

Auswirkungsanalyse

zur geplanten Ansiedlung eines Supermarktes auf dem Schultheis-Areal in Weißenthurm

für die
TS Bau GmbH
Ringstraße 9
56579 Rengsdorf

Ihre Ansprechpartner

Wirtschaftsgeograph Joachim Schulte, M.A.
(Projektleitung)

Dipl.-Geogr. Rainer Schmidt-Illguth
(Niederlassungsleitung)

BBE Handelsberatung GmbH

Goltsteinstraße 87 a
50968 Köln
Deutschland

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

© BBE Handelsberatung GmbH

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

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

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Berlin · Köln · Leipzig · Erfurt

Köln, im August 2021

Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1	Ausgangssituation, Zielsetzung und methodische Vorgehensweise 4
1.1	Ausgangssituation und Zielsetzung..... 4
1.2	Methodische Vorgehensweise 4
2	Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel..... 6
2.1	Entwicklungstrends..... 6
2.2	Distributionsstrukturen..... 7
2.3	Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln 10
3	Standortseitige Aspekte..... 12
3.1	Makrostandort..... 12
3.2	Mikrostandort..... 14
4	Projektrelevante Wettbewerbssituation in der Stadt Weißenthurm und in den Nachbarkommunen 17
4.1	Projektrelevante Angebotsstrukturen in der Stadt Weißenthurm 17
4.2	Projektrelevante Wettbewerbssituation außerhalb der Stadt Weißenthurm 19
4.3	Fazit der Wettbewerbsanalyse 21
5	Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung 23
5.1	Einzugsgebiet des Planvorhabens 23
5.2	Relevantes Nachfragevolumen im prognostizierten Einzugsgebiet 26
5.3	Prognose der Marktanteile und Umsatzleistung des Planvorhabens 27
6	Umsatzumverteilungseffekte 29
7	Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung 33
8	Einordnung des Vorhabens in die Ziele des Landesentwicklungsprogramms..... 37
9	Fazit der Auswirkungsanalyse..... 39

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1:	Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland.....	6
Abbildung 2:	Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland	7
Abbildung 3:	Einkaufsanlässe nach Betriebstypen.....	8
Abbildung 4:	Gründe für die Wahl des Betriebstyps	9
Abbildung 5:	Onlineanteil Food / Nonfood am Einzelhandel	11
Abbildung 6:	Lage im Raum und zentralörtliche Funktion	12
Abbildung 7:	Mikrostandort	14
Abbildung 8:	Lebensmittelmärkte im Standortumfeld des Planvorhabens	18
Abbildung 9:	Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet	22
Abbildung 10:	Einzugsgebiet des Planvorhabens	25
Abbildung 11:	Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet in den projektrelevanten Sortimenten	26
Abbildung 12:	Prognose der Umsatzherkunft für den geplanten Supermarkt	28
Abbildung 13:	Umverteilungseffekte des Planvorhabens	31

1 Ausgangssituation, Zielsetzung und methodische Vorgehensweise

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Die TS Bau GmbH plant, in der Stadt Weißenthurm auf einem heute mindergenutzten Grundstück an der Hauptstraße („Schultheis-Areal“) einen Supermarkt mit bis zu 2.000 m² Verkaufsfläche (VKF) anzusiedeln. Auf einer nördlich angrenzenden Flächen soll zudem ein Kindergarten errichtet werden.

Das Vorhaben macht die Aufstellung eines Bebauungsplanes erforderlich. Im Rahmen dieses Genehmigungsverfahrens soll das Planvorhaben einer gutachterlichen Überprüfung unterzogen werden. Mit dem Gutachten ist aufzuzeigen, ob im Falle einer Realisierung des Planvorhabens negative Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche oder die wohnungsnaher Versorgung in der Verbandsgemeinde (VG) Weißenthurm oder in sonstigen Kommunen gemäß § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) zu erwarten wären.

Darüber hinaus ist das Vorhaben in das kommunale Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept der VG Weißenthurm einzuordnen, das zurzeit im Auftrag der Verbandsgemeindeverwaltung von der BBE Handelsberatung GmbH fortgeschrieben wird.

Da die beabsichtigte Bauleitplanung gemäß § 1 Abs. 4 Baugesetzbuch (BauGB) auch an die Ziele der Raumordnung anzupassen ist, muss darüber hinaus aufgezeigt werden, ob die Planung mit den einschlägigen Zielen des Landesentwicklungsprogramms IV (LEP IV) vereinbar ist.

Die BBE Handelsberatung GmbH wurde mit der Erstellung dieser Auswirkungsanalyse beauftragt. Die BBE legt hiermit eine Verträglichkeitsanalyse vor, die die absatzwirtschaftliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sowie die wohnungsnaher Versorgung in Weißenthurm und in den Nachbarkommunen umfassend untersucht und die in den anstehenden Genehmigungsverfahren als fundierte Entscheidungsgrundlage Verwendung finden kann.

Die Ergebnisse der Analyse werden im Folgenden dargelegt.

1.2 Methodische Vorgehensweise

Das vorliegende Gutachten basiert auf Vor-Ort-Recherchen im Untersuchungsgebiet, welches sich auf die Stadt Weißenthurm und angrenzende Kommunen bezieht. In Ergänzung erfolgte eine Aufbereitung von sekundärstatistischen Daten. Im Einzelnen wurden folgende Erhebungen und Recherchen durchgeführt:

- Durchführung von Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung des Projektstandortes,
- Erhebung relevanter Anbieter von nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Untersuchungsgebiet. Hierzu gehören vor allem strukturprägende Lebensmittelmärkte (v. a. Supermärkte und Lebensmitteldiscounter),
- Umsatzschätzung für die erfassten Einzelhandelsbetriebe unter Berücksichtigung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern,

Auswirkungsanalyse • Ansiedlung Supermarkt • Stadt Weißenthurm

- Aufbereitung relevanter sekundärstatistischer Daten und Informationsquellen (u. a. Einzelhandelskonzepte der untersuchungsrelevanten Kommunen, soziodemografische Kennzahlen),
- Verwendung von aktuellen Datenmaterialien der BBE Marktforschung (z. B. gemeindebezogene Kaufkraftkennziffern und sortimentspezifische Pro-Kopf-Ausgaben).

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

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

Darauf aufbauend erfolgt eine Bewertung des Vorhabens in Bezug auf die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen. Den Bezugsmaßstab dieser Prüfung stellt § 11 Abs. 3 BauNVO dar.

Im Hinblick auf die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen ist der zu erwartende Plenumsatz als maßgebliche Bewertungsgröße heranzuziehen, die Auslöser für Veränderungen von Kaufkraftströmen und in deren Folge für Auswirkungen auf bestehende Angebotsstrukturen sein kann.

Die Ermittlung der derzeitigen und der durch das Planvorhaben beeinflussten zukünftigen Kaufkraftbewegungen und damit der von Einzelhandelsvorhaben ausgehenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen werden auf Basis dieser Annahmen und in Anlehnung an eine wissenschaftliche Arbeit von Huff ("Defining and Estimating a Trading Area"²) für die jeweiligen projektrelevanten Warengruppen bzw. Betriebstypen die maximalen Umsatzleistungen prognostiziert.

¹ Während beispielsweise bei Artikeln des täglichen Bedarfs (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 Bedarfs (u. a. Sportartikel oder Bekleidung / Schuhe) das Kriterium der (vermuteten) Attraktivität.

² In: Journal of Marketing, Vol. 28 (1964), No. 3, S. 34 - 38

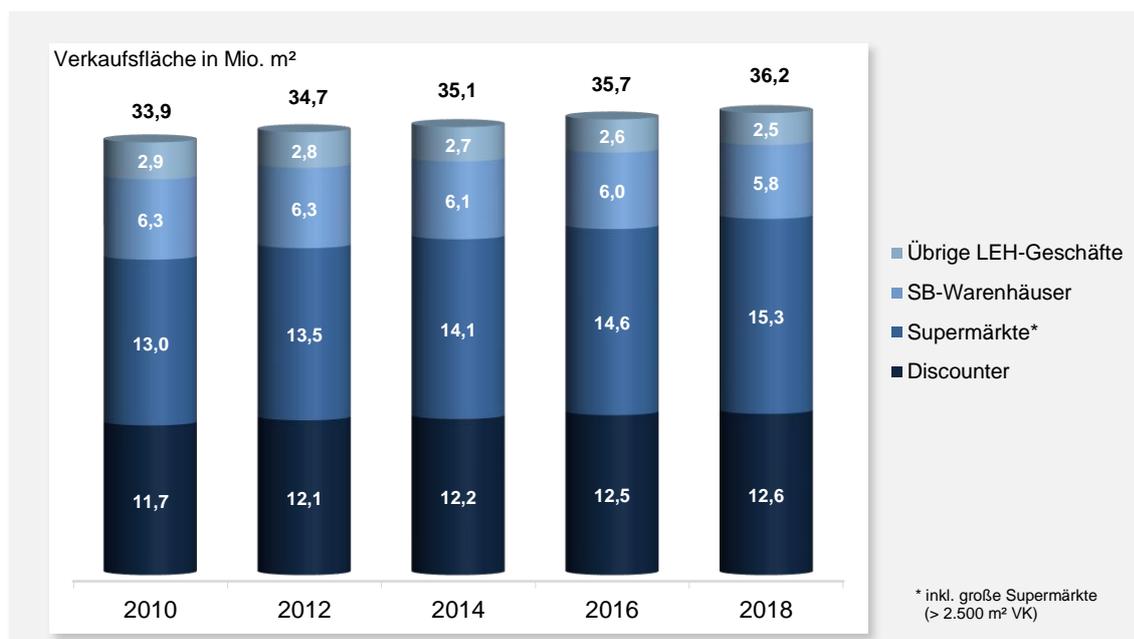
2 Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel

2.1 Entwicklungstrends

Die Zahl der Einwohner in Deutschland wird abnehmen, die Menschen werden immer älter werden und in immer kleineren Haushalten leben. Zudem zieht es eine immer größere Zahl an Menschen in die urbanen Räume. Damit verbunden ist ein geändertes Mobilitätsverhalten, da für die urbane Bevölkerung das motorisierte Individualverkehrsmittel an Bedeutung verliert. Aus den demografischen Rahmenbedingungen und der zunehmenden Digitalisierung ergeben sich geänderte Anforderungen, nicht zuletzt auch an den Lebensmitteleinzelhandel.

Die Trends im Lebensmitteleinzelhandel führen daher u. a. zu mehr Convenience-Produkten, zu einer zunehmenden Kombination von Gastronomie und Handel, zu mehr Services wie Kartenzahlung und Lieferdienst. Im Wettbewerb um die Verbraucher werden auch die Trendthemen Regionalität, artgerechte Tierhaltung, vegane / vegetarische Ernährung, Vermeidung von Verpackungen, aber auch Eventmarketing, gastronomische Angebote oder soziales Engagement zunehmend aufgegriffen.

Abbildung 1: Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland



Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2019, BBE-Darstellung

Dabei steigt das nahversorgungsbezogene Ausgabenbudget der Deutschen seit Jahren an. Von den jährlichen Einzelhandelsausgaben in Deutschland von ca. 527,9 Mrd. € entfallen aktuell ca. 44 % auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren (ca. 229,7 Mrd. €).³

³ Quelle: IfH-Brancheninformationssystem, Marktvolumen 2018, BBE-Berechnungen

Auswirkungsanalyse • Ansiedlung Supermarkt • Stadt Weißenthurm

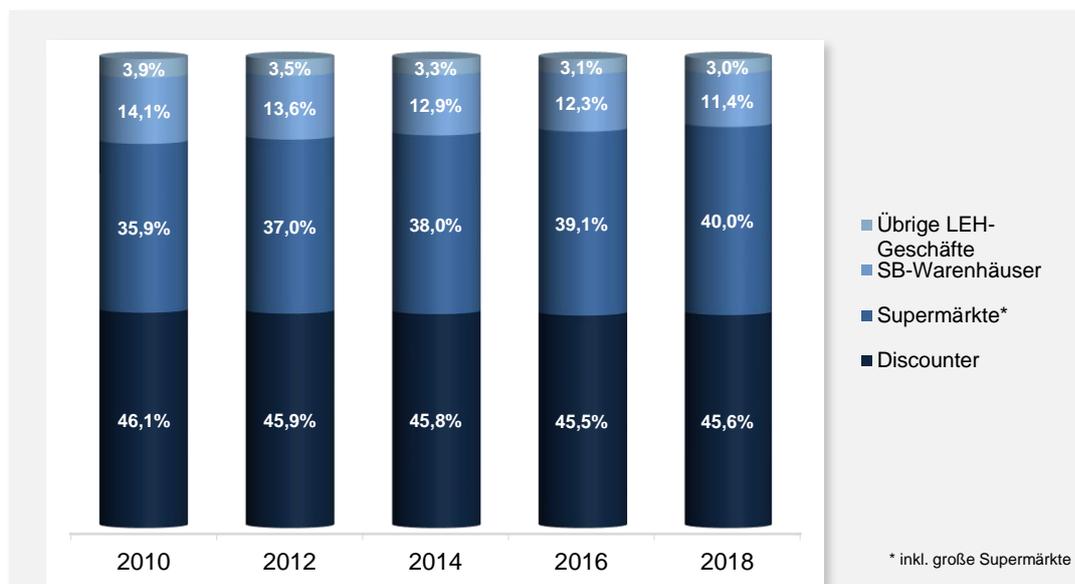
Auf der Angebotsseite hat der Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland ebenfalls ein Wachstum zu verzeichnen. Wie die Abbildung 1 illustriert, ist die Verkaufsfläche des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland (ohne Spezialgeschäfte und nicht-organisierte Betriebe) von ca. 33,9 Mio. m² im Jahre 2010 auf ca. 36,2 Mio. m² im Jahre 2018 angestiegen. Im statistischen Mittel steht jedem Bundesbürger somit eine Verkaufsfläche von ca. 0,44 m² zur Verfügung, wobei tendenziell geringere Ausstattungswerte gleichermaßen in Großstädten wie in sehr ländlich strukturierten Gebieten festzustellen sind.

