen, soweit diese als solche genutzt werden.

Bezüglich der **Sortimente** ist zwischen dem Kernsortiment (bei Lebensmittelmärkten Nahrungs- und Genussmittel) und ergänzenden Randsortimenten zu unterscheiden. Nahrungs- und Genussmittel (= „Food“) umfassen Lebensmittel, also Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost und Trockensortiment, Getränke, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren sowie Tabakwaren. Als „Nonfood“ sind Waren definiert, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird zwischen Nonfood I (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung) und Nonfood II (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.) unterschieden⁷.

Zur Einordnung der Betriebsform „Lebensmitteldiscounter“ und zur Abgrenzung gegenüber anderen im Untersuchungsgebiet vertretenen Konzepten des Lebensmitteleinzelhandels werden die Definitionen der gängigen **Betriebstypen** kurz dargestellt. Die Definitionen für Betriebstypen liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Die Definition, auf die in vorliegender Untersuchung zurückgegriffen wird, ist die des EHI Retail Institute, welche im Einzelnen folgende Definitionen beinhaltet⁸

Supermarkt:

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel⁹ führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.

Großer Supermarkt:

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel¹⁰ führt.

SB-Warenhaus:

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

Discounter:

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufs-

⁶ Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2018, Köln 2018, S. 383.

⁷ Vgl. EHI Retail Institute: EHI Research, Köln, 2016, S. 383.

⁸ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2018, S. 381.

⁹ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

¹⁰ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

fläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood-I-Sortimente sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.

LEH-Fachgeschäft:

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

Convenience Store:

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

Kleines Lebensmittelgeschäft:

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

Die Betriebstypen unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentstruktur, was v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich wird. Während ein Supermarkt im Schnitt ca. 11.800 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt mehr als das Doppelte an Produkten an. Lebensmitteldiscounter halten dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.300 Artikel vor. Die Artikelzahl reicht von ca. 800 (Aldi Nord) über ca. 2.200 (Lidl) bis zu ca. 3.500 – 4.000 (Netto Markendiscount).

Tabelle 1: Typische Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten

Hauptwarengruppen	Discounter		Supermarkt		Großer Supermarkt	
	durchschnittliche Artikelanzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Nahrungs- und Genussmittel	1.755	76	8.995	76	15.730	63
Lebensmittelnähe Sortimente (Nonfood I, u. a. Gesundheit, Körperpflege, Tiernahrung)	265	12	2.030	17	4.825	19
Nichtlebensmittelsortimente (Nonfood II, u. a. Textilien, Zei- tungen / Zeitschriften, Elektro- waren, Blumen / Pflanzen; z. B. Aktionswaren)	275	12	805	7	4.450	18
Sortimente insgesamt	2.295	100	11.830	100	25.005	100

Quelle: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2018, S. 92

Per Definition ist der geplante **Netto Lebensmittelmarkt** als „Lebensmitteldiscounter“ einzustufen. Als sog. „Soft Discounter“ weist dieser im Allgemeinen einen hohen Markenanteil auf,

wohingegen der Anteil von Nonfood II-Artikeln bzw. Aktionswaren (Bekleidung, Haushaltswaren, Elektrowaren etc.) gegenüber anderen Discountern deutlich geringer ist. Auch ist auf eine höhere Artikelzahl gegenüber anderen Discountern (wie beispielsweise Aldi oder Lidl) hinzuweisen, wobei diese allerdings noch deutlich unterhalb der üblicherweise in Lebensmittelsupermärkten geführten Artikelzahl liegt.

1.2 Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

Dem Lebensmitteleinzelhandel kommt eine besondere Bedeutung für die Versorgung der Bevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs zu. Die Dynamik in der Branche ist nach wie vor ungebrochen. So optimieren derzeit nahezu alle wesentlichen Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels ihre Standortnetze. Hiermit verbunden ist häufig auch eine Flächenausweitung der einzelnen Betriebe bzw. Standorte, da aufgrund der steigenden Anforderung an die Warenpräsentation, an die interne Logistik sowie des demographischen Wandels, die Flächeninanspruchnahme zunimmt.

Ebenso hat der Umsatz mit Nahrungs- und Genussmitteln sowie Waren der Gesundheit und Körperpflege, also den typischen nahversorgungsrelevanten Sortimenten, in den vergangenen Jahren eine Steigerung erfahren. 2017 wurde mit diesen Warenbereichen in Deutschland insgesamt ein Umsatz von 231,9 Mrd. € erzielt¹¹. Den Anteil am Einzelhandelsumsatz insgesamt konnte der Lebensmitteleinzelhandel dabei in den vergangenen Jahren deutlich steigern. Hierin kommt auch der zunehmende Wunsch der Kunden nach qualitätsvolleren Lebensmitteln zum Ausdruck.

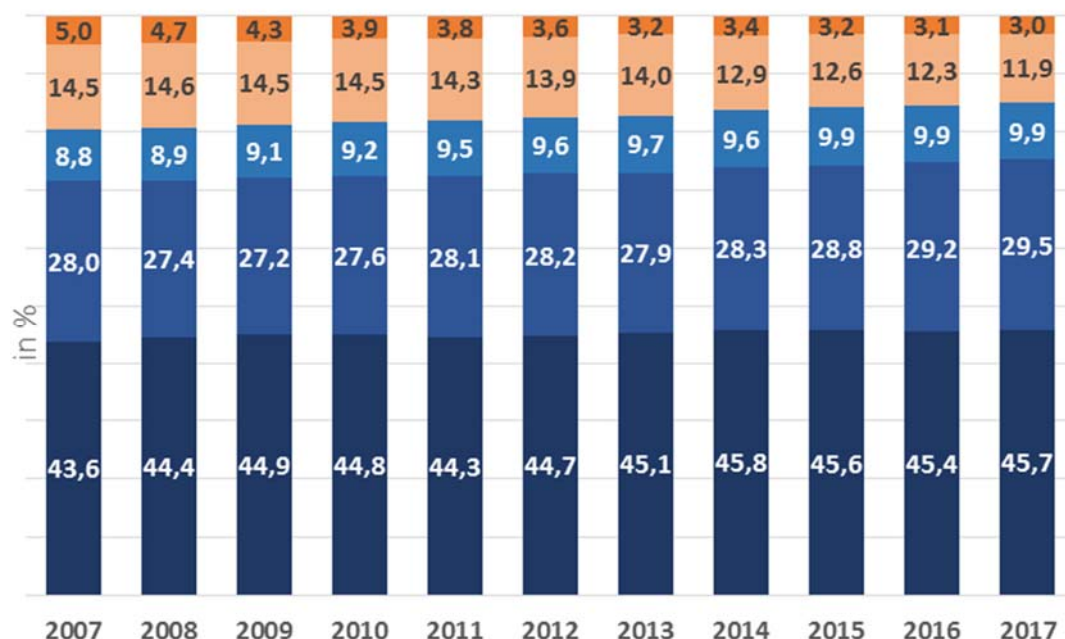
Ein weiterer Entwicklungstrend der Branche, der ebenfalls seit Jahren zu beobachten ist, ist die starke Konzentration im Lebensmitteleinzelhandel. So schrumpft nach wie vor die Anzahl der Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels, während andererseits die vier größten Unternehmen der Branche 85 % des Marktanteils auf sich vereinen¹². Bei den Discountern scheint der lang anhaltende Wachstumstrend gebrochen. Im Jahr 2012 ging die Zahl der Discounter erstmals zurück und stagniert seitdem, während sich die Zahl der Supermärkte noch erhöht hat.

Gleichwohl konnte der Betriebstyp „Discounter“ in den vergangenen Jahren seine Marktposition am gesamten Lebensmitteleinzelhandel weiter behaupten und sogar ausbauen. So stieg der Marktanteil der Discounter zwischen 2007 und 2017 von 43,6 % auf 45,7 %.

¹¹ Vgl. EHI handelsdaten aktuell 2018, S. 65.

¹² Quelle: Bundeskartellamt „Bundeskartellamt besorgt über Konzentration im Lebensmittelhandel“, Gespräch des Präsidenten des Bundeskartellamtes mit der dpa am 01.06.2013.

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel



Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2018

Im Discountsegment werden für Neubauten und Modernisierungen mittlerweile Verkaufsflächen zwischen 800 – 1.500 m² seitens der Betreiber als marktgerecht angesehen, wobei darauf hinzuweisen ist, dass die Firma Netto **üblicherweise moderne Niederlassungen mit einer Verkaufsfläche von ca. 800 – 1.000 m²** realisiert.¹³ Das Erweiterungsvorhaben Netto bewegt sich damit eher am unteren Rand der üblicherweise von Lebensmitteldiscountern realisierten Verkaufsflächengrößen bei Neuansiedlungen / Modernisierungen.

1.3 Sortimentsstruktur

Entscheidend für die Bewertung der Sortimentsstruktur des Netto-Marktes sind folgende Punkte:

- /// Zur Einordnung der geführten Sortimente des erweiterten Netto-Marktes ist das Einzelhandelskonzept für die Stadt Euskirchen heranzuziehen.¹⁴
- /// Es wird davon ausgegangen, dass das Sortimentskonzept von Netto keine Sondersituation in Euskirchen darstellt. In allen Filialen des Betreibers werden die gleichen Artikel geführt.
- /// Netto bewirbt seine Märkte überregional, d. h., der spezielle Markt in Euskirchen unterscheidet sich nicht von anderen Niederlassungen in der Region

¹³ vgl. Angaben auf der Internetpräsenz Netto-Markendiscount: www.netto-online.de, 19.12.2016.

¹⁴ GMA, Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Euskirchen 2014, Sortimentsliste auf S. 108.

Insofern kann bei dem zu erweiternden Netto-Markt in Euskirchen von keinen Besonderheiten gegenüber anderen Standorten ausgegangen werden. Es handelt sich vielmehr um eine für den Betreiber typische Niederlassung. Für die Kundenherkunft bedeutet dies, dass der Standort Kölner Straße in Euskirchen v. a. dann aufgesucht wird, wenn er näher oder bequemer zu erreichen ist als andere Lebensmitteldiscountmärkte.

Bei der Frage nach dem Sortiment des in Euskirchen zur Erweiterung vorgesehenen Discounters ist zunächst das Warenangebot des bestehenden bzw. des erweiterten Marktes genauer zu beschreiben. Hierbei wird grundsätzlich zwischen folgenden Sortimenten unterschieden (s. auch Ausführungen oben):

- /// Food
- /// Nonfood I
- /// Nonfood II.

Das Kernsortiment des erweiterten Netto-Marktes (**Nahrungs- und Genussmittel**) ist zweifellos als Warenangebot des täglichen Bedarfs bzw. als nahversorgungsrelevantes Sortiment einzustufen.

Hinsichtlich der Nonfoodflächen ist darauf hinzuweisen, dass es sich bei **Nonfood I**¹⁵ (Synonym: Nearfood) ebenfalls um überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente des täglichen Bedarfs handelt,¹⁶ die in allen Betriebsformen des Lebensmitteleinzelhandels (und damit auch des Netto-Discounters am Standort Kölner Straße in Euskirchen) zum Kernsortiment gehören. Daher ordnet der Lebensmitteleinzelhandel diese Sortimente i. d. R. dem Food-Bereich zu. Dies ist insofern von Bedeutung, als sich Anhaltspunkte für eine Widerlegung der Regelvermutung gemäß § 11 Abs. 3, Satz 4 BauNVO aus dem Warenangebot des Betriebes ergeben können.

Im Bericht der Arbeitsgruppe `Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO`¹⁷ wird zunächst darauf hingewiesen, dass das Warenangebot des Lebensmitteleinzelhandels zum Kernbereich der verbrauchernahen Versorgung gehört, soweit es sich um Produkte des täglichen Bedarfs handelt¹⁸. Aus dem Bericht geht in diesem Zusammenhang auch hervor, dass die sog. Nonfood I-Sortimente zum Kernbereich der verbrauchernahen Versorgung gehören.

¹⁵ It. EHI (handelsdaten aktuell 2016, S. 334) handelt es sich bei Nonfood I um Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

¹⁶ Eine Ausnahme stellt in Euskirchen das Sortiment Tiernahrung dar, welches als nicht zentrenrelevantes Sortiment und damit als nicht nahversorgungsrelevantes Sortiment des täglichen Bedarfs ausgewiesen wird.

¹⁷ In seinem Urteil vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) schließt sich das Bundesverwaltungsgericht den Ergebnissen des Berichtes an (siehe Kap. 2).

¹⁸ Vgl. Bericht der Arbeitsgruppe `Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO`, S. 27.

Drogerieartikel sind demnach nicht dem Nonfood-Bereich, sondern dem sog. Trockensortiment¹⁹ zuzuordnen. Hieraus kann geschlossen werden, dass unter Nonfood i. e. S. **ausschließlich** sog. Nonfood II-Sortimente zu subsumieren sind.

Zum Nonfood I-Sortiment und damit zum täglichen Bedarf im Sinne des Berichtes der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ gehören somit Drogeriewaren, Hygiene- und Pflegeartikel / Kosmetik sowie Reinigungs- und Waschmittel. Die übrigen von einem Discounter geführten wechselnden Randsortimente, sog. „Aktionswaren“ (z. B. Haushaltswaren, Elektrowaren, Bekleidung etc.) sowie das Sortiment Tiernahrung sind demnach als nicht nahversorgungsrelevante Sortimente zu klassifizieren und gehören damit im Sinne des zuvor genannten Berichtes zum Nonfood-Bereich des Warenangebotes.

Anhaltspunkte zur Widerlegung der Regelvermutung liegen lt. dem o. g. Bericht dann vor, wenn Lebensmittel deutlich im Vordergrund stehen und der zentren- und nicht zentrenrelevante Nonfoodanteil weniger als 10 % der Verkaufsfläche ausmachen.²⁰

Dies wäre im Rahmen der geplanten Erweiterung dann der Fall, wenn der erweiterte Netto-Markt bei einer Gesamtverkaufsfläche von 1.000 m² einen Flächenanteil für die zentren- und nicht zentrenrelevanten Nonfood-Sortimente nach obiger Definition von max. 100 m² aufweist.

2. Städtebauliche Anhaltspunkte

Im Folgenden wird eine eingehende städtebauliche Bewertung des Mikrostandortes des Netto Lebensmitteldiscounters am Standort Kölner Straße durchgeführt. Dabei ist insbesondere zu überprüfen, ob der Standort der wohnortnahen Versorgung dient und als integrierter Standort zu bewerten ist. Zunächst soll jedoch eine kurze Beschreibung des Makrostandortes Euskirchen erfolgen.

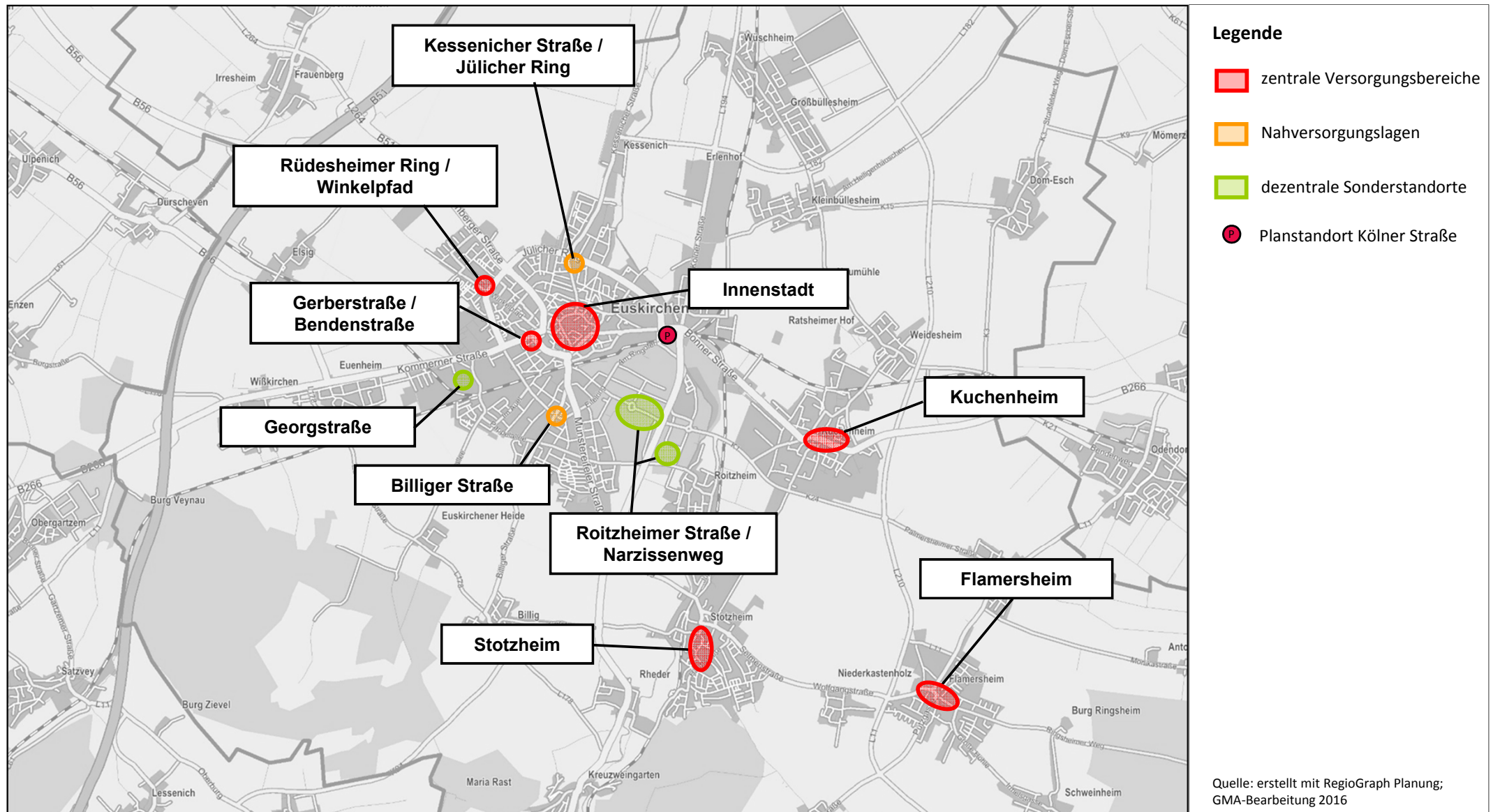
2.1 Makrostandort Euskirchen

Die Kreisstadt Euskirchen liegt im Nordosten des gleichnamigen Landkreises innerhalb des Regierungsbezirkes Köln. Die Stadt ist in der landesplanerischen Hierarchie des Landes Nordrhein-Westfalen als **Mittelzentrum** eingestuft. In unmittelbarer Nachbarschaft befinden sich die Grundzentren Zülpich, Weilerswist, Swisttal und Bad Münstereifel sowie die Mittelzentren Rheinbach und Mechernich. In rd. 25 bzw. 35 km Entfernung sind des Weiteren die Oberzentren Bonn und Köln anzuführen.

¹⁹ Vgl. Bericht der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“, S. 12.

²⁰ Vgl. Bericht der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“, S. 28.

Karte 1: Zentren- und Standortstruktur Euskirchen



Im Stadtgebiet von Euskirchen leben derzeit ca. **58.200 Einwohner**²¹. Damit ist in der Stadt Euskirchen in den vergangenen Jahren ein Bevölkerungswachstum zu beobachten. Die Stadt Euskirchen gliedert sich in insgesamt 23 Ortsteile, die überwiegend einen dörflichen Charakter aufweisen. Den Bevölkerungsschwerpunkt bildet die Kernstadt, welche mit über 30.000 Einwohnern rd. 53 % der Einwohner umfasst.

Die **verkehrliche Anbindung** der Stadt Euskirchen an das überregionale Straßenverkehrsnetz wird insbesondere durch die nahe gelegenen Anschlüsse an die Bundesautobahnen A 1 und A 61 sichergestellt und ist insgesamt als gut zu bewerten. Für die regionale verkehrliche Anbindung des Stadtgebietes stellen die B 56, B 266 und L 194 (ehem. B 51) die wesentlichen Verkehrsachsen dar. Ergänzt wird das innerstädtische Straßenverkehrsnetz durch weitere Landes- und Kreisstraßen. An das Schienennetz der Deutsche Bahn AG ist die Stadt Euskirchen ebenfalls angeschlossen. Zudem verkehren im Stadtgebiet mehrere Buslinien.

Im Rahmen des **Einzelhandelskonzeptes 2014** wurden in der Stadt Euskirchen 411 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 135.200 m² erfasst. Davon entfallen ca. 127 Betriebe und rd. 32.400 m² Verkaufsfläche auf das Nahrungs- und Genussmittelsegment. Weiterhin wurden im Einzelhandelskonzept innerhalb des Stadtgebietes von Euskirchens sechs **zentrale Versorgungsbereiche** definiert. Dabei handelt es sich um das Hauptzentrum Innenstadt und fünf Nahversorgungszentren²². Ferner wurden zwei **Nahversorgungslagen** abgegrenzt, die der Nahversorgung der unmittelbar angrenzenden Wohnbevölkerung dienen. Diese konnten aufgrund fehlender zentrenprägender Funktionen sowie der geringen Dichte des Einzelhandelsbesatzes nicht als zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des BauGB gewertet werden. Auch ist auf drei **dezentrale Sonderstandorte** hinzuweisen, die ebenfalls wesentliche Einzelhandelslagen in Euskirchen darstellen. Der Standort des Erweiterungsvorhabens von Netto ist keiner dieser Standortkategorien zuzuordnen; es handelt sich um einen Solitärstandort in Streulage.

2.2 Mikrostandort Kölner Straße

Der Standort des Erweiterungsvorhabens befindet sich in der östlichen Kernstadt von Euskirchen. Im unmittelbaren **Standortumfeld** befindet sich der Kreuzungsbereich zweier wichtiger Verkehrsachsen (B 56 / L 194), die das Stadtgebiet in westöstlicher Richtung (B 56) bzw. nordsüdlicher Richtung (L 194) durchqueren. Über die B 56 erfolgt auch die Erschließung des Grundstücks. Unmittelbar westlich angrenzend befinden sich mehrgeschossige Wohnhäuser, die sich – teilweise mit gewerblichen Nutzungen durchmischt – entlang der Kölner Straße in westlicher Richtung und entlang des Pützbergrings in nördlicher Richtung fortsetzen. Östlich führt das Flüsschen Erft am Planstandort vorbei; hier schließen weitere Wohngebiete westlich und östlich der Kölner Straße

²¹ Quelle: Stadt Euskirchen, Stand: 31.12.2017.