Besonders zum Flächenwachstum beigetragen haben die Supermärkte (+ 18 %) und Discountmärkte (+ 8 %), während die SB-Warenhäuser (- 8 %) und insbesondere die sonstigen, überwiegend kleinteiligen Betriebsformen (- 14 %) Verkaufsflächen verloren haben.

2.2 Distributionsstrukturen

Der Lebensmitteleinzelhandel wird wesentlich durch die Betriebstypen des Supermarktes und Lebensmitteldiscountmarktes geprägt. So stehen in Deutschland ca. 15.990 Discounter mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von ca. 790 m² ca. 12.143 Supermärkten mit durchschnittlich ca. 1.260 m² Verkaufsfläche gegenüber.⁴

Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland



Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2019, BBE-Darstellung 2020

Der Marktanteil der SB-Warenhäuser ist seit vielen Jahren – trotz Umstrukturierungen (u. a. mehr Lebensmittel, weniger Nonfood-Artikel) und Schaffung zusätzlicher Serviceangebote (u. a. Selbstbedienungskassen, Abholstationen für online bestellte Waren) – rückläufig. Das Aussterben der kleinen Lebensmittelgeschäfte mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche wird kaum aufzuhalten sein, wengleich vor

⁴ Quelle: EHI, Handelsdaten aktuell 2019, Stand: 2018 (inkl. große Supermärkte mit mehr als 2.500 m² VKF)

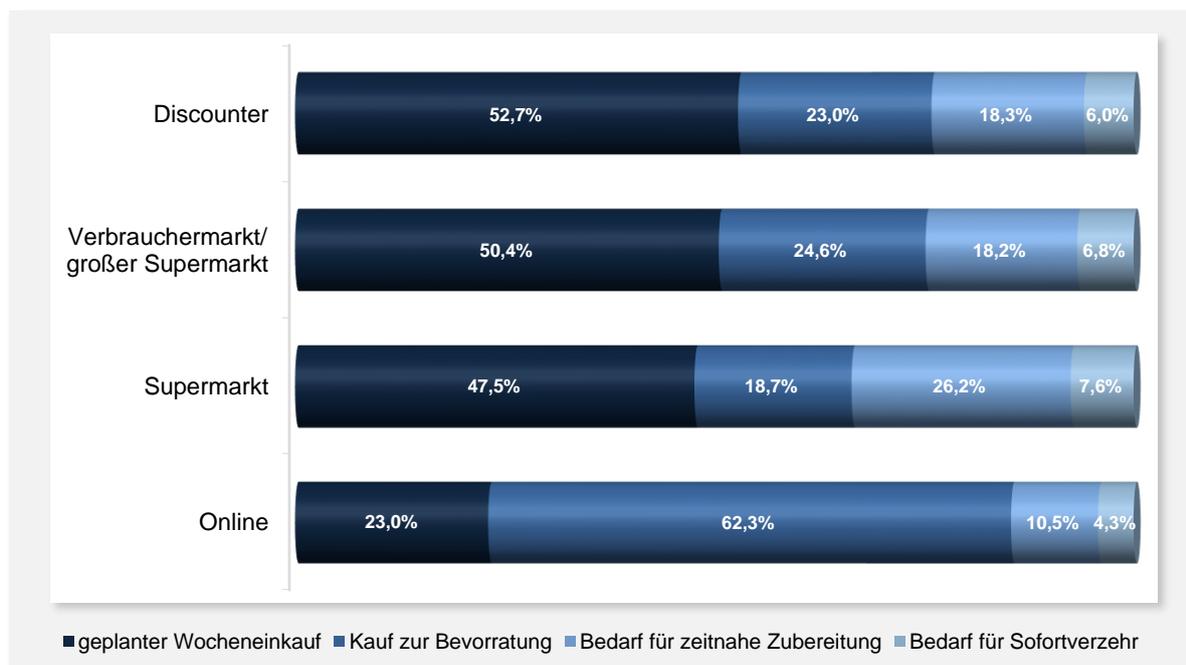
Auswirkungsanalyse • Ansiedlung Supermarkt • Stadt Weißenthurm

allein in Hochfrequenzlagen kleinformatische Convenience-Geschäfte entstehen, die jedoch im Regelfall nicht für den Versorgungseinkauf aufgesucht werden.

Die durchschnittliche Artikelzahl liegt bei den Discountern bei ca. 2.295 und bei Supermärkten bei 11.830, während große Supermärkte durchschnittlich 25.005 Artikel und SB-Warenhaus 48.870 Artikel anbieten.⁵ Der Convenience-Store „Rewe to Go“ weist auf 100 – 300 m² Verkaufsfläche ein Angebot von ca. 1.000 - 1.400 Artikeln mit Schwerpunkt bei verzehfertigen Produkten, Getränken und einem begrenzten Sortiment an gängigen Waren des täglichen Bedarfs auf. Dieses Angebotskonzept wird ausschließlich in Hochfrequenzlagen wie großstädtischen Fußgängerzonen, Bahnhöfen, Flughäfen und Tankstellen umgesetzt.

Discountmärkte und größere Verbrauchermärkte werden von rd. drei Vierteln der Kunden für den regelmäßigen Versorgungseinkauf (Wocheneinkauf / Bevorratung) aufgesucht. Auch der Supermarkt dient der Grundversorgung, gleichzeitig ist der Anteil der „spontanen Kaufanlässe“ (zeitnahe Zubereitung / Sofortverzehr) mit rd. einem Drittel für diese Betriebsform deutlich höher. Demgemäß ist es den Supermarktbetreibern in den letzten Jahren gelungen, die Marktanteile auszubauen.

Abbildung 3: Einkaufsanlässe nach Betriebstypen



Quelle: HDE /IFH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung 2018, 719 ≤ n ≤ 1.176), BBE-Darstellung 2020

Die Verbraucher präferieren bei Lebensmitteln das „One-Stop-Shopping“ an einem Standort mit einem oder mehreren Lebensmittelmärkten. Das steht jedoch nicht im Widerspruch zu einer abnehmenden Kundentreue, da der mobile Kunde nicht nur in seinem Wohnumfeld, sondern auch am Arbeitsplatz oder auf dem Weg zwischen Wohn- und Arbeitsplatz bzw. in Verbindung mit anderen Erledigungen Lebensmit-

⁵ Ebenda, Stand: 2016

Auswirkungsanalyse • Ansiedlung Supermarkt • Stadt Weißenthurm

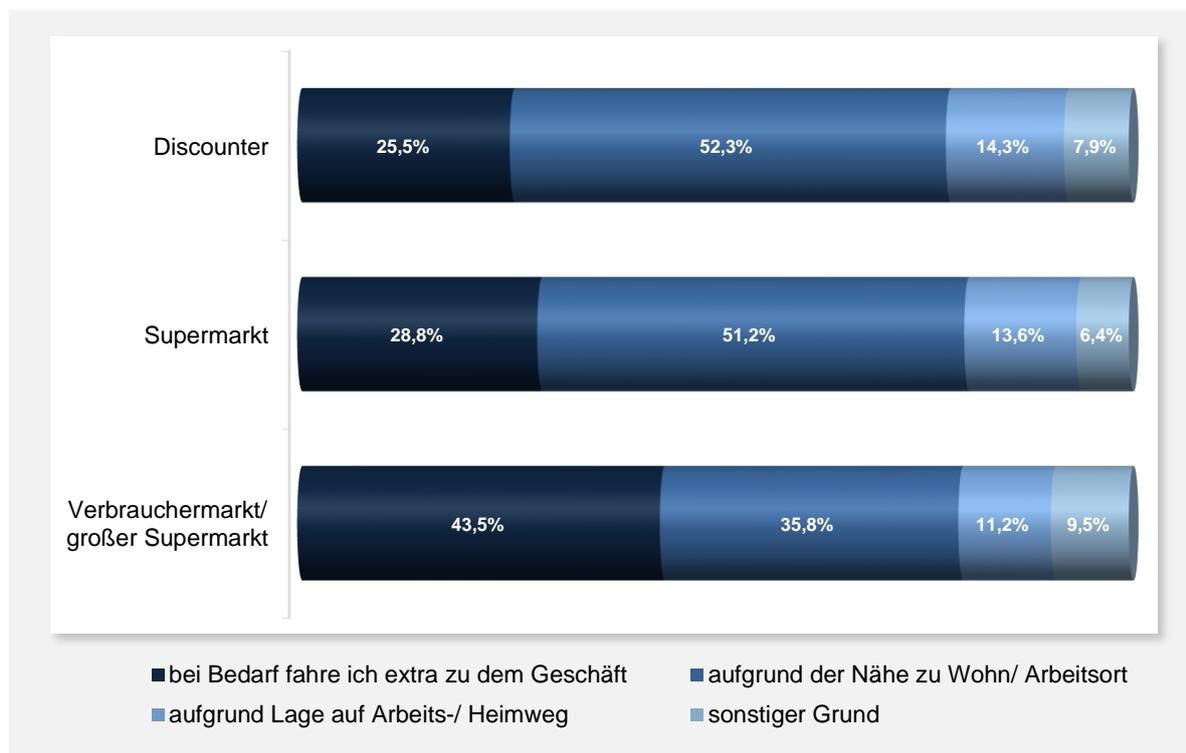
tel / Drogeriewaren einkauft. Andererseits sind die Kunden nicht nur auf eine Betriebsform fokussiert. So werden neben den Lebensmittelmärkten auch regelmäßig andere Anbieter wie Fachhandel, Wochenmarkt / Hof-Verkauf, Online-Handel oder Convenience-Handel aufgesucht, ohne dass sich feste Einkaufshäufigkeiten ergeben. Die Verbraucher wechseln anlassbezogen.

Vor diesem Hintergrund haben die Supermärkte und die Discounter kontinuierlich ihr Angebot und ihr Erscheinungsbild geändert. Das Sortiment ist breiter und tiefer geworden; vor allem das Angebot frischer Waren wurde deutlich ausgebaut. Damit geht ein anhaltend steigender Verkaufsflächenbedarf einher.

Um die notwendige Kompetenz hinsichtlich Sortiment und Service zu vermitteln, verfügen die Discounter der neusten Generation in der Regel über mindestens 1.200 m² Verkaufsfläche, bei Supermärkten sind heute 1.500 - 3.000 m² Verkaufsfläche üblich.

Die Neuaufstellung der Lebensmittelmärkte hat nicht nur zu einem größeren Flächenbedarf geführt, sondern auch zu einer Diversifizierung des Sortiments. Die Supermärkte setzen verstärkt auf Bio, Regionalität und Gesundheit, während die Discounter insbesondere ihr Frische- und Markenangebot ausgebaut haben. Das Trading-up hat sich in Form wachsender Marktanteile und der Rückgewinnung jüngerer Konsumenten niedergeschlagen.

Abbildung 4: Gründe für die Wahl des Betriebstyps



Quelle: HDE / IFH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung, 719 ≤ n ≤ 1.176), BBE-Darstellung 2020

Der Markenkern der Supermärkte ist das umfassende Lebensmittelangebot mit Spezialitäten und unterschiedlichen Angebotsniveaus in Verbindung mit Aufenthaltsqualität und Serviceangeboten. Das „Trading-up“ im Lebensmitteleinzelhandel hat dazu geführt, dass die Verbraucher auch im Discountmarkt eine ansprechende Aufenthaltsqualität und ausreichende Auswahl z. B. an Bio-, Frische- und Markenwaren

erwarten. Für die Discountmärkte steht dabei nach wie vor der Preis im Mittelpunkt der Vermarktungsstrategie, sodass z. B. mit dem Ausbau des Angebotes von Markenartikeln auch der Preis als Profilierung dient. Die Preiswürdigkeit lässt sich besonders gut mit Produkten dokumentieren, die der Kunde als Markenprodukt schon aus dem Supermarkt kennt.

Die positive Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel geht mit einem Bedeutungszuwachs des Faktors Wohnortnähe einher. Im Durchschnitt können die deutschen Verbraucher innerhalb von fünf Fahrminuten bereits 5 - 6 Geschäfte erreichen. Angesichts der demografischen Rahmenbedingungen wird der Aspekt der Nähe zum Kunden bei der Standortwahl in den nächsten Jahren weiter an Bedeutung gewinnen.⁶

2.3 Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln

Im Gegensatz zu der Onlineentwicklung im Nonfood-Handel weist der Lebensmittelbereich immer noch nur geringe Steigerungsraten auf. Aktuell liegt der Onlineanteil mit Nahrungs- und Genussmitteln bei ca. 1,1 % des Umsatzes. Hintergrund ist, dass bislang kein wirtschaftlich tragfähiges Konzept für den Onlinehandel mit Lebensmitteln existiert. Erprobt werden gleichermaßen die Lieferung an die Haustür der Kunden, Click & Collect oder Zustellung an verkehrsgünstig gelegene Abholstationen. Die Zustellung von Lebensmitteln ist jedoch zeit- und kostenaufwendig, sodass auch für die nahe Zukunft nicht mit einem Durchbruch des Onlinehandels mit Lebensmitteln gerechnet wird.