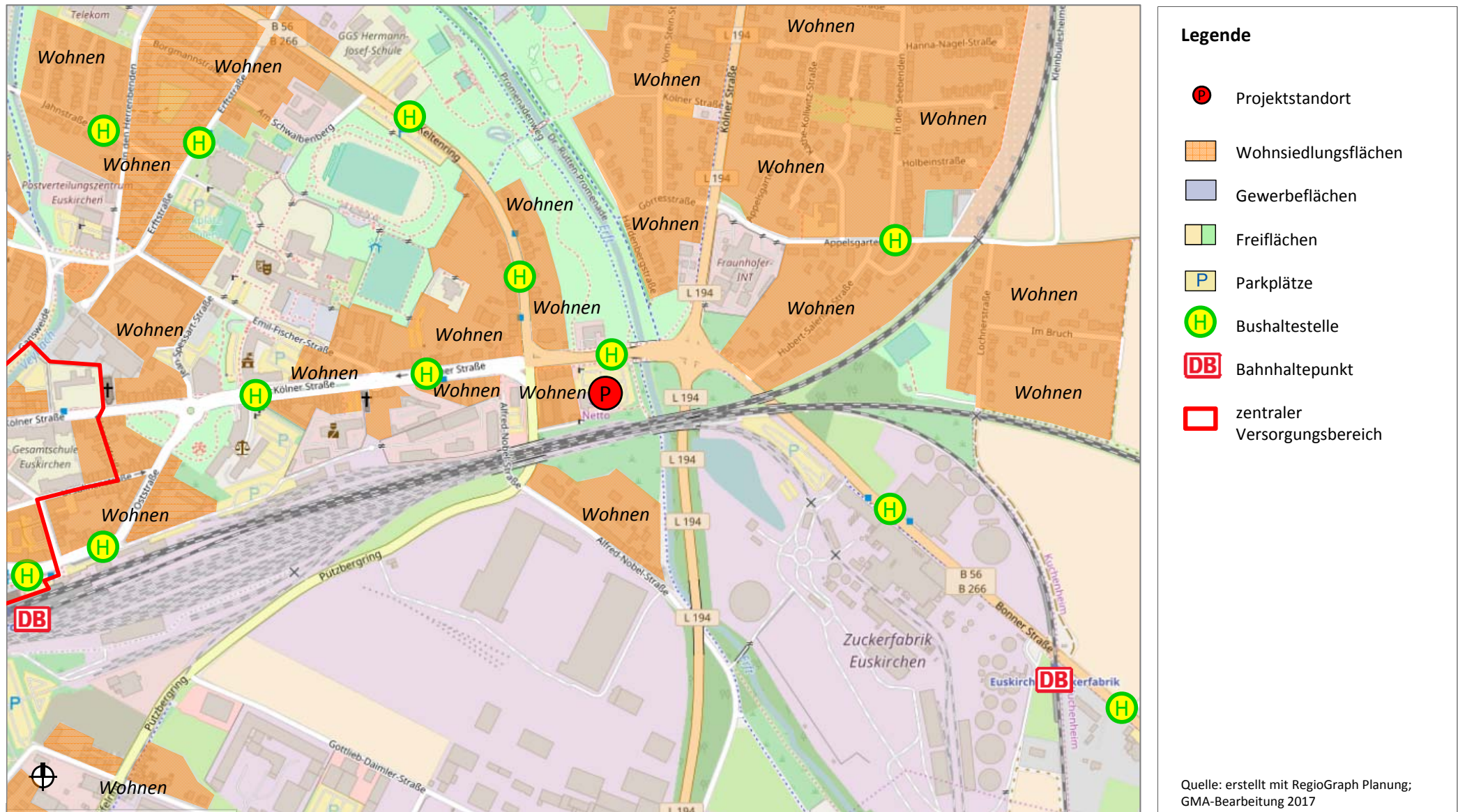
²² Nahversorgungszentren Stotzheim, Flamersheim, Kuchenheim, Rüdeshimer Ring / Winkelpfad und Gerberstraße / Bendenstraße.

an. In südlicher Richtung wird der Erweiterungsstandort von der Bahntrasse Köln – Euskirchen begrenzt. Die Entfernung zur westlich gelegenen Euskirchener Innenstadt beträgt ca. 1 km.

Die unmittelbar vorbeiführende B 266 ist vierspurig ausgebaut; das Abbiegen zum Grundstück ist von der auch für den Kreuzungsbereich mit dem Pützbergring vorgesehenen Linksabbiegerspur möglich. Dementsprechend ist die verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes für den Pkw-Verkehr positiv zu bewerten. Eine **ÖPNV-Anbindung** ist ebenfalls gegeben. Eine Bushaltestelle (Kelttenring) befindet sich unmittelbar dem Erweiterungsgrundstück vorgelagert an der Kölner Straße (B 56). Querungsmöglichkeiten sind ca. 100 m westlich im Kreuzungsbereich Kölner Straße / Pützbergring gegeben. Mit der Brücke der Bundesstraße über die Erft auf Höhe des Plangrundstücks ist auch eine Anbindung an die östlich der Erft gelegenen Wohngebiete vorhanden. Die fußläufige Anbindung des Erweiterungsgrundstücks ist über beidseitige Fußgängerwege an der Kölner Straße gewährleistet.

Die **siedlungsräumliche Integration** des Areals ist gegenwärtig lediglich in westlicher Richtung gegeben, wo neben Gewerbebetrieben auch Wohnbebauung entlang der Kölner Straße und des Pützbergrings anschließt. Östlich der Erft sind weitere Wohngebiete vorhanden (u. a. Appelsgarten). Südlich der Bahntrasse schließen fast ausschließlich gewerbliche Nutzungen an, u. a. auch der dezentrale Sonderstandort Roitzheimer Straße / Narzissenweg (v. a. HIT, real) in ca. 1 km Entfernung. Da keine weiteren Lebensmittelmärkte im Radius von ca. 1.000 m um das Planvorhaben vorhanden sind, stellt der Planstandort einen wichtigen Versorgungsstandort in der östlichen Kernstadt Euskirchens dar, insbesondere da der Markt einen deutlich größeren Bezug zu Wohngebieten aufweist als andere Versorger in diesem Teilraum (Aldi Stresemannstraße, Aldi An der Vogelrute, HIT / Lidl Roitzheimer Straße, real Narzissenweg).

Karte 2: Mikrostandort



Die spezifischen Eigenschaften eines Standortes können in positive und negative Standortfaktoren gegliedert werden. Diese standortspezifischen Eigenschaften haben einen wesentlichen Einfluss auf die Ausstrahlung, die Marktdurchdringung und die damit korrespondierende Umsatzerwartung eines Planobjektes.

Positive Standortfaktoren:

- + ausreichende Flächenverfügbarkeit für den Markt und ebenerdige Stellplätze
- + etablierter Einzelhandelsstandort
- + gute Verkehrsanbindung / Erreichbarkeit für MIV
- + Anbindung an das ÖPNV-Netz (Bushaltestelle unmittelbar vorgelagert)

Negative Standortfaktoren:

- Lage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches
- Lage am Rand der Kernstadt mit eingeschränkter räumlich-funktionaler Zuordnung zu Wohngebieten, z. T. starke Trennwirkung durch Verkehrsträger.

Aus **betrieblicher Sicht** ist der Standort an der Kölner Straße grundsätzlich gut für die Erweiterung eines Lebensmittelmarktes geeignet. Insbesondere die ausreichende Flächenverfügbarkeit sowie die Lage an der stark frequentierten Kölner Straße (Ein- / Ausfallstraße in die Kernstadt Euskirchen) sind positiv zu bewerten.

Unter **städtebaulichen Gesichtspunkten** ist anzuführen, dass sich der Erweiterungsstandort außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches befindet. Die Verkehrsträger (L 194, B 56, Bahn) und die Erft üben zum Teil eine Barrierewirkung für Fußgänger aus. Aufgrund der verkehrlichen Lagegunst ist der Standort als überwiegend autokundenorientiert zu bezeichnen, der in westliche Richtung über einen unmittelbaren Anschluss an Wohnnutzungen verfügt und im 700 – 1.000 m-Radius (siehe Karte 2) eine Reihe weiterer Wohngebiete erreicht und damit einen Wohngebiets. Eine Bushaltestelle ist dem Standort unmittelbar vorgelagert.

2.3 Versorgungsfunktion des Planstandortes

Neben der betrieblichen Charakterisierung des Netto-Marktes als Nahversorger, welcher sich in erster Linie auf das Warenangebot bezieht, wird deutlich, dass der bestehende Netto Lebensmitteldiscounter im Angebotsgefüge der Stadt Euskirchen bereits heute den einzigen strukturprägenden Anbieter in der östlichen Kernstadt mit (eingeschränktem, jedoch vorhandenem) Wohngebietsbezug darstellt. Innerhalb eines 700 – 1.000 m-Nahbereiches befinden sich sowohl in westlicher, nördlicher als auch in östlicher Richtung Wohngebiete, für die der Netto Lebensmitteldiscounter aufgrund seiner Lage eine Versorgungsfunktionen wahrnimmt. Gleichwohl handelt es sich um eine Siedlungsrandlage in Nähe zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt (u. a. Rewe), so dass der Frage nach möglichen Beeinträchtigungen der Nahversorgung in anderen

Stadtbereichen bzw. der Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche (siehe Kapitel III., 4.3) eine besondere Bedeutung zukommt.

Der Projektstandort weist somit Merkmale auf, die den Netto Lebensmitteldiscounter als Standort der wohnungsnahen Versorgung charakterisieren, sodass auch Anhaltspunkte für die Widerlegung der Regelvermutung bestehen. Im Einzelnen handelt es sich hierbei um folgende Anhaltspunkte:

- Aufgrund der mittleren Bevölkerungsdichte in der östlichen Kernstadt Euskirchens wird bei der Abgrenzung des Nahbereichs ein 1.000 m-Radius herangezogen.²³ In einem 1.000 m-Kreisradius um den Netto-Markt leben ca. 5.560 Einwohner, was einer durchschnittlichen Einwohnerdichte von ca. 1.770 Personen / km² entspricht. Auf den Fußwegeradius, d. h. tatsächlich fußläufig erreichbaren 1.000 m-Radius entfallen ca. 4.322 Einwohner (siehe Karte 3).²⁴
- Der Standort ist an den ÖPNV angebunden (Haltestelle Keltenring) und somit auch für weniger mobile Bevölkerungsgruppen erreichbar.

In der Zusammenfassung übernimmt der Netto Lebensmitteldiscounter aufgrund der beschriebenen Lagekonstellation eine (Nah-)Versorgungsfunktion für die östliche Kernstadt, wenngleich der Standort überwiegend auf Autokunden orientiert ist. Eine wohnungsnah Versorgung im Sinne einer fußläufigen Versorgung ist eingeschränkt gegeben. Der Standort stellt einen wohnort-nahen Versorgungsstandort dar, der bevorzugt mit dem Pkw aufgesucht wird.

²³ Grundlage: Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen. Auf Basis der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmittel Einzelhandel und § 11 Abs.3 BauNVO“ wäre für einen Siedlungsraum mit dieser Bevölkerungsdichte auch ein 1.500 m-Kreisradius anwendbar.

²⁴ Quelle Einwohnerzahlen: Stadt Euskirchen, Stand: 17.10.2018; nur Hauptwohnsitze.

III. Auswirkungsanalyse

Da die Vermutungsregel aus gutachterlicher Sicht wegen des Vorliegens einer atypischen Fallgestaltung im vorliegenden Fall nicht zwangsläufig greift, ist in einem zweiten Schritt im Hinblick auf die tatsächlichen Umstände des Einzelfalls zu klären, ob infolge der zukünftigen Erweiterung des Netto Lebensmitteldiscounters am Standort Kölner Straße mit Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO verbunden sein können. Hierzu zählen neben u. a. Auswirkungen auf den Verkehr und schädliche Umwelteinwirkungen auch Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung sowie die Versorgung der Bevölkerung im Untersuchungsraum.

1. Bevölkerungspotenzial im Nahbereich

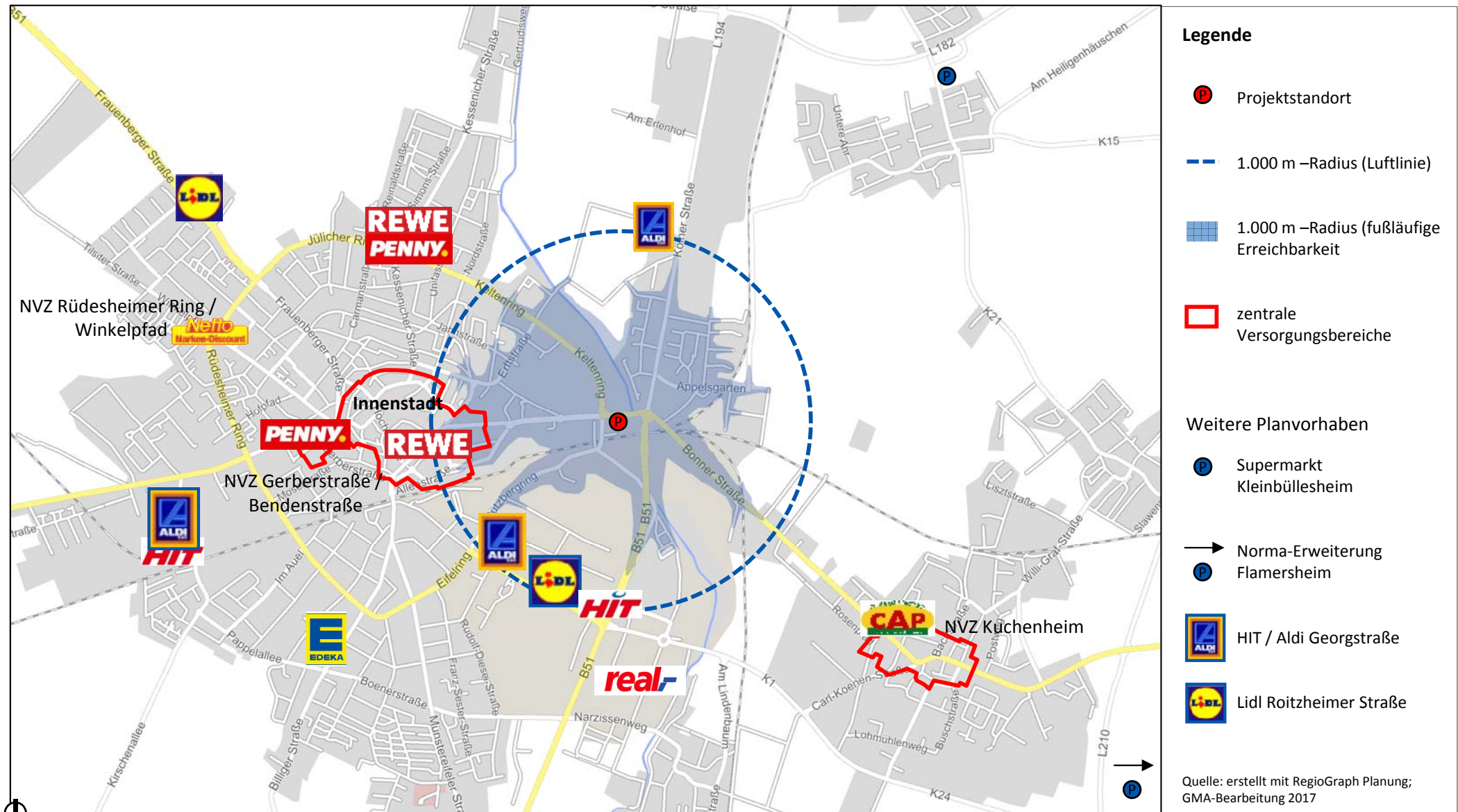
Das erschließbare Bevölkerungs- bzw. Kaufkraftpotenzial für einen Einzelhandelsstandort stellt einen wesentlichen Faktor für die wirtschaftliche Tragfähigkeit von Einzelhandelsbetrieben dar. Als Einzugsgebiet wird derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen.

Das Kerneinzugsgebiet des Netto-Marktes umfasst im Wesentlichen die östliche Euskirchener Kernstadt und hier insbesondere die im Nahbereich gelegenen Wohngebiete mit ca. 5.560 bzw. ca. 4.322 Einwohnern (s. Kapitel II., 2.3). Darüber hinaus ist in gewissem Umfang auch mit Umsätzen mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Nahbereiches zu rechnen (z. B. durch Pendlerverflechtungen). Diese werden in den nachfolgenden Berechnungen als sog. Streuumsätze berücksichtigt.

Wie die nachfolgende Karte 3 aufzeigt, umfasst der Nahbereich einen 1.000 m-Radius, innerhalb dessen aufgrund der Siedlungsstrukturen und topografischen Gegebenheiten (z. B. Flusslauf der Erft) eine fußläufige Erreichbarkeit gegeben ist.

Neben dem Netto-Markt sind in der Kernstadt Euskirchen eine Reihe von Supermärkten und Lebensmitteldiscountern sowie mit HIT (2x) und real auch drei SB-Warenhäuser bzw. große Supermärkte zu nennen. Insbesondere der dezentrale Standort Roitzheimer Straße / Narzissenweg stellt ca. 1 km südlich des Erweiterungsstandortes einen wesentlichen Angebotsschwerpunkt dar. Weitere Streuumsätze beziehen sich auf Berufspendler und Arbeitnehmern in den östlichen Gewerbegebieten in Euskirchen.

Karte 3: Nahbereich und wesentliche Wettbewerber im Umfeld



2. Projektrelevante Kaufkraft im Nahbereich

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ländereinzelnhandelsrelevante Kaufkraft einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk pro Kopf der Wohnbevölkerung im Jahr 2018 **ca. 6.035 €**. Unterteilt man den gesamten Bedarfsgüterbereich in die Nahrungs- und Genussmittel einerseits und in die Nichtlebensmittel andererseits, dann betragen die Pro-Kopf-Ausgaben für

■ Nahrungs- und Genussmittel	ca. 2.210 €
■ Nichtlebensmittel	ca. 3.825 €.

Aufgrund des Betriebstyps „Lebensmitteldiscounter“ ist für die vorliegende Untersuchung vorrangig die Kaufkraft für **nahversorgungsrelevante Sortimente** (v. a. Nahrungs- und Genussmittelbereich inkl. Lebensmittelhandwerk, Tabakwaren, Getränke, Reformwaren, Drogeriewaren, Gesundheits- und Körperpflegeartikel, Wasch- und Putzmittel) relevant, die im Bundesdurchschnitt **pro Kopf aktuell ca. 2.749 €** beträgt.²⁵ Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten sind zur Berechnung der Kaufkraft die regionalen Kaufkraftkoeffizienten zu berücksichtigen.²⁶

Unter Zugrundelegung der aktuellen Einwohnerwerte und des Kaufkraftniveaus errechnet sich ein jährliches projektrelevantes Einzelhandelskaufkraftvolumen im abgegrenzten Nahbereich von insgesamt **ca. 14,9 Mio. €** (1.000 m-Kreisradius) bzw. **11,6 Mio. €** (1.000 m-Fußwegeradius).

3. Projektrelevanter Einzelhandelsbestand

Im Rahmen der vorliegenden Analyse konnte auf Einzelhandelsdaten zurückgegriffen werden, die im Untersuchungsraum im November 2016 erfasst sowie im Oktober 2018 auf ihren Bestand hin überprüft wurden. Da der Schwerpunkt im Nahrungs- und Genussmittelsektor und bei Drogeriewaren liegt, werden im Folgenden vorrangig die wesentlichen Lebensmittel- und Drogerieanbieter berücksichtigt.

Im Nahbereich selbst sind keine relevanten Wettbewerber vorhanden; hier ist lediglich auf mehrere kleinteilige Einzelhandelsbetriebe und Tankstellen-Shops hinzuweisen.

²⁵ Der Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen spricht im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmitteleinzelhandelsbetrieben von der „relevanten Kaufkraft der Bevölkerung im Nahbereich“. Als relevante Kaufkraft eines Lebensmitteleinzelhandelsbetriebes ist die Kaufkraft für die nahversorgungsrelevanten Sortimente gemäß „Euskirchener Liste“ (vgl. Einzelhandelskonzept 2014) anzusehen (vgl. auch Kap. II., 1.3 Sortimentstruktur). Die durchzuführende kumulierte Betrachtung (Summationsbetrachtung) zu den möglichen Auswirkungen der aktuellen Planvorhaben in Euskirchen erfordert zudem eine analoge methodische Vorgehensweise. Im Gutachten zur Ansiedlung eines Vollsortimenters in Kleinbüllesheim wurden alle nahversorgungsrelevanten Sortimente betrachtet (vgl. Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Supermarktes in Euskirchen, Kleinbüllesheim, 12.03.2018).

²⁶ Verwendung regionaler Kaufkraftkennziffern von MB Research 2016. Der Kaufkraftkoeffizient liegt für die Stadt Euskirchen bei 97,3 und damit leicht unter dem Bundesdurchschnitt (= 100,0).