Aktuell beschränkt sich das Onlineangebot hauptsächlich auf „haltbare Lebensmittel“; so werden z. B. relativ hohe Marktanteile von ca. 5,6 % bei Wein / Sekt erzielt. Mit einem Umsatzanteil von rd. 46 % an den Online-Umsätzen von 59 Mrd. € mit Lebensmitteln ist Amazon aktuell mit deutlichem Abstand Marktführer.⁷

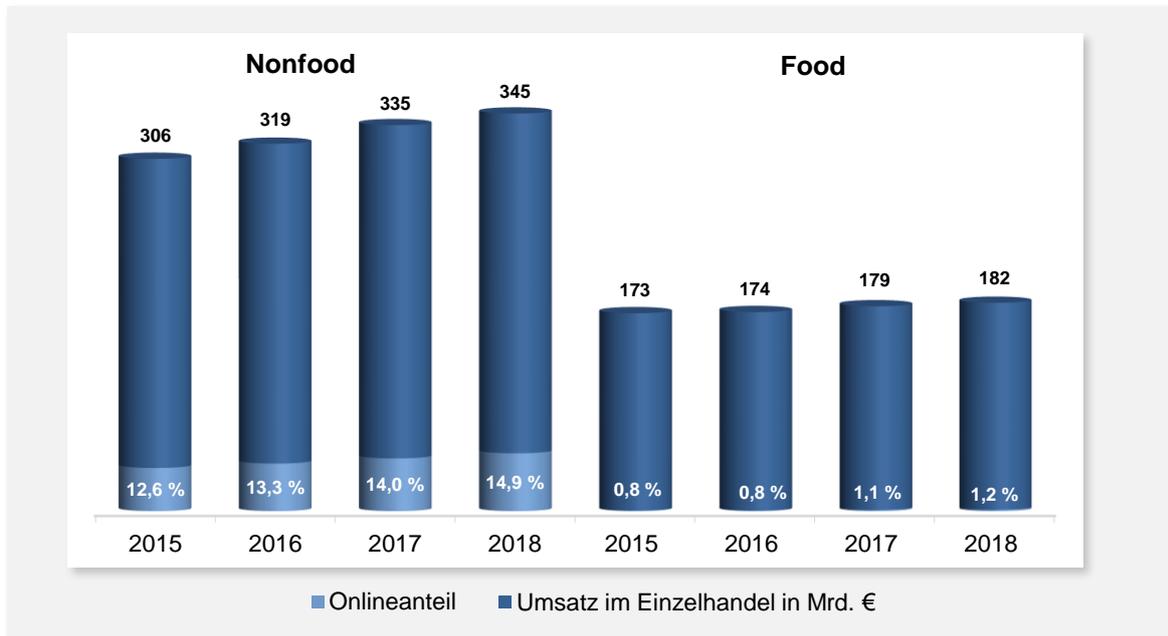
Der wöchentliche Umsatz des (stationären) Lebensmitteleinzelhandels ist – abgesehen von Spitzenwerten vor Weihnachten, Ostern und Pfingsten – im Jahresverlauf relativ konstant und liegt bei ca. 2,67 Mrd. €. ⁸ Der Lebensmitteleinzelhandel ist damit wichtiger Bestandteil der regelmäßigen Grundversorgung der Bevölkerung. Eine differenzierte und gut erreichbare Nahversorgung ist wesentlicher Bestandteil von Lebens- und Wohnqualität. Dabei messen die Verbraucher auch der Angebotsvielfalt eine hohe Bedeutung bei. Im Ergebnis setzt der stationäre Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland hinsichtlich Preis, Verfügbarkeit und Erreichbarkeit für den Onlinehandel sehr hohe Rentabilitätsschwellen.

⁶ Vgl. Habona-Report 2018, Seite 41

⁷ Vgl. HDE / IFH Handelsreport Lebensmittel 2018

⁸ Vgl. Nielsen, Wöchentlicher LEH-Umsatz 2018, KW 43 /2017 – 42 /2018

Abbildung 5: Onlineanteil Food / Nonfood am Einzelhandel



Quelle: HDE-Online-Monitor 2019 (Onlineanteil in %), BBE-Darstellung 2020

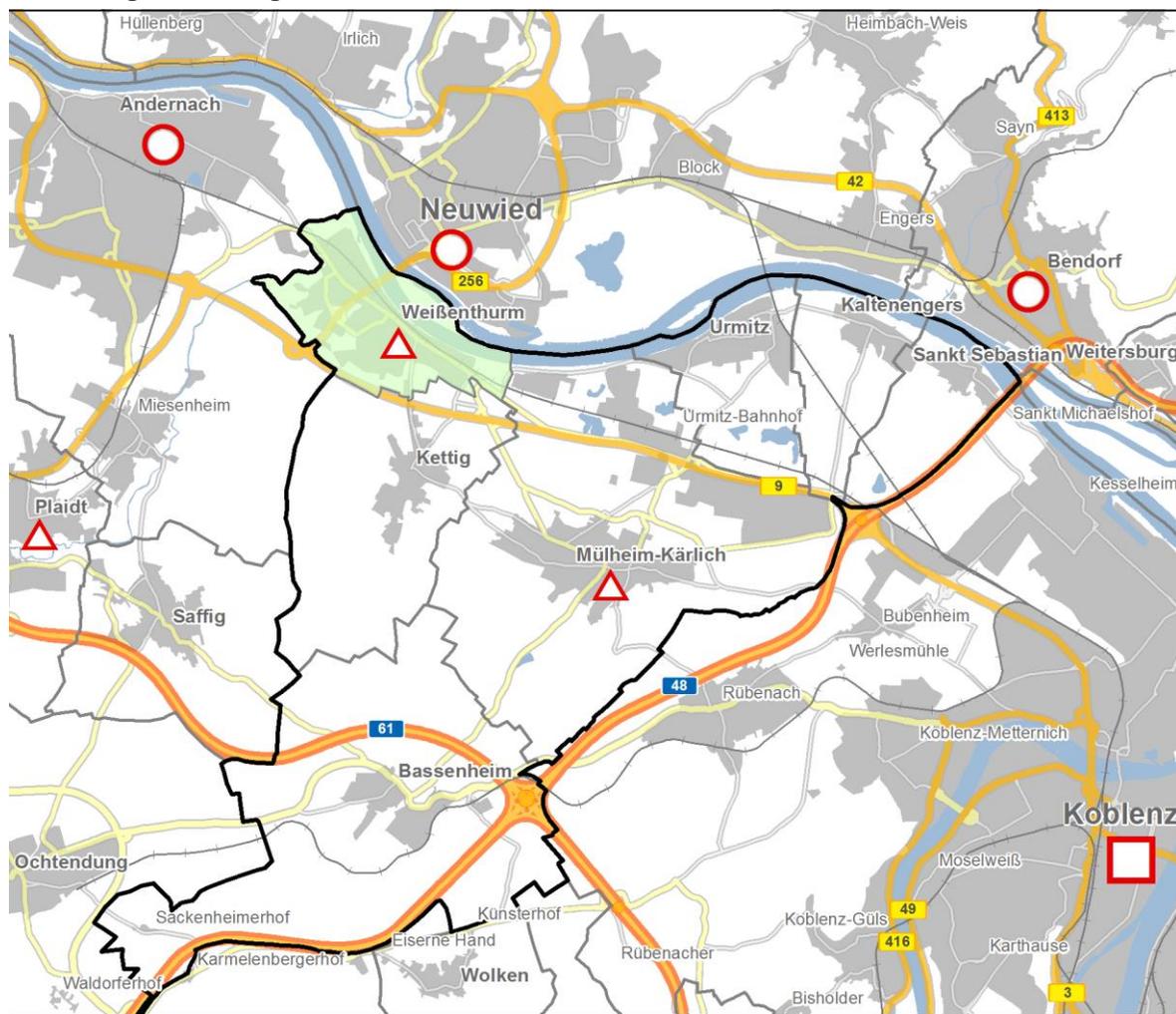
3 Standortseitige Aspekte

3.1 Makrostandort

Lage und zentralörtliche Funktion

Weißenthurm ist eine Stadt im Landkreis Mayen-Koblenz in Rheinland-Pfalz. Sie gehört der gleichnamigen Verbandsgemeinde (VG) an und ist deren Verwaltungssitz. Neben der Stadt Weißenthurm zählen die Stadt Mülheim-Kärlich sowie die fünf Ortsgemeinden Bassenheim, Kaltenengers, Kettig, St. Sebastian und Urmitz zur VG Weißenthurm.

Abbildung 6: Lage im Raum und zentralörtliche Funktion



Zentralörtliche Gliederung

- Oberzentrum
- Mittelzentrum
- △ Grundzentrum



0 0,5 1 2 Kilometer

Kartengrundlage: 2012 Nexiga, TomTom

Quelle: Eigene Darstellung

Auswirkungsanalyse • Ansiedlung Supermarkt • Stadt Weißenthurm

Im Süden grenzt die Stadt Weißenthurm an die Gemeinde Kettig, im Westen an die Stadt Andernach und im Osten an die Stadt Mülheim-Kärlich. Durch den Rhein getrennt, grenzt Weißenthurm im Norden zudem an die Stadt Neuwied.

Im Landesentwicklungsprogramm (LEP IV) Rheinland-Pfalz ist die Stadt Weißenthurm, in der gegenwärtig rd. 9.190 Einwohner⁹ wohnen, als Grundzentrum ausgewiesen. Aus Sicht der Landesplanung soll die Kommune im Bereich des Einzelhandels somit insbesondere ein umfassendes Angebot zur Sicherung des täglichen Bedarfs der Wohnbevölkerung im Stadtgebiet und auch in den angrenzenden Ortsgemeinden sicherstellen.

Umliegende Mittelzentren sind im Westen die Stadt Andernach sowie auf der anderen Rheinseite im Norden die Stadt Neuwied und im Nordosten die Stadt Bendorf. Die nächstgelegenen Grundzentren sind im Osten die Stadt Mülheim-Kärlich und im Südwesten die Ortsgemeinde Plaidt. Die im Südosten gelegene Stadt Koblenz ist das Oberzentrum der Region.

Erreichbarkeit und Verkehr

Die Stadt Weißenthurm verfügt mit zwei Bundesstraßen (B 9, B 256) über eine gute Verkehrsanbindung. Hierbei durchquert die B 256 das Stadtgebiet mittig in Nord-Süd-Richtung und gewährleistet über die Rheinbrücke eine Anbindung an die Stadt Neuwied. Die B 9 tangiert das Stadtgebiet im Süden und stellt eine wichtige Verbindungsfunktion zu den Nachbarstädten Andernach und Mülheim-Kärlich sowie zur östlich gelegenen Bundesautobahn A 48 (Anschlussstelle Koblenz-Nord) her.

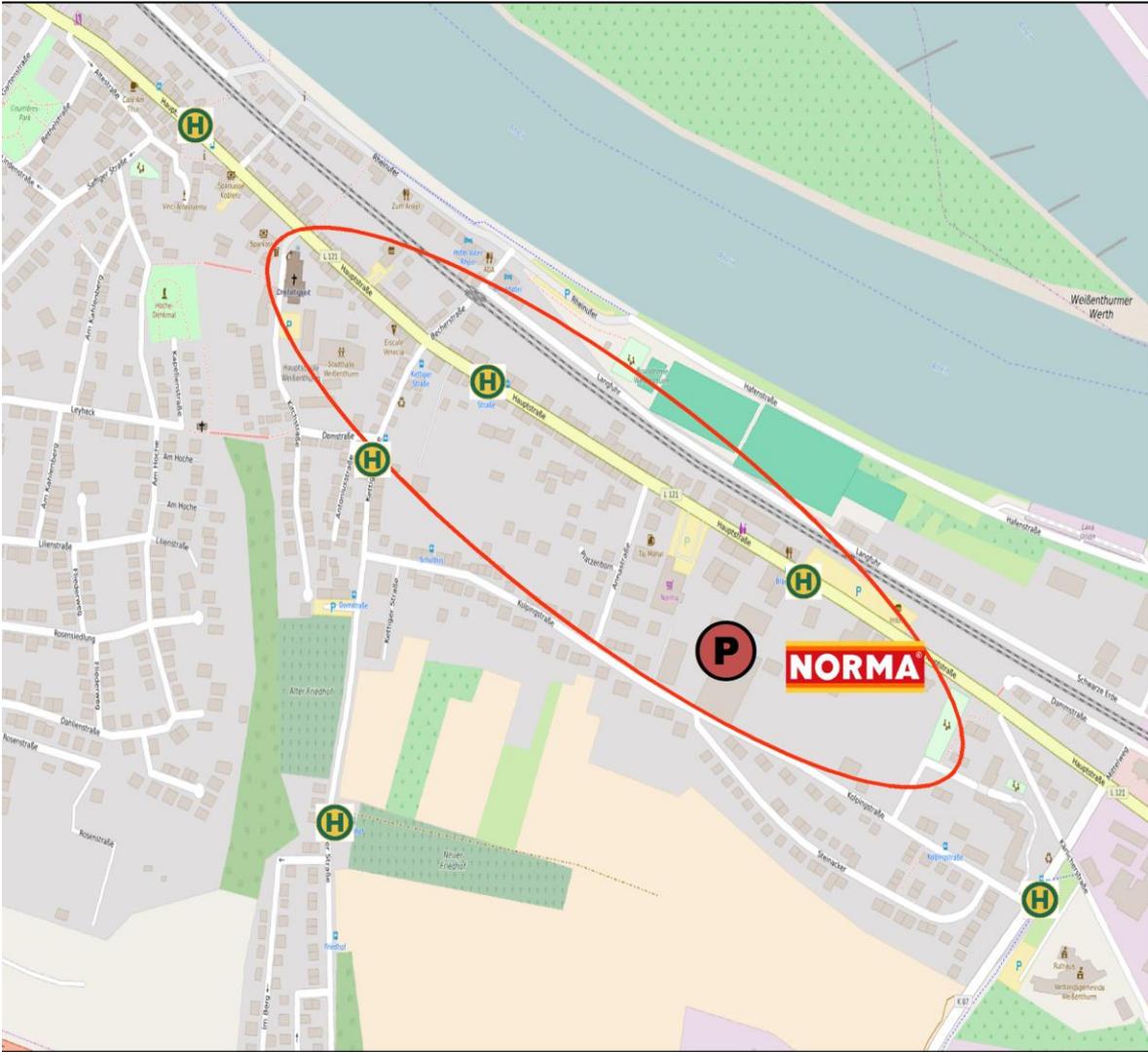
⁹ Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Stand: 31.12.2020 (nur Hauptwohnsitze)

3.2 Mikrostandort

Lage der Projektgrundstücke und Nutzungsumfeld

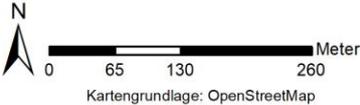
Der Planstandort liegt südlich der Hauptstraße im Osten des Stadtgebietes von Weißenthurm. Bisher wurde das Areal von der ehemaligen Schultheis-Brauerei genutzt.

Abbildung 7: Mikrostandort



Mikrostandort

-  Projektstandort
-  „Zentraler Versorgungsbereich in Entwicklung“
-  Bushaltestellen



Quelle: eigene Darstellung

Auswirkungsanalyse • Ansiedlung Supermarkt • Stadt Weißenthurm

Im Osten grenzt das Planareal an einen Norma-Lebensmitteldiscountmarkt und im Westen an das Jobcenter Mayen-Koblenz. Auf einer nördlich angrenzenden Fläche soll perspektivisch zudem ein Kindergarten errichtet werden. Das weitere Standortumfeld wird im Wesentlichen durch Wohnnutzungen in Ergänzung um kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen geprägt.