In der Kernstadt sowie den angrenzenden Stadtteilen Großbüllesheim / Kleinbüllesheim, Weidesheim, Kuchenheim sowie Roitzheim sind folgende wesentliche Wettbewerber ansässig:

Tabelle 2: Wesentliche Wettbewerber im Standortumfeld

Ortsteil	Betrieb	Straße	Distanz in km ²⁷	VK-Größenklasse in m ²	Lagekategorie
Kernstadt	Rewe	Veybachstraße	1,0	500 – 1.000	Lage im zentralen Versorgungsbe- reich Hauptzentrum Innenstadt
Kernstadt	Rossmann	Veybachstraße	1,0	400 – 600	
Kernstadt	dm	Neustraße	1,0	400 – 600	
Kernstadt	Aldi Süd	Stresemannstraße	1,1	500 – 1.000	autokundenorientierte Lage / dezentrale Agglomeration Roitz- heimer Straße / Narzissenweg
Kernstadt	Trinkgut	Stresemannstraße	1,1	500 – 1.000	
Kernstadt	Aldi Süd	An der Vogelrute	1,1	500 – 1.000	
Roitzheim	HIT	Roitzheimer Straße	1,3	3.000 – 5.000	
Roitzheim	HIT Getränke- quelle	Roitzheimer Straße	1,3	500 – 1.000	integrierte Lage mit Wohngebiets- anschluss (Nahversorgungslage Kessenicher Straße / Jülicher Ring)
Kernstadt	Penny	Jülicher Ring	1,5	500 – 1.000	
Kernstadt	Rewe	Jülicher Ring	1,5	1.500 – 2.000	
Kernstadt	dm	Roitzheimer Straße	1,5	400 – 600	
Kernstadt	Lidl	Roitzheimer Straße	1,6	500 – 1.000	autokundenorientierte Lage / dezentrale Agglomeration Roitz- heimer Straße / Narzissenweg
Kernstadt	Penny	Gerberstraße	1,8	500 – 1.000	Lage im Nahversorgungszentrum Gerberstraße / Bendenstraße
Kuchen- heim	Cap (ehemals Edeka)	Kuchenheimer Straße	1,9	500 – 1.000	Lage im zentralen Versorgungsbe- reich Nahversorgungszentrum Ku- chenheim
Roitzheim	Real	Narzissenweg	2,0	> 5.000	autokundenorientierte Lage / dezentrale Agglomeration Roitz- heimer Straße / Narzissenweg
Roitzheim	Real Getränke- markt	Narzissenweg	2,0	< 500	
Kernstadt	Edeka	Billiger Straße	2,0	1.500 – 2.000	Lage in der Nahversorgungslage Billiger Straße
Kernstadt	Netto ²⁸	Rüdesheimer Ring	2,4	500 – 1.000	Lage im Nahversorgungszentrum Rüdesheimer Ring / Winkelpfad
Kernstadt	Lidl	Paul-Ehrlich-Straße	2,6	500 – 1.000	autokundenorientierte Lage
Kernstadt	HIT	Georgstraße	2,7	2.000 – 3.000	autokundenorientierte Lage / dezentrale Lage Georgstraße
Kernstadt	HIT Getränke- markt	Georgstraße	2,7	< 500	
Kernstadt	Aldi Süd	Georgstraße	2,7	500 – 1.000	

GMA-Erhebung 2016 / Aktualisierung 2018

²⁷ fußläufige Distanz nach google maps.

²⁸ Kaiser's hat die Filiale betriebsbedingt zum 14.02.2017 aufgegeben. Diese wurde von Netto übernommen und die Filiale aus der Oderstraße verlagert.

Die o. g. Wettbewerber nehmen eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 26.500 m² ein (ohne das Netto-Erweiterungsvorhaben), von denen der größte Teil auf nahversorgungsrelevante Sortimente entfällt. Lediglich bei den SB-Warenhäusern real und HIT (2x) im Bereich Roitzheimer Straße / Narzissenweg sind wesentliche Anteile auch dem Nonfoodsegment zuzuordnen. Neben den o. g. strukturprägenden Lebensmittelmärkten sind innerhalb und außerhalb des abgegrenzten Nahbereiches Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien), Spezialanbieter (u. a. Reformhäuser, Getränkemärkte) und weitere Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten (u. a. Kioske, Parfümerien) ansässig. Die projektrelevanten Betriebe erwirtschaften einen Umsatz mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten in Höhe von ca. 131 – 132 Mio. €.

Davon entfallen

- auf die **zentralen Versorgungsbereiche** Hauptzentrum Innenstadt sowie die Nahversorgungszentren Gerberstraße / Bendenstraße (v. a. Penny), Rüdeshimer Ring / Winkelpfad (v. a. Netto) und Kuchenheim (v. a. CAP) ca. 30 – 31 Mio. €,
- auf die autokundenorientierten, **dezentralen Standortlagen Roitzheimer Straße / Narzissenweg** (inkl. 2x Aldi An der Vogelrute und Stresemannstraße) und **Georgstraße** (v. a. HIT, Aldi) insgesamt ca. ca. 70 – 71 Mio. €,
- auf die **Nahversorgungslagen** Jülicher Ring (v. a. Rewe, Penny) sowie Billiger Straße (v. a. Edeka) ca. 15,5 – 16,0 Mio. € sowie
- auf **sonstige Streulagen** (ohne das Erweiterungsvorhaben) insgesamt ca. 14,5 – 15,0 Mio. €.

Aktuell gibt es in Euskirchen verschiedene **Ansiedlungs- bzw. Erweiterungsplanungen**:

- Die höchste Relevanz ist der aktuellen Planung in **Kleinbüllesheim** zuzusprechen. Mit der Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters mit insgesamt ca. 1.750 m² Verkaufsfläche inkl. Blumenladen, Zeitschriften / Tabakwarenladen / Toto-Lotto und Café mit Bäckerei im Vorkassenbereich soll die bestehende räumliche Versorgungslücke in den nördlichen Stadtteilen Euskirchens mit rd. 5.000 Einwohnern geschlossen werden.²⁹
- Im **Nahversorgungszentrum Flamersheim** plant der Anbieter Norma am Standort Christian-Schäfer-Straße eine Erweiterung seiner Verkaufsfläche von derzeit knapp 800 m² auf 1.000 m².³⁰

²⁹ vgl. GMA, Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Supermarktes in Euskirchen, Kleinbüllesheim, 12.03.2018, und GMA, Einzelhandelskonzept Euskirchen, 2014.

³⁰ vgl. GMA, Auswirkungsanalyse zur Erweiterung eines Norma Lebensmitteldiscounters in Euskirchen-Flamersheim, November 2018.

- /// Am westlichen Rand der Kernstadt befindet sich in der **Georgstraße** der sog. „Georg-Park“ mit einem weiteren HIT SB-Warenhaus und einem Aldi Lebensmitteldiscounter als Magnetbetriebe. Hier ist nach Kenntnisstand der GMA geplant, die Gesamtverkaufsfläche beider Lebensmittelmärkte um ca. 400 m² zu erweitern.
- /// Nicht zuletzt strebt auch der Lidl-Markt an der **Roitzheimer Straße** eine Erweiterung seiner Verkaufsfläche um ca. 480 m² an.

Von den genannten Planvorhaben sind die ersten beiden (Vollsortimenter in Kleinbüllesheim und Norma-Erweiterung in Flamersheim) bereits hinreichend konkret, um quantitativ berücksichtigt zu werden. Die vorliegende Betrachtung und nachfolgende gutachterliche Bewertung stellt zunächst nur eine **Einzelfallbetrachtung** für die geplante Netto-Erweiterung dar. Für eine Summationsbetrachtung mit den kumulierten Wirkungen in Zusammenschau mit den Vorhaben in Kleinbüllesheim und Flamersheim wird auf Kapitel III., 4.4, verwiesen.

4. Beurteilung des Vorhabens

4.1 Methodischer Ansatz

Die zu erwartenden wirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens werden im Folgenden vor dem Hintergrund der zur Verfügung stehenden Kaufkraftvolumina und der dargelegten Angebotsstrukturen ermittelt. Hierzu werden zwei Berechnungsschritte durchgeführt:

- /// Ein erster Ansatz, das **Marktanteilkonzept**, stellt die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens (= Marktanteile) aus dem Einzugsgebiet dar und verdeutlicht, aus welchen Teilräumen dem Vorhaben die Kaufkraft der Endverbraucher zufließt.
- /// Mit einem zweiten Ansatz, dem **Umsatzumverteilungsmodell**, werden die voraussichtlichen Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Angebote im Einzugsgebiet sowie im Umfeld eingeschätzt. Damit wird aufgezeigt, wo – und in welchem Umfang – dem bestehenden Einzelhandel Umsätze verloren gehen.

4.2 Umsatzerwartung und Umsatzherkunft

Das Marktanteilkonzept geht von einer Gegenüberstellung des relevanten Angebotes mit dem für das Einzugsgebiet ermittelten Nachfragevolumen (= Kaufkraft) aus. Als wesentliche Kriterien bei der Ermittlung der Marktanteile werden die Art und Dimensionierung der vorgesehenen Ein-

zelhandelsnutzung, die Lage und das Standortumfeld sowie die Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und im weiteren Umfeld berücksichtigt. Im Folgenden wird der 1.000 m-Fußwegeradius für die Ermittlung des Prognoseumsatzes herangezogen.

Tabelle 3: Marktanteile und Umsätze des erweiterten Netto-Marktes (1.000 m² Verkaufsfläche)

Daten	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €
Nahbereich (1.000 m-Fußwegeradius)	11,6	27 – 28	3,2
Streuumsatz (ca. 23 – 24 %); nahversorgungsrelevante Sortimente			1,0
Umsatzerwartung nahversorgungsrelevante Sortimente			4,2
Umsatzerwartung sonstiges Nonfood (ca. 5 %)			0,2 – 0,3
Gesamt			4,4 – 4,5

GMA-Berechnungen 2018; ca.-Werte, gerundet

Insgesamt kann für den erweiterten Netto-Markt mit einer Verkaufsfläche von 1.000 m² von einer Umsatzleistung in Höhe von insgesamt ca. 4,4 – 4,5 Mio. € ausgegangen werden.

Da es sich jedoch bei dem Vorhaben nicht um eine Neuansiedlung, sondern um die Erweiterung eines bereits langjährig am Standort Kölner Straße ansässigen Lebensmitteldiscounters handelt, sind bei der weiteren Bewertung möglicher Umsatzumverteilungseffekte insbesondere die durch die Erweiterung entstehenden zusätzlichen Umsatzleistungen am Standort zu berücksichtigen.

Mit der Verkaufsflächenerweiterung um rd. 290 m² ergibt sich ein modellhafter Umsatzzuwachs von ca. 1,1 – 1,2 Mio. €, wobei hiervon 95 % bzw. rd. 1,1 Mio. € auf nahversorgungsrelevante Sortimente und 5 % bzw. < 0,1 Mio. € auf den sonstigen Nichtlebensmittelbereich entfallen. Aus dem ermittelten Zusatzumsatz lässt sich eine Flächenproduktivität von rd. 4.400 – 4.500 € pro m² Verkaufsfläche für den gesamten Markt³¹ bzw. 4.000 € pro m² für die Erweiterungsfläche berechnen. Gemessen an den betriebs-typischen Flächenleistungen für Netto bildet dieser Wert angesichts der starken wettbewerblichen Strukturen im Umfeld des Vorhabenstandortes einen worst-case-Ansatz ab. In der Handelswissenschaft ist unbestritten, dass mit einer zunehmenden Flächenausweitung nicht eine ebenso starke Ausweitung des Umsatzes einhergeht, wenn die Verkaufsflächenerweiterung in erster Linie zur großzügigeren Gestaltung des Ein- und Ausgangsbereiches sowie der Verkehrsflächen genutzt wird. Vielmehr sinkt die Flächenleistung pro m² Verkaufsfläche i. d. R. bei der Erweiterung der Verkaufsfläche.