Verkehrsanbindung des Planstandortes

Das Planareal liegt verkehrsgünstig an der Hauptstraße (L 121), die das Stadtgebiet von südöstlicher in nordwestlicher Richtung durchläuft und als wichtige Erschließungsstraße innerhalb der Stadt Weißenthurm dient.

In fußläufiger Entfernung zum Vorhabenstandort befinden sich Bushaltepunkte, sodass eine Anbindung an das Busliniennetz besteht. Auch eine fußläufige Erreichbarkeit des Standortes aus den umliegenden Wohngebieten ist gegeben.

Funktionale Lage und Einordnung des Planvorhabens in das Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Verbandsgemeinde Weißenthurm

Gemäß Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Verbandsgemeinde Weißenthurm aus dem Jahr 2011 verfügt das Grundzentrum Weißenthurm derzeit über keinen vollwertigen zentralen Versorgungsbereich. So konnte mit der Analyse der Einzelhandelssituation aufgezeigt werden, dass die Ortsmitte von Weißenthurm nur einen lückenhaften und kleinflächigen Einzelhandelsbesatz entlang der Hauptstraße aufweist, sodass der Ortsmitte die Funktion eines zentralen Versorgungsbereiches abgesprochen wurde. Aus städtebaulicher Sicht sollte jedoch das Ziel verfolgt werden, die Ortsmitte funktional zu stärken und insbesondere künftige Einzelhandelsentwicklungen auf die Ortsmitte Weißenthurm zu lenken. Vor diesem Hintergrund wird im Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept vorgeschlagen, der Ortsmitte Weißenthurm die Funktion eines auszubauenden zentralen Versorgungsbereiches zuzuweisen.

Im kommunalen Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept der VG Weißenthurm, das zurzeit im Auftrag der Verbandsgemeindeverwaltung von der BBE Handelsberatung GmbH fortgeschrieben wird, wird die Ortsmitte von Weißenthurm als „Zentraler Versorgungsbereich in Entwicklung“ eingestuft. In diesem Zusammenhang wird berücksichtigt, dass der Norma-Markt seit der letzten Untersuchung kleinräumig verlagert und von rd. 550 m² auf rd. 1.000 m² Verkaufsfläche erweitert wurde, womit eine Festigung und Stärkung der Versorgungsfunktionen der Ortsmitte einhergegangen sind.

Zum Ausbau der Ortsmitte zu einem vollwertigen zentralen Versorgungsbereich wird in der Fortschreibung des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes der VG Weißenthurm an dem Ziel festgehalten, die Ortsmitte funktional zu stärken und insbesondere künftige (großflächige) Einzelhandelsentwicklungen auf die Ortsmitte Weißenthurm zwischen Wilhelm-Schultheis-Straße im Südosten und der Kirchstraße im Nordwesten zu lenken.

Der Planstandort („Schultheis-Areal“) befindet sich in östlicher Randlage des „Zentralen Versorgungsbereiches in Entwicklung“, d. h., in der Ortsmitte von Weißenthurm und wird in der Fortschreibung des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes als Entwicklungsbereich für die Ansiedlung größerer Einzelhandelsnutzungen vorgeschlagen.

Im Rahmen des Planvorhabens soll ein Rewe-Supermarkt mit bis zu 2.000 m² Verkaufsfläche angesiedelt werden. Zudem ist auf einer nördlich angrenzenden Fläche die Errichtung eines Kindergartens geplant. Bei dem geplanten Rewe-Supermarkt handelt es sich um einen Einzelhandelsbetrieb mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment.

Auswirkungsanalyse • Ansiedlung Supermarkt • Stadt Weißenthurm

Da das Planvorhaben als wichtiger Beitrag zum Ausbau des zentralen Versorgungsbereiches der Ortsmitte von Weißenthurm anzusehen ist, ist das Planvorhaben mit dem Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Verbandsgemeinde Weißenthurm aus dem Jahr 2011 und mit dessen Fortschreibung kompatibel.

4 Projektrelevante Wettbewerbssituation in der Stadt Weißenthurm und in den Nachbarkommunen

Um Aussagen über die wettbewerblichen Rahmenbedingungen sowie mögliche durch die in Weißenthurm geplante Ansiedlung eines Rewe-Supermarktes hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen treffen zu können, ist eine Betrachtung der Angebotsstrukturen im Standortumfeld des Planvorhabens erforderlich.

Die Wettbewerbssituation wird in den projektierten nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) wesentlich durch die Lebensmittelmärkte geprägt, während der kleinteilige Einzelhandel (Lebensmittelfachgeschäfte) nur in begrenztem Maße von der Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes betroffen sein wird. Dies resultiert daraus, dass Systemwettbewerber (= Discountmärkte, Supermärkte, Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser) als Betriebe, die dem Versorgungseinkauf dienen und eine große Sortimentsüberschneidung mit dem Vorhaben aufweisen, in einen stärkeren Wettbewerb mit dem Vorhaben treten als das Lebensmittelhandwerk oder spezialisierte Lebensmittel-fachgeschäfte (z. B. Weinhändler, Obst- und Gemüsehändler) bzw. der sonstige Fachhandel.

Die Analyse der Wettbewerbssituation trägt diesem Umstand Rechnung, sodass in erster Linie die strukturprägenden Lebensmittelanbieter im Untersuchungsgebiet, das sich auf das Stadtgebiet von Weißenthurm, die Stadt Mülheim-Kärlich und die Gemeinde Kettig sowie die an Weißenthurm angrenzenden Siedlungsbereiche der Städte Andernach und Neuwied konzentriert, betrachtet werden.

Alle relevanten Wettbewerber im Untersuchungsraum wurden von BBE-Mitarbeitern differenziert nach Standort, Verkaufsfläche sowie Sortimentsschwerpunkt erhoben. Die Erhebungsergebnisse werden im Folgenden zusammengefasst dargestellt.

4.1 Projektrelevante Angebotsstrukturen in der Stadt Weißenthurm

In der Stadt Weißenthurm sind als strukturprägende Anbieter die Lebensmitteldiscounter Norma, Netto und Aldi Süd ansässig. Ein Vollsortimenter ist seit der Schließung des Rewe-Supermarktes am Standort Stierweg im Jahr 2015 in der Stadt Weißenthurm nicht mehr vorhanden.

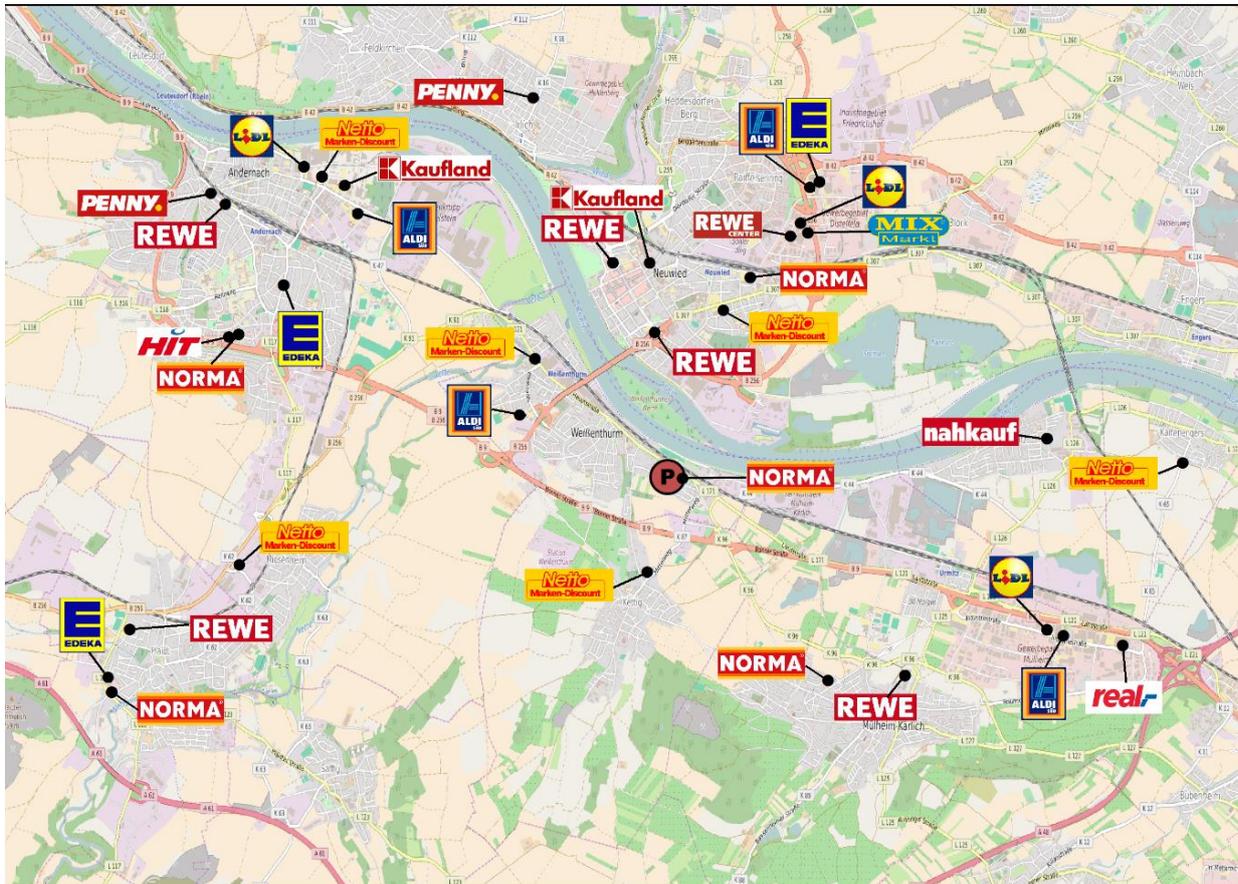
Die Norma-Filiale ist im östlichen Bereich des historischen Ortskerns von Weißenthurm („Zentraler Versorgungsbereich in Entwicklung“) in unmittelbarer Nähe des Planareals ansässig.

Bei dem **Norma-Lebensmitteldiscountmarkt** handelt es sich um einen modernen Markt mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.000 m².¹⁰ Einzelne kleinteilige Anbieter des Lebensmittelhandwerks (v. a. Bäckereien) runden das nahversorgungsrelevante Angebot in der Ortsmitte von Weißenthurm ab.

Die Ortsmitte von Weißenthurm soll gemäß Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept zu einem funktionsfähigen zentralen Versorgungsbereich ausgebaut werden. Innerhalb des Ortskerns fungiert der Norma-Lebensmitteldiscountmarkt als wichtigster Nahversorger und Frequenzbringer / Magnetbetrieb.

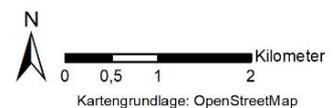
¹⁰ Der Norma-Markt wurde in der jüngeren Vergangenheit kleinräumig verlagert und von rd. 550 m² auf rd. 1.000 m² Verkaufsfläche erweitert.

Abbildung 8: Lebensmittelmärkte im Standortumfeld des Planvorhabens



Projektrelevante Wettbewerbsbetriebe

P Projektstandort



Quelle: eigene Darstellung

Der **Lebensmitteldiscounter Netto** (rd. 800 m² VKF), der in rd. 2 Kilometern nordwestlicher Entfernung zum Planvorhaben ansässig ist, ist am westlichen Ortsrand von Weißenthurm neben einem Rossmann-Drogeriemarkt als weiterem Nahversorgungsmarkt, einem KIK-Textildiscount, einem Optiker und einem Spielcasino innerhalb des Nette-Centers ansässig. Es handelt sich um einen modernen Lebensmittelmarkt mit ausreichenden vorgelagerten Pkw-Stellplätzen in siedlungsintegrierter Lage.

Ein weiterer Lebensmittelmarkt in Weißenthurm ist der in rd. 2 Kilometern Entfernung zum Planvorhaben ansässige **Aldi Süd-Lebensmitteldiscountmarkt**. Zudem befinden sich in diesem Standortbereich ein Getränkemarkt (Getränkemarkt) und eine Bäckerei.

4.2 Projektrelevante Wettbewerbssituation außerhalb der Stadt Weißenthurm

Außerhalb der Stadt Weißenthurm sind im Rahmen der Wettbewerbsanalyse die nächstgelegenen Wettbewerber zu berücksichtigen. Diese befinden sich in der Stadt Mülheim-Kärlich und der Gemeinde Kettig sowie in den an Weißenthurm angrenzenden Siedlungsbereichen der Städte Andernach und Neuwied.

Stadt Mülheim-Kärlich

In der Stadt Mülheim-Kärlich, die im Osten an die Stadt Weißenthurm angrenzt, konzentrieren sich die Nahversorgungsangebote insbesondere innerhalb des Gewerbeparks Mülheim-Kärlich. Dagegen sind in der Ortsmitte von Mülheim-Kärlich, die einen auszubauenden zentralen Versorgungsbereich darstellt, neben öffentlichen Einrichtungen, Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben, Filialen der Sparkasse und der Volksbank sowie kirchlichen Einrichtungen nur wenige kleinflächige Einzelhandelsbetriebe lokalisiert. Ein Lebensmittelmarkt, der als Wettbewerber zum Planvorhaben in Weißenthurm bewertet werden kann, ist in der Ortsmitte von Mülheim-Kärlich nicht ansässig.

Innerhalb des Gewerbeparks Mülheim-Kärlich in rd. 6 Kilometern östlicher Entfernung zum Planvorhaben sind als Hauptwettbewerber ein **Real-SB-Warenhaus** (rd. 6.700 m² VKF) sowie die beiden Lebensmittel-discountmärkte **Aldi Süd** (rd. 1.100 m² VKF) und **Lidl** (rd. 1.100 m² VKF) verortet. Ergänzt wird das nahversorgungsrelevante Angebot insbesondere durch Getränkemarkte (Trinkgut, Der Getränkespezialist), einen Drogeriemarkt (dm) und Lebensmittel-Outlets (De Beukelaer Factory Outlet, Storck Welt Outlet und Bahlsen Outlet).

Aktuelle Planungen sehen innerhalb des Gewerbeparks Mülheim-Kärlich vor, den heute bereits auf dem Eckgrundstück Industriestraße / Am Hohen Stein ansässigen Möbel Boss-Mitnahmemarkt abzureißen und auf einem Nachbargrundstück neu zu errichten. Weiterhin soll der Gebäudekomplex des neuen Möbel Boss-Marktes um einen Fliesenfachmarkt und einen Fachmarkt für Bad- und Sanitärartikel ergänzt werden. Auf dem frei werdenden Grundstück soll anschließend ein Rewe-Supermarkt mit Getränkemarkt (max. 2.500 m² VKF) neu gebaut werden. Darüber hinaus wird für dieses Grundstück eine Einzelhandelsnutzung mit den Sortimenten Bekleidung und Schuhe diskutiert.

Da der Supermarkt auf dem heutigen Boss-Grundstück auch ohne Bebauungsplan-Änderung zulässig wäre, wird auch das Rewe-Vorhabens in Mülheim-Kärlich in vorliegender Auswirkungsanalyse als Bestand berücksichtigt.

Außerhalb des Gewerbeparks Mülheim-Kärlich befinden sich im Stadtgebiet in siedlungsintegrierter Lage die Lebensmittelmärkte **Rewe** (Supermarkt, rd. 1.600 m² VKF) und **Norma** (Lebensmitteldiscountmarkt, rd. 850 m² VKF). Beide Märkte verfügen über einen Bäcker als Konzessionär und ausreichende Pkw-Stellplätze für ihre Kunden.

In der Ortsmitte Mülheim-Kärlich, die das Einzelhandelskonzept der Verbandsgemeinde Weißenthurm als auszubauenden zentralen Versorgungsbereich definiert, sind neben öffentlichen Einrichtungen, Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben, Filialen der Sparkasse und der Volksbank sowie kirchlichen Einrichtungen nur wenige kleinflächige Einzelhandelsbetriebe lokalisiert. Diese bilden im Bereich der Kapellenstraße, Kärlicher Straße und Ringstraße einen allenfalls leicht verdichteten Streubesatz. Ein Lebensmittelmarkt, der als Wettbewerber des Planvorhabens fungieren könnte, ist in der Ortsmitte von Mülheim-Kärlich dagegen nicht ansässig.

Auswirkungsanalyse • Ansiedlung Supermarkt • Stadt Weißenthurm

Das oben aufgeführte Angebot in Mülheim-Kärlich – insbesondere das Angebot im Gewerbepark Mülheim-Kärlich – strahlt über die Stadtgrenzen hinaus auf die gesamte Verbandsgemeinde aus. Da keine andere Kommune innerhalb der VG Weißenthurm über eine so hohe Dichte an Lebensmittelmärkten verfügt, wird die Stadt Mülheim-Kärlich von umfangreichen Kaufkraftzuflüssen auch aus den sonstigen Kommunen der VG Weißenthurm profitieren.

Gemeinde Kettig

In der Gemeinde Kettig werden sich die Wettbewerbswirkungen des Planvorhabens auf einen **Netto-Lebensmitteldiscountmarkt** (rd. 1.000 m² VKF inkl. Bäckerei als Konzessionär) in rd. 1,5 Kilometern südlicher Entfernung zum Planvorhaben konzentrieren. Der am Mittelweg erst Ende 2018 eröffnete Discounter ist der einzige Lebensmittelmarkt in der Gemeinde Kettig.

Stadt Andernach

Aufgrund der hohen Dichte an großflächigen Einzelhandelsbetrieben und der guten verkehrlichen Anbindung ist in der Stadt Andernach der Standortbereich Koblenzer Straße / Füllscheuerweg in rd. 5 Kilometern nördlicher Entfernung zum Planvorhaben untersuchungsrelevant.

Im Standortbereich Koblenzer Straße / Füllscheuerweg sind mit den Anbietern Kaufland-SB-Warenhaus („Andernacher Einkaufswelt“, rd. 5.100 m² VKF) sowie den Lebensmitteldiscountmärkten Netto (rd. 930 m² VKF), Lidl (rd. 1.030 m² VKF) und Aldi Süd (rd. 850 m² VKF) mehrere projektrelevante Einzelhandelsbetriebe vorzufinden, die zusammen einen über die Stadtgrenze von Andernach ausstrahlenden Versorgungsstandort bilden.

Stadt Neuwied

In der Stadt Neuwied ist der Kernstadtbereich, der sich unweit des Rheinufers befindet, untersuchungsrelevant.

Im rd. 6 km nördlich vom Planvorhaben gelegenen Hauptzentrum von Neuwied sind neben größeren Kaufhäusern (u. a. C & A, H & M, Adler, MediaMarkt, Thalia, Woolworth, Intersport), sonstigen Filialbetrieben (u. a. Douglas, Esprit, Deichmann, Depot, Kodi, McPaper) und zahlreichen Fachgeschäften auch mehrere Anbieter nahversorgungsrelevanter Sortimente vorzufinden.

Zu den größten innerstädtischen Nahversorgungsbetrieben zählt ein in der Neuwied-Galerie gelegenes Kaufland-SB-Warenhaus mit knapp 5.000 m² Verkaufsfläche sowie ein moderner, rd. 1.000 m² Verkaufsfläche-großer Rewe-Supermarkt an der Langendorfer Straße. Darüber hinaus sind mit dem rd. 3.000 m² großen Drogeriekaufhaus Müller sowie den Filialen von Rossmann und dm insgesamt drei Drogeriemärkte als weitere strukturprägende Anbieter nahversorgungsrelevanter Sortimente im Stadtzentrum vorzufinden.

Ergänzt wird das innerstädtische Nahversorgungsangebot von kleineren Spezialisten (u. a. Reformhaus, Obst- und Gemüse) sowie mehreren Ladenhandwerksbetrieben (Bäcker / Metzger).

Außerhalb des Stadtzentrums sind im Kernstadtbereich ein weiterer Rewe-Supermarkt (Langendorfer Straße; rd. 1.700 m² VKF) sowie ein Netto-Markt an der Engerser Landstraße untersuchungsrelevant.

4.3 Fazit der Wettbewerbsanalyse

In der Stadt Weißenthurm wird die Nahversorgung derzeit im Wesentlichen durch drei Lebensmitteldiscountmärkte und einen Drogeriemarkt getragen. Ein Vollsortimenter ist seit der Schließung des Rewe-Supermarktes am Standort Stierweg im Jahr 2015 in der Stadt Weißenthurm nicht mehr ansässig.

Die Nahversorgungsmärkte konzentrieren sich auf die drei Funktionsbereiche historischen Ortskern / „Zentraler Versorgungsbereich in Entwicklung“ (Norma), „Nette Center“ (Netto, Rossmann) und Standortverbund „Stierweg“ (Aldi Süd).

Bei einer separaten Betrachtung der nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren ergibt sich eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 2.850 m², auf der ein jährlicher Umsatz von insgesamt rd. 14,9 Mio. € erwirtschaftet wird.

Eine Gegenüberstellung des in der Stadt Weißenthurm im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel erwirtschafteten Umsatzes (rd. 14,9 Mio. €) und des im Stadtgebiet vorliegenden sortimentsbezogenen Nachfragepotenzials (rd. 19,1 Mio. €) ergibt eine Zentralität von rd. 78 %. Somit liegt der Gesamtumsatz rd. 22 % unter dem im Stadtgebiet vorhandenen Kaufkraftpotenzial und es sind per Saldo höhere Kaufkraftabflüsse bei Nahrungs- und Genussmitteln (per Saldo rd. 4,2 Mio. €) festzustellen.

Vor dem Hintergrund der derzeitigen Kaufkraftabflüsse aus dem Weißenthurmer Stadtgebiet und aufgrund ausgeprägter Pendlerbeziehungen mit den Nachbarkommunen sind neben den Lebensmittelmärkten in der Stadt Weißenthurm zudem insbesondere die Lebensmittelmärkte in den Nachbarkommunen wettbewerbsrelevant. Diese Hauptwettbewerber befinden sich zum Großteil außerhalb zentraler Versorgungsbereiche.

Die folgende Tabelle fasst die Verkaufsflächen und Umsatzleistungen der für das Planvorhaben primär wettbewerbsrelevanten Wettbewerber zusammen.

Neben den Hauptwettbewerbern ist weiterhin auf mehrere Anbieter des Lebensmittelhandwerks und Spezialanbieter hinzuweisen. Da die Anbieter des Lebensmittelhandwerks und die Spezialanbieter jedoch jeweils nur über eine geringe Verkaufsfläche (unter 200 m²) verfügen bzw. nur Ausschnitte des Lebensmittelsortiments führen, sind sie als Wettbewerber nur nachrangig einzustufen.

Abbildung 9: Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet

Standort	Sortiment	Verkaufsfläche*	Umsatz*
		in m ²	in Mio. €
Stadt Weißenthurm, davon		3.925	20,2
■	„ZVB in Entwicklung“ (Norma)	1.000	3,3
■	Nette-Center (Netto, Rossmann)	1.350	6,4
■	Standortverbund „Stierweg“ (Aldi Süd, Getränkemarkt)	1.575	10,5
Stadt Mülheim-Kärlich, davon		13.850	69,0
■	Gewerbepark (Real, Aldi Süd, Lidl, Rewe)	11.400	59,6
■	Sonstige Standorte (Rewe, Norma)	2.450	9,4
■	Ortsmitte	-	-
Gemeinde Kettig, davon		1.000	4,5
■	Netto, Mittelweg	1.000	4,5
Stadt Andernach, davon		7.900	45,5
■	Agglomeration Koblenzer Straße (Kaufland, Aldi Süd, Lidl, Netto)	7.900	45,5
Stadt Neuwied, davon		8.350	38,5
■	HZ Innenstadt (Rewe, Kaufland)	5.900	27,8
■	Sonstige Kernstadt (Rewe, Netto)	2.450	10,7
Summe		35.025	177,7

* Verkaufsflächen bzw. Umsätze der Hauptwettbewerber inkl. Nonfood-Sortimente
Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

5 Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung

5.1 Einzugsgebiet des Planvorhabens

Das Einzugsgebiet umfasst den Raum, in dem die Verbraucher überwiegend bzw. zu großen Teilen das Planvorhaben aufsuchen werden. Es stellt damit das Gebiet dar, in dem der geplante Supermarkt eine hohe Versorgungsbedeutung übernehmen wird.

Das Einzugsgebiet für das Untersuchungsobjekt wird unter Berücksichtigung der Angebots- und Nachfragesituation bestimmt. 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 Wegeaufwand¹¹
- 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
- die zentralörtliche Funktion der Stadt.

Ein Einzugsgebiet ist grundsätzlich nicht als statisches Gebilde anzusehen, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil eines Betriebes / Standortverbundes stammt. Darüber hinaus können diffuse Zuflüsse von außerhalb erwartet werden.

Für den geplanten Rewe-Supermarkt sind folgende Faktoren für die Reichweite des Kundenherkunftsbereiches von Bedeutung:

- Aufgrund des nahversorgungsbezogenen Angebotsschwerpunktes (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) des geplanten Supermarktes stellt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand grundsätzlich einen begrenzenden Faktor dar.

¹¹ Mit zunehmender Häufigkeit der Bedarfsdeckung und abnehmendem spezifischen Wert des nachgefragten Gutes nimmt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand ab. Demzufolge sind bei einem Angebot der Grundversorgung die Aktionsradien räumlich enger als bei Angeboten des längerfristigen Bedarfsbereichs (z. B. Möbelsortiment).

Auswirkungsanalyse • Ansiedlung Supermarkt • Stadt Weißenthurm

- Das Marktgebiet des geplanten Supermarktes wird sich maßgeblich an seiner Versorgungsfunktionen für die Stadt Weißenthurm orientieren und demnach in erster Linie die Bevölkerung innerhalb des Stadtgebietes ansprechen.
- Da in den meisten Nachbarkommunen umfangreiche Versorgungsstrukturen vorzufinden sind und sich die dort lebende Bevölkerung demnach wohnortnah versorgen kann, ist keine wesentliche Orientierung von außerhalb der Stadt Weißenthurm anzunehmen.
- Lediglich aus der Gemeinde Kettig, die im Süden an die Stadt Weißenthurm angrenzt und die nur über einen Netto-Lebensmitteldiscounter als wesentlichen Träger der Nahversorgung im Gemeindegebiet verfügt, sind nennenswerte überörtliche Kundenverflechtungen zu erwarten.