4.3 Voraussichtliche Umsatzumverteilungen und Auswirkungen

Mit der Neuansiedlung bzw. Erweiterung von Einzelhandelsobjekten werden i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das Umsatzumverteilungsmodell

³¹ Diese Flächenleistung liegt etwa 5 % über der Flächenproduktivität des Anbieters Netto im Bundesdurchschnitt (aktuell ca. 4.250 € / m² Verkaufsfläche, vgl. Hahn Retail Real Estate Report 2018 / 2019).

stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Folgewirkungen eines zu untersuchenden Planvorhabens dar. Die im vorangegangenen Untersuchungsabschnitt ermittelten Marktanteile stellen dabei die kaufkraftbezogene Ermittlung der Umsatzherkunft dar. Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen ist jedoch die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel.

Zur Ermittlung der Umsatzumverteilung im Lebensmittelsektor werden die aus dem Marktanteilkonzept berechneten Umsätze gewichtet. In der Modellrechnung wurden folgende Kriterien berücksichtigt:

- /// die aktuelle Ausstattung im Einzugsgebiet und die Sortimentsüberschneidungen mit dem Erweiterungsvorhaben
- /// die Wettbewerbssituation im Umfeld inkl. der Überlagerung durch sonstige Einzelhandelsstandorte
- /// die Versorgungsbedeutung einzelner Standortbereiche des Einzelhandels
- /// die aktuellen Kaufkraftströme im Untersuchungsgebiet.

In die Berechnung fließen damit die derzeitigen Einzelhandelsausstattungen konkurrierender Standorte als Attraktivitätsfaktor und die Distanz zum Planstandort als Widerstandsfaktor ein.

Es ist davon auszugehen, dass der Umsatz des Erweiterungsvorhabens insbesondere zu Lasten von anderen Lebensmittelmärkten erwirtschaftet wird. Dies wird im Rahmen der nachfolgenden Berechnungen berücksichtigt, d. h. andere Lebensmittelmärkte werden hinsichtlich der zu erwartenden Umverteilungen stärker gewichtet als andere Lebensmittelanbieter.

Außerdem wird angenommen, dass die Lagen, die aktuell eine wichtige Versorgungsbedeutung für die Bewohner des Einzugsgebietes einnehmen, stärker von Umverteilungen betroffen sein werden als Lagen mit aktuell geringerer Versorgungsbedeutung.

Insgesamt sind die durch die Realisierung des geplanten Erweiterungsvorhabens ausgelösten Kaufkraftbewegungen bzw. Umverteilungswirkungen bei der Einzelfallbetrachtung „Netto-Erweiterung“ (d. h. ohne die geplante Ansiedlung des Vollsortimenters in Kleinbüllesheim und Erweiterung des Norma Lebensmitteldiscounters in Flamersheim) wie folgt zu prognostizieren:

Tabelle 4: Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum (Netto mit 1.000 m² VK)

Standortlagen*	nahversorgungsrelevante Sortimente gesamt			
	Umsatz Bestand		Umsatzumverteilung	
	in Mio. €	Anteil in %	in Mio. € (Quote in %)	Anteil in %
zentrale Versorgungsbereiche Innenstadt (v. a. Rewe) und Gerberstr. / Bendenstr. (v. a. Penny)	22,2	16,9 %	0,2 – 0,3 (1 – 2 %)	24,4 %
Nahversorgungslage Kessenicher Straße / Jülicher Ring (Rewe / Penny)	8,7	6,6 %	0,2 – 0,3 (2 – 3 %)	19,5 %
autokundenorientierte Lagen (v. a. HIT, real, 2x Aldi, Lidl, Trinkgut)	57,2	43,5 %	0,5 – 0,6 (1 %)	49,5 %
Nahversorgungszentrum Kuchenheim (v. a. CAP)	3,6	2,7 %	< 0,1 (2 %)	6,1 %
sonstige Standorte (u. a. Nahversorgungszentrum Rüdeshimer Ring / Winkelpfad, Nahversorgungslage Billiger Straße, dezentrale Lage Georgstraße)	39,7	30,2 %	< 0,1	0,5 %
gesamt	131,4	100,0 %	1,1	100,0 %

* Die Darstellung der Standortlagen ist zu Zwecken der Vergleichbarkeit an das Gutachten zur Ansiedlung eines Vollsortimenters in Kleinbüllesheim angepasst; die sonstigen Standorte können aufgrund ihrer räumlichen Entfernung zum Planstandort zusammengefasst werden, da Auswirkungen auf einzelne Standorte aufgrund der geringen Größenordnung gutachterlich nicht mehr nachgewiesen werden können.

GMA-Berechnungen 2018; Rundungsdifferenzen möglich

Lesebeispiel: Der Umsatz mit nahversorgungsrelevanten Sortimente durch die vorhandenen Betriebe im Nahversorgungszentrum Kuchenheim liegt gegenwärtig bei ca. 3,6 Mio. €. Dies entspricht ca. 2,7 % des Gesamtumsatzes im Betrachtungsraum. Die Höhe der Umsatzumverteilungen in Folge des Netto-Erweiterungsvorhabens liegt bei unter 0,1 Mio. € bzw. bezogen auf den Bestandumsatz bei max 2 % (= Umverteilungsquote). Von dem gesamten umverteilungsrelevanten Umsatz i. H. v. 1,1 Mio. € werden somit ca. 6,1 % im Nahversorgungszentrum Kuchenheim umverteilt.

Innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche Hauptzentrum Innenstadt und Nahversorgungszentrum Gerberstraße / Bendenstraße liegt die Umverteilungsquote³² bei max. 1 – 2 % (0,2 – 0,3 Mio. €), die sich insbesondere auf den Rewe Supermarkt im Veybach-Center und Penny an der Alten Gerberstraße beziehen. Aufgrund der Größenordnung und geringen absoluten Größenordnung der Umsatzumverteilungen sind keine betrieblichen und damit städtebaulichen Auswirkungen auf diese zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten.

Im nördlichen Teilbereich der Kernstadt (Rewe / Penny, Jülicher Ring; Nahversorgungslage Kessenicher Straße / Jülicher Ring) werden im Lebensmittelsegment nur geringe Umverteilungswirkungen erfolgen. Diese belaufen sich ebenfalls auf max. 0,2

³² Bei der Umsatzumverteilungsquote wird die Umsatzumverteilung in einem definierten Gebiet zur jeweiligen Umsatzleistung in diesem Gebiet ins Verhältnis gesetzt.

- 0,3 Mio. € und damit rd. 2 – 3 % gegenüber den heutigen Anbietern. Für diesen Standort lassen sich aufgrund der geringen Höhe der Umsatzumverteilungen keine betrieblichen oder städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Effekte ableiten.
- Ein Großteil des zu erwartenden Umsatzes der Vorhaben (rd. 0,5 – 0,6 Mio. € bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten) bzw. 1 % wird gegenüber der **autokundenorientierten Lagen** in Euskirchen (v. a. Roitzheimer Straße / Narzissenweg inkl. An der Vogelrute), die sich südlich der Bahntrasse in räumlicher Nähe zum Erweiterungsstandort befinden, sowie gegenüber dem nördlich gelegenen Aldi-Markt an der Stresemannstraße umverteilt. Da es sich um dezentrale, autokundenorientierte Standorte handelt, sind weder städtebauliche noch versorgungsstrukturelle Beeinträchtigungen zu erwarten.
 - Die im **Nahversorgungszentrum Kuchenheim** zu erwartenden Umsatzumverteilungen belaufen sich bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten unter 0,1 Mio. € bzw. max. 2 %. Mögliche Auswirkungen beziehen sich ausschließlich auf den dort ansässigen CAP-Markt; der CAP-Markt hat sich allerdings in den vergangenen Jahren modernisiert und die Verkaufsfläche nach Umflaggung von Edeka auch leicht erweitert. Mit der Bäckerei im Vorkassenbereich inkl. Gastronomie ist er gut aufgestellt, weshalb eine Betriebschließung infolge der geplanten Netto-Erweiterung in der Einzelfallprüfung nicht zu erwarten ist.
 - **Weitere Standortlagen** außerhalb des Nahbereiches (z. B. Nahversorgungslage Billiger Straße mit Edeka, Nahversorgungszentrum Rüdesheimer Ring / Winkelpfad mit Netto) sowie der o. g. Wettbewerbsstandorte sind nicht zu betrachten bzw. werden von der geplanten Erweiterung des Netto-Marktes nicht mehr in einer rechnerisch nachweisbaren Größenordnung tangiert.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass sich die Umverteilungseffekte aufgrund der Erweiterung des Netto-Marktes überwiegend auf Betriebe in autokundenorientierten Lagen beziehen und somit weder städtebauliche noch versorgungsstrukturelle Auswirkungen, insbesondere gegenüber der Innenstadt Euskirchen, zur Folge haben. Diese Einschätzung gilt zunächst bei Einzelfallbetrachtung der Netto-Erweiterung ohne Berücksichtigung weiterer geplanter Erweiterungsvorhaben. Eine Summationsbetrachtung mit den kumulierten Auswirkungen für den wahrscheinlichen Fall der Ansiedlung eines Vollsortimenters in Kleinbüllesheim und der Erweiterung des Norma Lebensmitteldiscounters in Flamersheim erfolgt im nachstehenden Kapitel.

4.4 Voraussichtliche Umsatzumverteilungen und Auswirkungen unter Berücksichtigung der Planvorhaben in Kleinbüllesheim und Flamersheim (Summationsbetrachtung)

Im Euskirchener **Stadtteil Kleinbüllesheim** ist am Standort Luxemburger Straße die Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters mit insgesamt ca. 1.750 m² Verkaufsfläche geplant, wobei ca. 1.500 m² auf den Lebensmittelmarkt (Supermarkt) und ca. 250 m² auf Anbieter in kleinteiligen, separaten Shops (z. B. Blumenladen, Zeitschriften- / Tabakwarenladen / Toto-Lotto und Café / Bäckerei, Papier / Büro / Schreibwaren) entfallen sollen. Die entsprechende Flächennutzungsplanänderung und Bauleitplanung wurde eingeleitet.³³ Mit der Planung wird das Ziel verfolgt, für die nördlichen Stadtteile Euskirchens, in denen gegenwärtig nur eine rudimentär ausgeprägte Nahversorgung vorhanden ist, eine möglichst wohnortnahe Versorgung zu schaffen. Die GMA hat hierzu im März 2018 eine entsprechende Auswirkungsanalyse vorgelegt.³⁴

Im **Nahversorgungszentrum Flamersheim** plant der Anbieter Norma eine Verkaufsflächenerweiterung von derzeit knapp 800 m² auf dann 1.000 m². Die Auswirkungsanalyse für dieses Planvorhaben datiert von November 2018.³⁵

Insgesamt sind die durch die Realisierung des geplanten Erweiterungsvorhabens in Zusammenhang mit dem Planvorhaben in Kleinbüllesheim ausgelösten kumulierten Kaufkraftbewegungen bzw. Umverteilungswirkungen (Summationsbetrachtung) wie folgt zu prognostizieren:

- Zunächst ist voranzustellen, dass sich die Umsatzerwartung des geplanten Vollsortimenters in Kleinbüllesheim auf 7,0 Mio. € (realistischer worst case) bzw. 7,7 – 7,8 Mio. € (absoluter worst case) beläuft, davon ca. 6,3 Mio. € bzw. 7,0 Mio. € mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Für den erweiterten Norma Lebensmitteldiscounter in Flamersheim ist von einem Gesamtumsatz i. H. v. ca. 3,9 Mio. € auszugehen, davon ca. 3,6 Mio. € (ca. 93 % Umsatzanteil) mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Da sich der Norma Lebensmitteldiscounter bereits seit Jahren am Standort Christian-Schäfer-Straße befindet, sind hiervon lediglich die erzielbaren Mehrumsätze i. H. v. knapp 0,8 Mio. € (gesamt) bzw. 0,7 – 0,8 Mio. € (nahversorgungsrelevante Sortimente) umverteilungsrelevant. Unter Berücksichtigung der Umsatzumverteilungen in Folge der Netto-Erweiterung (1,1 Mio. €) belaufen sich die umverteilungswirksamen Umsätze aller drei Vorhaben bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten somit auf ca. 8,1 – 8,2 Mio. € (realistischer worst case) bzw. ca. 8,8 – 8,9 Mio. € (absoluter worst case).