Vor allem aufgrund bestehender Wettbewerbsstrukturen, der Lage des Planvorhabens, zu erwartender Agglomerationseffekte, des Bevölkerungspotenzials im Standortumfeld und der Versorgungsfunktion des Planvorhabens lässt sich ein Einzugsgebiet mit drei Zonen unterschiedlicher Einkaufsintensitäten abgrenzen:

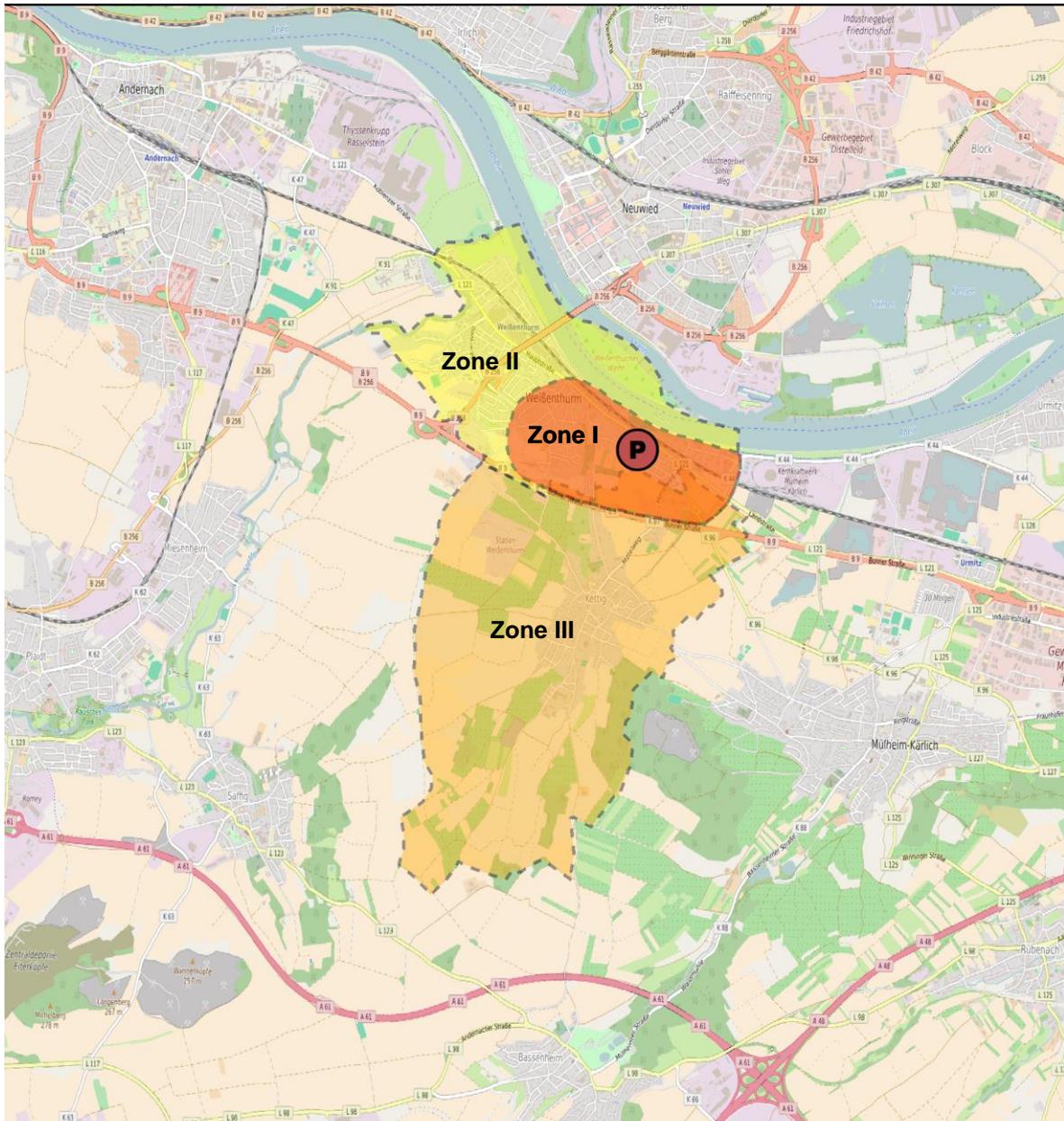
- Als **Zone I** mit der höchsten Einkaufsintensität wird der Nahbereich des Planvorhabens definiert. Dieser Bereich umfasst rd. 4.090 Einwohner.
- **Zone II** erstreckt sich auf das restliche Stadtgebiet von Weißenthurm. In Zone II leben rd. 5.100 Einwohner.
- **Zone III** umfasst die Gemeinde Kettig südlich von Weißenthurm mit rd. 3.360 Einwohnern.

Damit umfasst das Einzugsgebiet (siehe folgende Abbildung) ein **Bevölkerungspotenzial von insgesamt rd. 12.550 Einwohnern**.

Über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinaus sind in nachgeordnetem Maße zusätzlich Kunden von außerhalb zu erwarten. Diese werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als sog. „**diffuse Umsatzzuflüsse**“ berücksichtigt. Die diffusen Umsatzzuflüssen werden v. a. durch Einwohner aus den benachbarten Städten und Gemeinden, die in erster Linie über eigene umfassende Versorgungsstrukturen verfügen oder deutlich anderen Angebotsstandorten zugewandt sind, aber dennoch Zufallskäufe dort tätigen, sowie durch Berufspendler aus dem erweiterten Umland und Touristen erwirtschaftet.

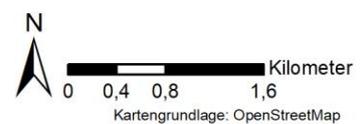
Da sich die Kaufkraftabschöpfung außerhalb des Einzugsgebiets auf einen vergleichsweise großen Raum bezieht, und die Kaufkraftabschöpfung hier so gering ist, dass diese nicht mehr exakt für diese Herkunftsgebiete prognostiziert werden kann, sind die Wohnorte dieser Kundengruppen nicht mehr zum Einzugsgebiet des Planvorhabens zu zählen.

Abbildung 10: Einzugsgebiet des Planvorhabens



Einzugsgebiet

- Projektstandort
- Zone I
- Zone II
- Zone III



Quelle: eigene Darstellung

5.2 Relevantes Nachfragevolumen im prognostizierten Einzugsgebiet

Das vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag von aktuell ca. 2.871 € für nahversorgungsrelevante Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren)¹², gewichtet mit der gemeindespezifischen Kaufkraftkennziffer.

Die Höhe der Kaufkraftkennziffer wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer stellt unabhängig von der Gemeindegröße das Verhältnis des in einer Kommune verfügbaren Nettoeinkommens zum Gesamteinkommen in Deutschland dar, welches für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht. Die Kaufkraftkennziffer für die nahversorgungsrelevanten Sortimente in der Stadt Weißenthurm liegt bei 82,6 und somit deutlich unter dem Bundesdurchschnitt (= 100,0).¹³ Auch die Gemeinde Kettig (96,6) weist eine unterdurchschnittliche Kaufkraftkennziffer auf.

Unter Berücksichtigung der erläuterten Parameter steht im abgegrenzten Einzugsgebiet ein Kaufkraftvolumen in Höhe von ca. 31,1 Mio. € im Jahr für die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren zur Verfügung.

Abbildung 11: Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet in den projektrelevanten Sortimenten

Einzugsgebiet	Kaufkraft
	in Mio. €
Zone I	9,7
Zone II	12,1
Zone III	9,3
Summe	31,1

Quelle: eigene Berechnungen unter Verwendung MB-Research-Kaufkraftkennzahlen für Sortimente 2021; Werte gerundet.

¹² Quelle: BBE / IFH-Verbrauchsausgaben 2021

¹³ Quelle: MB-Research, Kaufkraft nach Sortimenten 2021

5.3 Prognose der Marktanteile und Umsatzleistung des Planvorhabens

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

Unter Berücksichtigung der bestehenden Wettbewerbsstrukturen in der Stadt Weißenthurm und im weiteren Umland wird die zu erwartende Umsatzleistung des geplanten Einzelhandelsbetriebes ermittelt. Die Umsatzerwartung des Planvorhabens hängt zunächst von der Verkaufsflächengröße und von der Sortimentsaufteilung ab. Hinzu kommen aber auch die Gesamtattraktivität des Standortes sowie die standortbezogene Wettbewerbsintensität.

Der Umsatzprognose des Planvorhabens liegen folgende Annahmen zugrunde:

- Der Umsatz des Planvorhabens wird unter Berücksichtigung zu erwartender Agglomerationseffekte prognostiziert.
- Ausgehend von der Annahme, dass mit dem Vorhaben ein leistungsfähiges und attraktives Angebotsformat realisiert werden soll, wurden für den projektierten Nutzer überdurchschnittliche Flächenleistungen angenommen. Somit wird eine Worst-Case-Betrachtung durchgeführt.

In der folgenden Tabelle sind der Umsatz und die maximal erzielbare Kaufkraftbindungsquote für die nahversorgungsrelevanten Sortimente des geplanten **Supermarktes** im Einzugsgebiet dargestellt.

Die BBE-Gutachter gehen davon aus, dass der geplante Rewe-Supermarkt mit bis zu 2.000 m² Verkaufsfläche unter Berücksichtigung der Standortqualität, der Angebotssituation sowie des im Einzugsbereich vorhandenen Bevölkerungspotenzials eine Umsatzleistung von max. 8,3 Mio. € erzielen wird. Auf das nahversorgungsrelevante Kernsortiment entfallen hiervon rd. 7,6 Mio. € und auf die Randsortimente rd. 0,7 Mio. €.

Nach gutachterlicher Einschätzung kann der geplante Supermarkt hierbei max. 35 % der im Nahbereich (Zone I) vorhandenen nahversorgungsrelevanten Kaufkraft binden (rd. 3,3 Mio. €). Damit resultiert der zu erwartende Umsatz vor allem aus einer Kaufkraftbindung im näheren Umfeld des Planvorhabens. Aus dem weiteren Stadtgebiet von Weißenthurm wird ein Umsatz von rd. 2,3 Mio. € generiert, was hier mit einer Bindungsquote von rd. 20 % korrespondiert. Somit wird das Planvorhaben mit insgesamt rd. 5,6 Mio. € rd. 75 % seines nahversorgungsrelevanten Umsatzes mit Kunden aus der Stadt Weißenthurm generieren.

Zudem sind quantifizierbare Kaufkraftzuflüsse aus der Gemeinde Kettig (Zone III, ca. 1,2 Mio. €) zu verzeichnen, wodurch der geplante Supermarkt einen Umsatzanteil von rd. 15 % erwirtschaften wird.

Lediglich rd. 10 % des Umsatzes (rd. 0,8 Mio. €) werden aus dem weiteren Umland als Streuumsätze zufließen.

Abbildung 12: Prognose der Umsatzherkunft für den geplanten Supermarkt

Umsatzherkunft	relevantes Kaufkraftvolumen	erwartete Bindungsquoten	Umsatzerwartung	Kundenanteil
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Einzugsgebiet, davon:	31,1	22	6,8	90
■ Zone I	9,7	35	3,3	45
■ Zone II	12,1	20	2,3	30
■ Zone III	9,3	15	1,2	15
Diffuse Zuflüsse	. / .	. / .	0,8	10
Nahversorgungsrelevante Kernsortimente gesamt	. / .	. / .	7,6	100
Nonfood-Sortimente	. / .	. / .	0,7	. / .
Planvorhaben gesamt	. / .	. / .	8,3	. / .

Quelle: BBE-Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

Der geplante Supermarkt mit bis zu 2.000 m² Verkaufsfläche und einer zu erwartenden Umsatzleistung von max. 8,3 Mio. € erreicht somit voraussichtlich eine Flächenproduktivität von ca. 4.150 € je m² Verkaufsfläche.

Nach eigener Prognose kann der geplante Supermarkt somit einen Umsatz generieren, der über dem Durchschnitt des Rewe-Filialnetzes liegen wird. So generieren Rewe-Supermärkte in Deutschland eine durchschnittliche Flächenproduktivität von ca. 3.970 € je m² Verkaufsfläche und einen Durchschnittsumsatz von ca. 6,0 Mio. €. ¹⁴

¹⁴ Vgl. Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report – Germany 2020 / 2021

6 Umsatzumverteilungseffekte

Im vorherigen Abschnitt wurden die Umsätze und Abschöpfungsquoten im Einzugsgebiet des Vorhabens prognostiziert und somit dargelegt, welche Versorgungsbedeutung der Supermarkt nach seiner Errichtung übernehmen kann.

Im Hinblick auf die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ist der zu erwartende Umsatz der Projektplanung als maßgebliche Bewertungsgröße heranzuziehen, der Auslöser für Veränderungen von Kaufkraftströmen und in deren Folge für Auswirkungen auf bestehende Angebotsstrukturen sein kann.

Ausgehend vom Status quo werden die Veränderungen der Kaufkraftströme im Rahmen einer Kaufkraftstrom-Modellrechnung simuliert. Das Prognosemodell berücksichtigt folgende Faktoren:

- Einwohnerzahlen und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet,
- Zeitdistanzen im Einkaufsverkehr zwischen den Kundenwohnorten im Untersuchungsgebiet und den relevanten Wettbewerbsstandorten,
- Standorte, Dimension und Attraktivität der relevanten Wettbewerber,
- Agglomerationseffekte, die sich aufgrund der Lage im „Zentralen Versorgungsbereich in Entwicklung“, insbesondere mit der benachbarten Norma-Filiale, ergeben.

Auf der Basis dieses Prognosemodells können Aussagen darüber getroffen werden, welche Standorte bei Realisierung des Planvorhabens in welchem Umfang durch Umsatzeinbußen betroffen sein werden.

Im Rahmen der Prognose ist vorauszusetzen, dass der Umsatz, der im Realisierungsfall am Planstandort gebunden wird, zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht. Denn weder ein erweiterter noch ein neuer Anbieter vergrößert den verfügbaren "Kaufkraftkuchen", sondern sorgt lediglich für eine räumliche Umverteilung des Umsatzes. Dies ist grundsätzlich als ein rechtlich tolerierbarer Wettbewerbseffekt anzusehen; sollten aber die vom Vorhaben induzierte Umsatzverlagerung dazu führen, dass andere zentrale Versorgungsbereiche unzumutbar beeinträchtigt werden, könnten sich dadurch negative / städtebaulich relevante Auswirkungen ergeben und die Genehmigungsfähigkeit des Vorhabens infrage gestellt werden.

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

- 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 Planvorhabens in erster Linie größere Lebensmittelmärkte – insbesondere Supermärkte – 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.

Auswirkungsanalyse • Ansiedlung Supermarkt • Stadt Weißenthurm

Dieser Annahme liegt der Erfahrungswert zugrunde, dass für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben mit zunehmender Zeitdistanz und dem hiermit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird. Die Zeitdistanzempfindlichkeit der einzelnen Sortimente ist jedoch unterschiedlich und wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt.

So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs - wie z. B. Lebensmittel und Drogeriewaren - aufgrund des relativ niedrigen Warenwertes sowie der vergleichsweise hohen Einkaufsfrequenz eine hohe Zeitdistanzempfindlichkeit auf. Die Folge hiervon ist, dass bereits nach relativ geringer Zeitdistanz die Nachfrage nach diesen Gütern deutlich abnimmt.

- Wie im Rahmen der Angebots- und Wettbewerbsanalyse aufgezeigt wurde, zeigt die Ausstattung mit nahversorgungsrelevanten Anbietern gegenwärtig einen größeren Arrondierungsbedarf, was zu höheren Kaufkraftabflüssen aus dem Stadtgebiet führt.

Vor diesem Hintergrund ist davon auszugehen, dass die Ansiedlung eines modernen Supermarktes in der Stadt Weißenthurm zu einer deutlichen Reduzierung von derzeit noch abfließender Kaufkraft beitragen wird, was gleichzeitig zu Umsatzumverteilungen gegenüber Lebensmittelmärkten außerhalb der Stadt Weißenthurm führen wird.

Das eingesetzte Prognosemodell wurde bereits in zahlreichen Praxissituationen erprobt und verfeinert, sodass es zur Abschätzung der Auswirkungen von Einzelhandel auf die Kaufkraftbindung und die Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet geeignet erscheint.

Mit der Realisierung des Planvorhabens ist am Standort ein Umsatz von insgesamt max. 8,3 Mio. € zu erwarten. Nach Sortimenten entfallen hiervon rd. 7,6 Mio. € auf die nahversorgungsrelevanten Kernsortimente Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren und rd. 0,7 Mio. € auf die sonstigen Sortimente des geplanten Supermarktes.

Die vorstehenden Annahmen haben im Hinblick auf das Ansiedlungsvorhaben der Stadt Weißenthurm und den daraus zu erwartenden Umsatzverlagerungen folgende Konsequenzen:

Umverteilung in der Stadt Weißenthurm

Der geplanten Supermarkt wird in einen intensiven Wettbewerb zu den im Umfeld ansässigen Nahversorgern treten. Da sich die Wettbewerbswirkungen des geplanten Supermarktes in erster Linie gegen Lebensmittelmärkten mit vergleichbarer Marktpositionierung und Angebotsausrichtung richten werden, sind innerhalb der Stadt Weißenthurm intensivere Wettbewerbswirkungen lediglich gegenüber den Versorgungsstandorten „Zentraler Versorgungsbereich in Entwicklung“ (Norma), Nette-Center (Netto, Rossmann) und Standortverbund „Stierweg“ (Aldi Süd, Getränkemarkt) zu erwarten.

Insgesamt wird das Planvorhaben ca. 1,3 Mio. € seines Umsatzes durch Umsatzumlenkungen gegenüber den projektrelevanten Anbietern von Lebensmitteln und Drogeriewaren innerhalb der Stadt Weißenthurm generieren. Hierbei sind mit einer Umverteilungsquote von bis zu 8 % des derzeitigen Umsatzes die höchsten Umverteilungseffekte gegenüber dem Norma-Lebensmitteldiscountmarkt, der sich auf einem zum Planvorhaben benachbarten Grundstück ebenfalls im „Zentralen Versorgungsbereich in Entwicklung“ befindet, zu erwarten. Das Nette-Center und der Standortverbund „Stierweg“ werden mit einer Umverteilungsquote von max. 6 % des derzeitigen Umsatzes dagegen von einer geringeren Wettbewerbsverschärfung betroffen sein.

Abbildung 13: Umverteilungseffekte des Planvorhabens

Zentraler Versorgungsbereich / Standorte	Derzeitiger Wettbewerbsumsatz ¹		Umsatzumverteilung	
	in Mio. €		in Mio. €	%
Stadt Weißenthurm, davon	20,2	1,3	6	
■ „ZVB in Entwicklung“ (Norma)	3,3	0,3	8	
■ Nette-Center (Netto, Rossmann)	6,4	0,4	6	
■ Standortverbund „Stierweg“ (Aldi Süd, Getränkemarkt)	10,5	0,6	6	
Stadt Mülheim-Kärlich, davon	69,0	3,4	5	
■ Gewerbepark (Real, Aldi Süd, Lidl, Rewe-neu)	59,6	2,9	5	
■ Sonstige Standorte (Rewe, Norma)	9,4	0,5	5	
■ Ortsmitte	-	-	-	
Gemeinde Kettig, davon	4,5	0,3	7	
■ Netto, Mittelweg	4,5	0,3	7	
Stadt Andernach, davon	45,5	1,8	4	
■ Agglomeration Koblenzer Straße (Kaufland, Aldi Süd, Lidl, Netto)	45,5	1,8	4	
Stadt Neuwied, davon	38,5	1,2	3	
■ HZ Innenstadt (Rewe, Kaufland)	27,8	0,8	3	
■ Sonstige Kernstadt (Rewe, Netto)	10,7	0,4	4	
Untersuchungsraum gesamt	177,7	8,0	5	
Diffuse Umverteilung (sonstige Betriebe / Standorte)	. / .	0,3	. / .	
Umverteilungseffekte insgesamt	. / .	8,3	. / .	

¹ Umsätze der Hauptwettbewerber inkl. Nonfood-Sortimente
Quelle: BBE-Berechnungen 2021

Umverteilung außerhalb der Stadt Weißenthurm

Wie im Rahmen der Wettbewerbsanalyse aufgezeigt wurde, können die in der Stadt Weißenthurm ansässigen Nahversorgungsmärkte bei einem Umsatz von insgesamt rd. 14,9 Mio. € bei Nahrungs- und Genussmitteln lediglich 78 % des verfügbaren Kaufkraftpotenzials (ca. 19,1 Mio. €) binden. Da rd. 22 % des Kaufkraftpotenzials (rd. 4,2 Mio. €) nicht vor-Ort gebunden werden können, decken die Einwohner von Weißenthurm ihre Nachfrage nach Nahrungs- und Genussmitteln zu einem größeren Teil außerhalb des Stadtgebietes. Mit der Realisierung des Planvorhabens kann ein Teil der derzeit abfließenden örtlichen Kaufkraft zurückgewonnen werden.

Auswirkungsanalyse • Ansiedlung Supermarkt • Stadt Weißenthurm

Da Kaufkraftabflüsse aus der Stadt Weißenthurm insbesondere durch die Angebotsstrukturen in den Nachbarkommunen generiert werden, sind hier Wettbewerbswirkungen zu erwarten. Vor diesem Hintergrund wird das Planvorhaben ca. 7,0 Mio. € seines Umsatzes¹⁵ durch Umverteilungen außerhalb der Stadt Weißenthurm erwirtschaften.

Außerhalb der Stadt Weißenthurm sind die höchsten absoluten Umverteilungswirkungen gegenüber den Lebensmittelmärkten in den Nachbarstädten Mülheim-Kärlich und Andernach zu erwarten, da hier insbesondere die beiden dezentralen Einzelhandelsagglomerationen Gewerbepark Mülheim-Kärlich in der Stadt Mülheim-Kärlich und Standortbereich Koblenzer Straße in der Stadt Andernach derzeit wichtige ergänzende Versorgungsfunktionen für die Bevölkerung der Stadt Weißenthurm übernehmen. Weitere Umverteilungseffekte sind zudem in der Gemeinde Kettig und in der Stadt Neuwied zu erwarten. Diese hier durch das Planvorhaben induzierten absoluten Umverteilungen sind aber deutlich niedriger als in den Städten Mülheim-Kärlich und Andernach.

In der Stadt Mülheim-Kärlich ist insgesamt eine Umsatzumverteilung von max. 5 % des derzeitigen Umsatzes (max. 3,4 Mio. €) zu erwarten, von der mit einer Umverteilungsquote von max. 5 % insbesondere das Real-SB-Warenhaus sowie die beiden Lebensmitteldiscountmärkte Aldi Süd und Lidl im Gewerbepark Mülheim-Kärlich betroffen sein werden. Im sonstigen Stadtgebiet von Mülheim-Kärlich sind mit max. 5 % des derzeitigen Umsatzes (max. 0,5 Mio. €) ebenfalls noch quantifizierbare Umverteilungseffekte zu erwarten, wovon insbesondere der moderne Rewe-Supermarkt am Standort Bahnhofstraße 91 betroffen sein wird.

Darüber hinaus sind noch gegenüber der Gemeinde Kettig Wettbewerbswirkungen zu quantifizieren. Hiervon wird im Wesentlichen der Netto-Lebensmitteldiscountmarkt betroffen sein, der einen Umsatzverlust von max. 0,3 Mio. € bzw. 7 % seines derzeitigen Umsatzes hinzunehmen hätte.

In der Stadt Andernach orientiert sich die Weißenthurmer Bevölkerung derzeit insbesondere auf den Fachmarktstandort entlang der Koblenzer Straße. Vor diesem Hintergrund ist mit max. 4 % des derzeitigen Umsatzes hier ebenfalls noch von höheren Umsatzumverteilungseffekten auszugehen. Von diesen Umverteilungseffekten werden die hier ansässigen Lebensmittelmärkte Kaufland, Aldi Süd, Lidl und Netto betroffen sein. An sonstigen Versorgungsstandorten der Stadt Andernach ist dagegen nur eine marginale Umverteilungsquote zu erwarten.

Mit Verlusten von ca. 3 % des derzeitigen Umsatzes sind gegenüber den Wettbewerbern in Neuwied noch niedrigere Wettbewerbswirkungen als in den vorgenannten Kommunen zu erwarten.

Die Umsatzumlenkung bei Betrieben mit Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben außerhalb des Untersuchungsgebietes (diffuse Umverteilung) liegt bei insgesamt 0,3 Mio. € und damit bei max. 4 % des Gesamtumsatzes. Aufgrund der geringen absoluten Höhe der prognostizierten Umverteilungen gegenüber einer größeren Zahl an Anbietern sind einzelbetriebliche Umsatzeinbußen in betriebsgefährdender Höhe nicht nachweisbar und somit grundsätzlich auszuschließen.

¹⁵ Dieser Umsatz bezieht sich auf das gesamte Sortiment des geplanten Supermarktes, das neben Nahrungs- und Genussmitteln auch Drogeriewaren und Nonfood-Sortimente umfasst.

7 Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung

Für die städtebauliche Bewertung des Planvorhabens ist im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden oder die Nahversorgung in Wohngebieten nachteilig beeinflusst wird. Diese negativen Auswirkungen wären zu unterstellen, wenn infolge des Planvorhabens solche Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren bzw. der wohnungsnahen Versorgung wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können. Die Entwicklungsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen wäre dann beeinträchtigt, wenn bei Realisierung der Projektplanung die Chancen bestehender Betriebe zur Anpassung an Marktentwicklungen oder die Entwicklungschancen zum Ausbau zentraler Versorgungsbereiche eingeschränkt würden.

Städtebaulich relevante Auswirkungen liegen somit regelmäßig dann vor, wenn

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

Die BBE Handelsberatung GmbH vertritt die gutachterliche Einschätzung, dass infolge der in der Stadt Weißenthurm geplanten Ansiedlung eines Rewe-Supermarktes keine nachteiligen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung in der Stadt Weißenthurm sowie in umliegenden Städten und Gemeinden gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind.

Folgende Gründe sprechen zusammenfassend für diese Einschätzung:

- Eine städtebauliche Besonderheit ergibt sich dadurch, dass das Planvorhaben einem im Einzelhandelsstandort und Zentrenkonzept ausgewiesenen „Zentralen Versorgungsbereich in Entwicklung“ zugeordnet ist.
Das Planvorhaben ist als wichtiger Beitrag zum Ausbau des zentralen Versorgungsbereiches der Ortsmitte von Weißenthurm anzusehen, sodass das Planvorhaben mit dem Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Verbandsgemeinde Weißenthurm aus dem Jahr 2011 und mit dessen Fortschreibung kompatibel ist.
- Für die Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen ist zudem von Bedeutung, dass das Planvorhaben einen Nahversorgungsbetrieb in einer mittlerweile marktüblichen Größe (max. 2.000 m² VKF) darstellt. Neben den nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren werden nur in untergeordnetem Umfang sonstige Nonfood-Sortimente angeboten.
- Wie vorab dargestellt, werden sich die größten Wettbewerbswirkungen gegenüber den nächstgelegenen Wettbewerbern, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung

aufweisen, einstellen. Als Hauptwettbewerber, die im Falle der Ansiedlung eines Rewe-Supermarktes am stärksten von Umsatzverlusten betroffen wären, sind die größeren Lebensmittelmärkte und dabei insbesondere die Lebensmittelmärkte in der Stadt Weißenthurm, in der Stadt Mülheim-Kärlich und der Gemeinde Kettig sowie in den an die Stadt Weißenthurm angrenzenden Siedlungsbereichen der Städte Andernach und Neuwied zu bewerten.

Die durch das Vorhaben hervorgerufenen Umsatzzumlenkungen bewegen sich durchweg auf einem Niveau, bei dem Gefährdungen einzelner Wettbewerbsbetriebe ausgeschlossen werden können.

- Wie oben dargestellt, ist für die städtebauliche Bewertung des Ansiedlungsvorhabens gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zunächst entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzzumlenkungseffekte **zentrale Versorgungsbereiche** in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden.

Im Hinblick auf die städtebauliche Bewertung der geplanten Supermarkt-Ansiedlung stehen die Ortsmitte von Weißenthurm und Mülheim-Kärlich als zu entwickelnde zentrale Versorgungsbereiche sowie die Innenstadt von Neuwied im Untersuchungsgebiet im Vordergrund.

Innerhalb der **Ortsmitte von Weißenthurm** („Zentralen Versorgungsbereich in Entwicklung“), in der sich auch das Planvorhaben befindet, ist zu erwarten, dass ein Teil des Mehrumsatzes durch Umsatzzumverteilungen gegenüber den hier ansässigen Betrieben generiert wird. Hierbei ist eine Umverteilungsquote von max. 8 % des derzeitigen Umsatzes (max. 0,3 Mio. €) zu erwarten. Der Hauptwettbewerber innerhalb der Ortsmitte von Weißenthurm ist der Lebensmitteldiscountmarkt Norma. Darüber hinaus sind nur marginale Wettbewerbswirkungen gegenüber sonstigen Anbietern, die Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben aufweisen, zu erwarten.

Bei der Bewertung der Umverteilungsquote ist zu berücksichtigen, dass es sich bei dem Norma-Lebensmitteldiscountmarkt um einen modernen und leistungsstarken Lebensmittelmarkt handelt. Somit bestehen für den Norma-Markt sowohl baulich als auch betriebswirtschaftlich gute Rahmenbedingungen, sodass auch unter Berücksichtigung der Wettbewerbsentwicklung in der Stadt Weißenthurm grundsätzlich davon auszugehen ist, dass der vorhandene Lebensmittelmarkt auch nach Realisierung des Planvorhabens erhalten bleibt.