³³ 22. Flächennutzungsplanänderung und Ortsteil Kleinbüllesheim, Bebauungsplan Nr. 9.

³⁴ vgl. GMA, Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Supermarktes in Euskirchen, Kleinbüllesheim, 12.03.2018, und GMA, Einzelhandelskonzept Euskirchen, 2014.

³⁵ vgl. GMA, Auswirkungsanalyse zur Erweiterung eines Norma Lebensmitteldiscounters in Euskirchen-Flamersheim, November 2018.

- Des Weiteren ist zu berücksichtigen, dass sich die drei betrachteten Planvorhaben gegenseitig beeinflussen. Dies gilt zumindest für das Planvorhaben in Kleinbüllesheim, welches auch Auswirkungen auf die Umsatzsituation des Netto-Marktes an der Kölner Straße haben wird.³⁶ In Folge der Realisierung des Vollsortimenters in Kleinbüllesheim wird sich der Umsatz des Netto-Marktes an der Kölner Straße um ca. 0,2 – 0,3 Mio. € reduzieren. Demzufolge reduziert sich auch die Gesamtumsatzumverteilung durch alle drei Planvorhaben leicht auf insgesamt ca. 7,9 Mio. € (realistischer worst case) bzw. ca. 8,6 Mio. € (absoluter worst case), woraus in der Zusammenschau folgende Umsatzumverteilungen resultieren:

Tabelle 5: Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum (Netto mit 1.000 m² VK, Vollsortimenter in Kleinbüllesheim mit 1.750 m² VK und Norma in Flamersheim mit 1.000 m² VK; Summationsbetrachtung)

Standortlagen*	Umsatz Bestand	nahversorgungsrelevante Sortimente gesamt	
		Umsatzumverteilung	
		realistischer worst-case	absoluter worst-case
	in Mio. €	in Mio. € (Quote in %)	in Mio. € (Quote in %)
zentrale Versorgungsbereiche Innenstadt (v. a. Rewe) und Ger- berstr. / Bendenstr. (v. a. Penny)	22,2	0,2 – 0,3 (1 – 2 %)	0,2 – 0,3 (1 – 2 %)
Nahversorgungslage Kesseni- cher Straße / Jülicher Ring (Rewe / Penny)	8,7	0,4 (4 – 5 %)	0,4 – 0,5 (5 – 6 %)
autokundenorientierte Lagen (v. a. HIT, real, 2x Aldi, Lidl, Trinkgut)	57,2	4,9 – 5,0 (8 – 9 %)	5,5 (9 – 10 %)
Nahversorgungszentrum Kuchenheim (v. a. CAP)	3,6	0,3 (8 – 9 %)	0,3 – 0,4 (9 – 10 %)
sonstige Standorte (u. a. Nah- versorgungszentrum Rüdeshei- mer Ring / Winkelpfad, Nahver- sorgungslage Billiger Straße, de- zentrale Lage Georgstraße)	39,7	2,0	2,0 – 2,1
gesamt	131,4	7,9	8,6

* Standortlagen analog Tabelle 4; Die Darstellung der Standortlagen ist zu Zwecken der Vergleichbarkeit an das Gutachten zur Ansiedlung eines Vollsortimenters in Kleinbüllesheim angepasst; die sonstigen Standorte können aufgrund ihrer räumlichen Entfernung zum Planstandort zusammengefasst werden, da Auswirkungen auf einzelne Standorte aufgrund der geringen Größenordnung gutachterlich nicht mehr nachgewiesen werden können.

GMA-Berechnungen 2018; Rundungsdifferenzen möglich

³⁶ s. GMA, Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Supermarktes in Euskirchen, Kleinbüllesheim, 12.03.2018, S. 35ff.

Die möglichen Auswirkungen in den Lagen mit mehr als 5 % Umverteilungsquote sind wie folgt zu bewerten:

- In der **Nahversorgungslage Kessenicher Straße / Jülicher Ring** (v. a. Rewe / Penny) wird nur im absoluten worst case eine Umverteilungsquote von mehr als 5 % erreicht (5 – 6 %). Diese kann spürbar sein, betriebliche und in der Folge städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen können aufgrund der geringen Höhe jedoch nicht abgeleitet werden, zumal es sich um einen leistungsfähigen Koppelstandort aus Vollsortimenter und Discounter handelt.
- In den **autokundenorientierten Standortlagen Roitzheimer Straße / Narzissenweg** inkl. An der Vogelrute (v. a. HIT, real, Aldi, Lidl) sowie in der **Stresemannstraße** (Aldi, Trinkgut) können die Umsatzumverteilungen mit 4,9 – 5,0 Mio. € (realistischer worst case) bzw. 5,5 Mio. € (absoluter worst case) am höchsten ausfallen, da diese die bedeutsamsten Einkaufsstandorte in der östlichen Kernstadt Euskirchens darstellen und zudem die größten Einzugsgebietsüberschneidungen mit allen drei Planvorhaben aufweisen. Dies entspricht einer Umverteilungsquote von 8 – 9 % bzw. 9 – 10 %. Hierbei handelt es sich um nicht schützenswerte Lagen (d. h. ohne Schutzwürdigkeit nach BauGB oder BauNVO) und somit um rein wettbewerbliche Auswirkungen, welche diese Anbieter hinzunehmen haben. Aufgrund der Leistungsfähigkeit der Anbieter sind betriebliche Auswirkungen jedoch nicht zu erwarten.
- Nicht zuletzt kann auch die Umverteilungsquote gegenüber dem **Nahversorgungszentrum Kuchenheim** mit 8 – 9 % (realistischer worst case) bzw. 9 – 10 % (absoluter worst case) spürbar ausfallen, wo der nicht großflächige Anbieter CAP als einziger Lebensmittelmarkt die Nahversorgung der Bevölkerung im Stadtteil (sowie z. T. Weidesheim) sicherstellt. Für diesen Anbieter kann derzeit von einer Flächenleistung von mindestens ca. 4.000 € / m² VK ausgegangen werden³⁷, die sich in Folge der Umverteilungseffekte auf bis zu 3.600 € / m² VK reduzieren kann. Diese Flächenleistung stellt für den Betreiber CAP eine immer noch hohe Flächenproduktivität dar, welche für den wirtschaftlichen Betrieb des Marktes ausreicht. Der CAP-Markt hat sich zudem in den vergangenen Jahren modernisiert und die Verkaufsfläche nach Umflaggung von Edeka auch leicht erweitert. Mit einer Bäckerei im Vorkassenbereich inkl. Gastronomie ist er gut aufgestellt; zu den jeweiligen Zeitpunkten der Besichtigungen in den vergangenen Jahren war er stets gut frequentiert.

Eine Betriebsschließung ist aus Gutachtersicht auch vor dem Hintergrund des Nachfragepotenzials nicht zu erwarten. In Kuchenheim und Weidesheim leben zusammen

³⁷ Grundlage: Echtdaten nach Angaben von Edeka.

ca. 4.100 Einwohner, die über eine Kaufkraft bei Nahrungs- und Genussmitteln in Höhe von ca. 8,8 Mio. € verfügen. Bei einer Kaufkraftabschöpfung von ca. 35 % dieser Kaufkraft³⁸ und einem Nonfoodanteil von 10 % kann ein Lebensmittelmarkt in Kuchenheim einen Umsatz in Höhe von ca. 3,4 Mio. € erwirtschaften. Dies entspräche bei einer Verkaufsfläche von ca. 650 m² (aktuelle CAP-Fläche) einer Flächenproduktivität von ca. 5.250 € / m² Verkaufsfläche, welche die Tragfähigkeit eines Lebensmittelmarktes – unabhängig von der Frage CAP oder ein konventioneller Betreiber – in Kuchenheim verdeutlicht.³⁹

■ Weitere Standortlagen (z. B. Innenstadt Euskirchen, Nahversorgungszentrum Gerberstraße / Bendenstraße, Nahversorgungslage Billiger Straße mit Edeka, Nahversorgungszentrum Rüdesheimer Ring / Winkelpfad mit Netto, Nahversorgungszentrum Stotzheim) bzw. der o. g. Wettbewerbsstandorte werden in der vorgenommenen Summationsbetrachtung von Umverteilungsquoten unter 5 % tangiert. Städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen in der Folge der drei Planvorhaben können hier ausgeschlossen werden.⁴⁰

4.5 Auswirkungen im Sinne des Einzelhandelserlasses Nordrhein-Westfalen

Laut Einzelhandelserlass⁴¹ Nordrhein-Westfalen vom 22.09.2008 können großflächige Lebensmittelmärkte ohne Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen bzw. Kern- und Sondergebieten zugelassen werden. Der Einzelhandelserlass zitiert an dieser Stelle die Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel

³⁸ Hierbei handelt es sich um eine rein theoretische Betrachtung für einen Lebensmittelmarkt allgemein, unabhängig vom Betreiber CAP. Die Kaufkraftabschöpfung i. H. v. 35 % stammt von der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ bzw. aus dem Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen. Dieser Wert gilt allgemein als anerkannter Orientierungswert für eine verträgliche Kaufkraftabschöpfung von Lebensmittelmärkten in ihrem jeweiligen Nahbereich, der – wie für den Markt in Kuchenheim aufgrund der ländlichen Struktur der Fall – auch mehrere Kilometer umfassen kann, sofern der Lebensmittelmarkt den einzigen Nahversorger in diesem Nahbereich darstellt. Als Nahbereich für Kuchenheim sind die Stadtteile Kuchenheim selbst sowie Weidesheim anzusehen, aus welchen fast der gesamte Umsatz des CAP-Marktes erzielt wird. Nur sehr geringe Umsätze stammen hingegen aus Klein- und Großbüllesheim, deren Einwohner gegenwärtig stark auf die dezentralen Standorte in der östlichen Euskirchener Kernstadt orientiert sind und deren Umsatzanteil für den CAP-Markt in Kuchenheim nur im Rahmen dieser Analyse höher unterstellt wurden, um einen worst case abzubilden.

³⁹ Dies entspräche einer Flächenleistung, die über dem Durchschnitt einer Reihe von konventionellen Lebensmittelfilialisten liegt. Laut dem Retail Real Estate Report 2018 / 2019 der Hahn-Gruppe liegen die Flächenproduktivitäten z. B. der Discounter Netto (4.250 € / m² VK) und Norma (3.570 € / m² VK) sowie der Supermärkte Rewe (4.010 € / m² VK) und Edeka (4.480 € / m² VK) deutlich unterhalb dieses Wertes.

⁴⁰ Die Bevölkerungsentwicklung in Euskirchen verlief sowohl in der Gesamtstadt als auch in der Kernstadt in den letzten Jahren positiv. Auch die Gemeindemodellrechnung des Landesbetriebs Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW) geht in den nächsten Jahren noch von einem weiteren Bevölkerungswachstum aus (+ 2,9 % bis 2030 gegenüber dem Basisjahr 2014). Diese Prognose wurde bereits dieses Jahr übertroffen.

⁴¹ Ansiedlung von Einzelhandelsgroßbetrieben; Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen) gemäß Rd.Erl. des Ministeriums für Bauen und Verkehr – V.4/VI A 1-16.21- und des Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie – 322/323-30.28.17 vom 22.09.2008.

und § 11 Abs. 3 BauNVO“. Danach ist auch bei großflächigen Lebensmittelmärkten nicht von negativen Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung auszugehen, wenn

- der Flächenanteil für nicht nahversorgungsrelevante Sortimente weniger als 10 % der Verkaufsfläche beträgt,
- der Standort verbrauchernah, hinsichtlich des induzierten Verkehrsaufkommens „verträglich“ sowie städtebaulich integriert ist, und
- der voraussichtliche Gesamtumsatz des Vorhabens 35 % der relevanten Kaufkraft der Bevölkerung im Nahbereich nicht übersteigt; als Nahbereich ist – abhängig von siedlungsstrukturellen und zentralörtlichen Gegebenheiten – ein Radius von ca. 700 – 1.000 m anzusetzen.

Der Projektstandort befindet sich zwar außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches, ist jedoch als Siedlungsrandlage mit räumlichen Bezügen zu Wohngebieten zu bezeichnen. Für das Erweiterungsvorhaben ist eine Umsatzleistung von ca. 4,2 Mio. € bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu erwarten, dies entspricht rechnerisch ca. 28 % der im 1.000 m-Kreisradius bzw. 36 % der im 1.000 m-Fußwegeradius (vgl. Karte 3) vorhandenen Kaufkraft (14,9 Mio. € bzw. 11,6 Mio. €). Damit liegt die durch das Erweiterungsvorhaben prognostizierte Kaufkraftabschöpfung im Nahbereich bei den projektrelevanten nahversorgungsrelevanten Sortimenten unterhalb (28 %) bzw. in etwa (36 %) in der Größenordnung des im Einzelhandelserlass genannten Wertes von 35 %.⁴² Dieser Wert ist im Einzelhandelserlass NRW mit Verweis auf die Aussagen der Einzelhandelsunternehmen innerhalb der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ eingeführt und ist aus Gutachtersicht mit Blick auf den genauen Wortlaut als Orientierungswert zu verstehen. Ausgangspunkt ist die Annahme, dass bei überhöhter Kaufkraftbindung eines großflächigen Einzelhandelsbetriebs im Einzugsbereich die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich gefährdet sein könnte. Dies ist hier nicht der Fall; die Siedlungs- und Einwohnerstrukturen sowie der Wettbewerbsbesatz lassen keine negativen Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung im östlichen Kernstadtgebiet von Euskirchen erwarten.

Unter der Prämisse, dass die Nonfood II-Anteile und Verkaufsflächenanteile des Nebensortimentes Tiernahrung bei max. 10 % der Verkaufsfläche liegen, ist aus gutachterlicher Sicht eine Atypik gegeben. Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO sind durch die Erweiterung bei der Einzelfallbetrachtung der Netto-Erweiterung nicht zu erwarten.

⁴² Der Einzelhandelserlass Nordrhein-Westfalen nimmt Bezug auf die Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“, welche bei einer Einwohnerdichte von ca. 1.770 Einwohner / km² (s. S. 22) den Nahbereich auch bis 1.500 m ausdehnt. In einem 1.500 m-Radius leben zahlreiche weitere Personen, sodass der Orientierungswert von 35 % unterschritten wird.

4.6 Vereinbarkeit mit den Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes Euskirchen

Gemäß Einzelhandelskonzept Euskirchen sollen Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben mithilfe von standortbezogenen Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben planungsrechtlich gesteuert werden. Dabei wurden auf Basis des Sortiments- und Standortkonzeptes branchen- und standortbezogene **Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung** definiert.

Nahrungs- und Genussmittel gehören lt. Einzelhandelskonzept Euskirchen zu den zentren- bzw. **nahversorgungsrelevanten Sortimenten**⁴³. Grundsätzlich sind diese in den sog. zentralen Versorgungsbereichen und Nahversorgungslagen bzw. siedlungsräumlich integrierten Lagen anzusiedeln.

Im vorliegenden Fall handelt es sich bei dem Erweiterungsstandort um eine Siedlungsrandlage, die jedoch direkt am Rand der Euskirchener Kernstadt gelegen ist und Versorgungsfunktionen für die östlichen Siedlungsbereichen der Kernstadt innehat (vgl. auch Ausführungen in Kapitel II., 2.3).

Nach Vorgabe des Einzelhandelskonzeptes können auch großflächige Lebensmittelmärkte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche in integrierten Lagen zulässig sein, sofern sie keine Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die Versorgung der Bevölkerung an anderer Stelle haben. Nach der durchgeführten Auswirkungsanalyse (s. o.) ist nicht von städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen infolge einer Erweiterung des Netto-Marktes auf 1.000 m² (Einzelfallbetrachtung) auszugehen, sodass diese Regelung zunächst klar erfüllt wird. Auch in Zusammenschau mit anderen Planvorhaben (v. a. Supermarkt-Ansiedlung Kleinbüllesheim, Norma-Erweiterung Flamersheim) ist eine Verträglichkeit gegeben. Zudem ist darauf hinzuweisen, dass das Erweiterungsvorhaben die Vorgaben des Einzelhandelserlasses Nordrhein-Westfalen für atypische Fallgestaltungen gemäß § 11 Abs. 3 S. 4 BauNVO erfüllt; Grundlage ist der 1.000 m-Kreisradius, in dem ca. 5.560 Einwohner leben.

5. Fazit

Aus gutachterlicher Sicht erfüllt der Standort Netto, Kölner Straße, in der Euskirchener Kernstadt bereits heute eine, wenngleich nur fußläufig eingeschränkte, jedoch wohnortnahe Versorgungsfunktion für die östliche Kernstadt. Aufgrund der Lage an der stark befahrenen Kölner Straße ist jedoch auch mit hohen Streuumsätzen (z. B. Pendler) von außerhalb des Nahbereiches auszugehen. Mit einer Erweiterung auf 1.000 m² Verkaufsfläche ist aus gutachterlicher Sicht nicht von

⁴³ GMA, Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Euskirchen, November 2014.

einer wesentlichen Veränderung von Kaufkraftströmen auszugehen. Städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen durch die Erweiterung sind in Euskirchen sowohl bei Einzelfallbetrachtung als auch in der Summationsbetrachtung mit anderen aktuellen Planvorhaben (Ansiedlung Vollsortimenter in Kleinbüllesheim, Erweiterung Norma in Flamersheim) nicht zu erwarten.

IV. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

Grundlagen

Planvorhaben / Planstandort	- Erweiterung eines netto-Lebensmitteldiscounters von ca. 710 m² auf ca. 1.000 m² VK - eingeführter Standort, im Standortumfeld ohne weitere Einzelhandelsbetriebe im Radius von ca. 1 km
Rechtsrahmen und Untersuchung	Zweistufige Prüfung: - Prüfung der Regelvermutung / atypische Fallgestaltung - Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO
Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	- Das Einzugsgebiet umfasst die Wohnquartiere der östlichen Euskirchener Kernstadt - Einwohnerpotenzial im Nahbereich insgesamt: ca. 5.560 Personen (1.000 m-Kreisradius) bzw. ca. 4.320 Personen (1.000 m-Fußwegradius) - Kaufkraftpotenzial nahversorgungsrelevante Sortimente im Nahbereich: ca. 14,9 Mio. € (Kreisradius) bzw. ca. 11,6 Mio. € (Fußwegradius)
Umsatzerwartung	Gesamtumsatzleistung bei ca. 1.000 m² VK: ca. 4,4 – 4,5 Mio. €, davon ca. 4,2 Mio. € nahversorgungsrelevante Sortimente und ca. 0,2 – 0,3 Mio. € sonstiges Nonfood

Bewertung des Tatbestandes der Regelvermutung (= atypische Fallgestaltung)

betriebliche Anhaltspunkte	Hinsichtlich des Warenangebotes darf der erweiterte Lebensmitteldiscounter einen Anteil mit Nonfood II-Artikeln sowie Tiernahrung von max. 10 % aufweisen. In diesem Fall stellt der Betrieb einen qualifizierten Nahversorger dar.
städtebauliche Anhaltspunkte	Unter städtebaulichen Gesichtspunkten (= räumliche Nähe zu Wohngebieten) liegen städtebauliche Anhaltspunkte zur Widerlegung der Regelvermutung vor.

Bewertung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen

mögliche Umverteilungswirkungen	Umsatzumverteilung gegenüber schützenswerten Standortlagen: Umverteilungsquote bei Einzelfallbetrachtung der Netto-Erweiterung (in Klammern Umverteilungsquote unter Berücksichtigung der Planvorhaben in Kleinbüllesheim und Flamersheim): - ZVB Innenstadt sowie NVZ Gerberstraße / Bendenstraße max. 1 – 2 % (1 – 2 %) - NVL Kessenicher Straße / Jülicher Ring max. 2 – 3 % (4 – 6 %) - NVZ Kuchenheim max. 2 % (8 – 10 %)
Fazit	Aus gutachterlicher Sicht erfüllt der Standort Netto, Kölner Straße, aufgrund seines Wohngebietsbezugs mit Gewicht eine wohnortnahe Versorgungsfunktion für die östliche Kernstadt Euskirchens. Städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen durch die Erweiterung sind weder bei Einzelfallbetrachtung noch in Zusammenschau mit anderen Planvorhaben in Euskirchen zu erwarten.

Verzeichnisse

	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Zentren- und Standortstruktur Euskirchen	17
Karte 2: Mikrostandort	20
Karte 3: Nahbereich und wesentliche Wettbewerber im Umfeld	24
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Typische Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten	12
Tabelle 2: Wesentliche Wettbewerber im Standortumfeld	26
Tabelle 3: Marktanteile und Umsätze des erweiterten Netto-Marktes (1.000 m ² Verkaufsfläche)	29
Tabelle 4: Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum (Netto mit 1.000 m ² VK)	31
Tabelle 5: Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum (Netto mit 1.000 m ² VK, Vollsortimenter in Kleinbüllesheim mit 1.750 m ² VK und Norma in Flamersheim mit 1.000 m ² VK; Summationsbetrachtung)	34