Aufgrund der Lage des Planvorhabens innerhalb des „Zentralen Versorgungsbereiches in Entwicklung“ ist in diesem Zusammenhang zudem zu betonen, dass trotz einer zu erwartenden Umsatzzumverteilung gegenüber dem bereits innerhalb der Ortsmitte von Weißenthurm ansässigen strukturprägenden Nahversorgungsbetrieb davon auszugehen ist, dass die Umsatzleistung des zu entwickelnden Zentrums insgesamt deutlich angehoben werden kann. Somit werden mit der Realisierung des Planvorhabens die Versorgungsfunktionen des Standortbereiches einen deutlichen Attraktivitätsschub erhalten. Dieser Attraktivitätsschub lässt sich u. a. mit einem Umsatzzuwachs von bis zu 7,0 Mio. € belegen.

Im auszubauenden zentralen Versorgungsbereich der **Ortsmitte von Mülheim-Kärlich** sind gegenüber den hier ansässigen kleinteiligen Lebensmittelanbietern nur marginale Wettbewerbswirkungen zu erwarten.

Mit der **Innenstadt von Neuwied** befindet sich ein weiterer zentraler Versorgungsbereich im Untersuchungsgebiet, in dem mit einem Kaufland-Verbrauchermarkt und einem Rewe-Supermarkt zwei strukturprägende Lebensmittelmärkte als Wettbewerber des Planvorhabens ansässig sind. Diese Lebensmittelmärkte werden mit max. 3 % des derzeitigen Umsatzes nur von geringen Wettbewerbswirkungen betroffen sein. Somit sind auch keine städtebaulich negativen Folgen für diesen zentralen Versorgungsbereich zu erwarten.

Außerhalb des Untersuchungsgebietes, also beispielsweise auch in der Innenstadt von Andernach, bewegen sich die Umsatzumverteilungsquoten gegenüber zentralen Versorgungsbereichen in einer Größenordnung, bei der mögliche negative Auswirkungen grundsätzlich auszuschließen sind. Hierbei sind maximal marginale Umverteilungsquoten zu erwarten. Eine Existenzgefährdung von Lebensmittelmärkten in sonstigen zentralen Versorgungsbereichen in umliegenden Städten und Gemeinden kann somit grundsätzlich ausgeschlossen werden.

- Neben der Frage, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden, ist zudem entscheidend, ob die **wohnungsnahhe Versorgung** in Wohngebieten in der Stadt Weißenthurm oder in Nachbarkommunen gefährdet wird. In diesem Zusammenhang sind insbesondere die Lebensmittelmärkte zu betrachten, die sich an siedlungsintegrierten Standorten befinden und deshalb eine besondere Bedeutung für die fußläufige Nahversorgung haben.

Außerhalb des „Zentralen Versorgungsbereich in Entwicklung“, d. h., außerhalb der Ortsmitte von Weißenthurm, werden mit jeweils max. 6 % des derzeitigen Umsatzes die Wettbewerber im Netto-Center bzw. innerhalb des Standortverbundes „Stierweg“ von Wettbewerbswirkungen betroffen sein. Somit bewegen sich die Wettbewerbswirkungen im übrigen Stadtgebiet von Weißenthurm auf vergleichsweise niedrigem Niveau.

Bei der Bewertung der Umverteilungsquote ist zu berücksichtigen, dass die Wettbewerbsbetriebe an den oben genannten Versorgungsstandorten insbesondere unter Berücksichtigung der derzeitig ausbaufähigen Nahversorgungssituation in der Stadt Weißenthurm und der jeweiligen Standortrahmenbedingungen über dem Bundesdurchschnitt liegende Flächenleistungen erreichen. Nach Realisierung des Planvorhabens werden die betroffenen Einzelhandelsbetriebe immer noch Flächenproduktivitäten erzielen können, die mindestens im Durchschnitt der jeweiligen Filialnetze liegen.

Somit lässt sich festhalten, dass für die Wettbewerbsbetriebe an sonstigen Standorten der Stadt Weißenthurm sowohl baulich als auch betriebswirtschaftlich gute Rahmenbedingungen bestehen, sodass auch unter Berücksichtigung der Wettbewerbsentwicklung in Weißenthurm davon auszugehen ist, dass die vorhandenen Nahversorgungsmärkte auch nach Realisierung des Planvorhabens erhalten bleiben.

In der übergemeindlichen Betrachtung werden sich die Umsatzumverteilungen auf eine Vielzahl von Betrieben bzw. Standorten in den benachbarten Städten und Gemeinden beziehen.

Aufgrund der Höhe der Umverteilung sowie der räumlichen Strukturen sind im weiteren Untersuchungsgebiet auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche Betriebsaufgaben im Zuge des Planvorhabens auszuschließen.

Wie bereits im vorherigen Kapitel dargestellt, sind mit max. 7 % des derzeitigen Umsatzes (max. 0,3 Mio. €) noch die größten Wettbewerbseffekte des Planvorhabens beim Netto-Lebensmitteldiscountmarkt in der Gemeinde Kettig zu erwarten, der insbesondere Versorgungsfunktionen für die Bevölkerung der Gemeinde Kettig übernimmt.

Mit max. 7 % des derzeitigen Umsatzes bewegt sich die prognostizierte Umverteilung jedoch in einer Größenordnung, bei der eine Existenzgefährdung des modern und leistungsfähig zu bewertenden Netto-Lebensmitteldiscountmarktes nicht zu erwarten ist. In diesem Zusammenhang ist auch zu berücksichtigen, dass sich die Umverteilungsquote mit max. 7 % des derzeitigen Umsatzes deutlich unterhalb des Schwellenwertes für mögliche negative städtebauliche Effekte von rd. 10 % Umsatzumverteilung bewegt.

Auswirkungsanalyse • Ansiedlung Supermarkt • Stadt Weißenthurm

Aufgrund der Höhe der Umverteilung, die an weiteren Standorten innerhalb des Untersuchungsgebietes max. 5 % des derzeitigen Umsatzes erreicht, sowie der räumlichen Strukturen können negative städtebauliche Auswirkungen auf die wohnungsnahen Versorgungsstrukturen in den sonstigen Umlandkommunen ebenfalls ausgeschlossen werden.

8 Einordnung des Vorhabens in die Ziele des Landesentwicklungsprogramms

Im Rahmen von Bauleitplanverfahren zur Ansiedlung von Einzelhandel sind folgende Zielvorgaben des **Landesentwicklungsprogramms IV (LEP IV)** von Relevanz:

■ Z 57:

Das LEP IV sieht als Regelfall vor, dass großflächige Einzelhandelsbetriebe grundsätzlich nur in zentralen Orten zulässig sind, mit mehr als 2.000 m² Verkaufsfläche nur in Mittel- und Oberzentren (**Zentralitätsgebot**).¹⁶

Für Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion wird im LEP IV eine **Ausnahmeregel** definiert. Demnach sind in den Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion - allerdings mit mehr als 3.000 Einwohnern - großflächige Einzelhandelsbetriebe bis max. 1.600 m² Verkaufsfläche zulässig, wenn diese zur Sicherung der Grundversorgung dienen.

■ Z 58:

Das **städtebauliche Integrationsgebot** fordert für die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten eine standortgerechte Ansiedlung innerhalb von städtebaulich integrierten Bereichen, das heißt in Innenstädten, Stadt- sowie Stadtteilzentren.

Diese zentralen Versorgungsbereiche sind von den Gemeinden in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen. Gleichzeitig ist zudem eine Liste der innenstadtrelevanten Sortimente festzulegen.

Ausnahmen von der Zuordnung zu zentralen Versorgungsbereichen werden nur für großflächige Betriebe mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten wie z. B. Bau- und Möbelmärkte zugelassen, für die spezielle Standortanforderungen gelten: Hoher Flächenbedarf bei gleichzeitig niedrigen Flächenproduktivitäten macht innenstadtintegrierte Standorte für diese Betriebsformen in der Regel betriebswirtschaftlich unrentabel. Weiterhin sind die starken Belastungen des Standortumfelds dieser Betriebe durch den Ziel- und Querverkehr zu berücksichtigen.

Vor diesem Hintergrund ist die Einbindung dieser Betriebe in die Siedlungsschwerpunkte mit intensiver Wohnnutzung im Umfeld der Zentren oftmals problematisch, weshalb z. B. Baumarkt- und Gartenmarktsortimente nicht zu den innenstadtrelevanten Sortimenten gezählt werden. Die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten ist deshalb auch an Ergänzungsstandorten innerhalb der zentralen Orte zulässig¹⁷. Die Festlegung von Ergänzungsstandorten erfolgt durch die Kommune in Abstimmung mit der Regionalplanung. Um die Zentrenverträglichkeit eines Vorhabens sicherzustellen, sind innenstadtrelevante Sortimente nur als begrenzte Randsortimente zulässig.

¹⁶ Ministerium des Innern und für Sport Rheinland-Pfalz: Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz (LEP IV), Z 57.

¹⁷ Ebd., Z 59.

■ **Z 60:**

Darüber hinaus ist bei Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben das **Nichtbeeinträchtigungsgebot** zu beachten, welches besagt, dass die Funktion benachbarter zentraler Orte und ihrer Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden darf.

Nachfolgend wird die Übereinstimmung des Vorhabens mit den Zielen der Landes- und Regionalplanung bewertet:

■ **Zentralitätsgebot (Z 57):**

Die Stadt Weißenthurm ist als Grundzentrum als Ansiedlungsstandort für den großflächigen Einzelhandel (Betriebe mit mehr als 800 m² Verkaufsfläche) bis zu einer Verkaufsfläche von 2.000 m² vorgesehen.

Beim Planvorhaben handelt es sich um die Ansiedlung eines großflächigen Supermarktes (max. 2.000 m² VKF). Somit ist im Rahmen des Planvorhabens eine Größenordnung geplant, die nicht über die Obergrenze von 2.000 m² Verkaufsfläche hinausgeht. Dem Zentralitätsgebot wird damit entsprochen, sodass die Grundvoraussetzung für die Ansiedlung des Rewe-Supermarktes gegeben ist.

■ **Städtebauliches Integrationsgebot (Z 58):**

Aufgrund der Standortlage in einem „Zentralen Versorgungsbereich in Entwicklung“ wahrt das Planvorhaben, bei dem es sich um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment handelt, ebenfalls das städtebauliche Integrationsgebot.

■ **Nichtbeeinträchtigungsgebot (Z 60):**

Das Nichtbeeinträchtigungsgebot wird ebenfalls beachtet, da mit der vorliegenden Auswirkungsanalyse dargelegt werden konnte, dass im Realisierungsfall des Planvorhabens die Funktionsfähigkeit von - auch benachbarten - zentralen Orten und ihren Versorgungsbereichen nur unerheblich beeinträchtigt wird.

Im Falle der Neuansiedlung des Rewe-Supermarktes in der Stadt Weißenthurm werden sich die wettbewerblichen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel in der Stadt Weißenthurm und in den umliegenden Städten und Gemeinden nur unwesentlich verändern. Die Umverteilungseffekte werden vergleichsweise gering ausfallen. Somit sind negative städtebauliche Auswirkungen auf die relevanten zentralen Versorgungsbereiche und sonstige für die Versorgung der Bevölkerung wichtige Angebotsstandorte im Einzugsgebiet des Planvorhabens auszuschließen.

9 Fazit der Auswirkungsanalyse

Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen auf, dass infolge der in der Stadt Weißenthurm geplanten Ansiedlung eines Supermarktes keine städtebaulich oder raumordnerisch relevanten, beeinträchtigenden Auswirkungen zu erwarten sind.

Diese Beurteilung beruht im Wesentlichen auf folgenden Punkten:

- In der Stadt Weißenthurm plant die TS Bau GmbH, auf einem heute mindergenutzten Grundstück an der Hauptstraße („Schultheis-Areal“) einen Supermarkt mit bis zu 2.000 m² Verkaufsfläche anzusiedeln. Auf einer nördlich angrenzenden Flächen soll zudem ein Kindergarten errichtet werden.
- Das Planvorhaben umfasst im Wesentlichen die Ansiedlung eines Nahversorgungsbetriebes in einer mittlerweile marktüblichen Größe. Von dem geplanten Supermarkt werden neben den nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren in untergeordnetem Umfang sonstige Nonfood-Sortimente angeboten.

- Der Planstandort befindet sich gemäß Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Verbandsgemeinde Weißenthurm aus dem Jahr 2011 in östlicher Randlage des auszubauenden zentralen Versorgungsbereiches der Ortsmitte von Weißenthurm. Im kommunalen Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept der VG Weißenthurm, das zurzeit im Auftrag der Verbandsgemeindeverwaltung von der BBE Handelsberatung GmbH fortgeschrieben wird, wird die Ortsmitte von Weißenthurm als „Zentraler Versorgungsbereich in Entwicklung“ eingestuft. Zur Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches wird auch in der Fortschreibung des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes aus städtebaulicher Sicht das Ziel weiterhin verfolgt, die Ortsmitte funktional zu stärken und insbesondere künftige Einzelhandelsentwicklungen auf die Ortsmitte Weißenthurm zwischen Wilhelm-Schultheis-Straße im Südosten und der Kirchstraße im Nordwesten zu lenken.

Das Planvorhaben ist als wichtiger Beitrag zum Ausbau des zentralen Versorgungsbereiches der Ortsmitte von Weißenthurm anzusehen, sodass das Planvorhaben mit dem Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Verbandsgemeinde Weißenthurm aus dem Jahr 2011 und mit dessen Fortschreibung kompatibel ist.

- Das Einzugsgebiet des Planvorhabens umfasst im Wesentlichen das Stadtgebiet Weißenthurm. Aufgrund der Lage innerhalb des „Zentralen Versorgungsbereiches in Entwicklung“, der Standortgemeinschaft mit einem Norma-Lebensmitteldiscountmarkt und unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation ist davon auszugehen, dass der geplante Supermarkt zudem ein erweitertes Einzugsgebiet erreichen kann, welches sich auf die Gemeinde Kettig bezieht. Das Einzugsgebiet umfasst ein Bevölkerungspotenzial von insgesamt rd. 12.550 Einwohnern.

Über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinaus sind in nachgeordnetem Maße zusätzlich Kunden von außerhalb zu erwarten. Dazu gehören v. a. Berufspendler aus dem erweiterten Umland und Touristen.

In den nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren steht im Einzugsgebiet ein Kaufkraftvolumen in Höhe von insgesamt ca. 31,1 Mio. € im Jahr zur Verfügung.

- Das Planvorhaben wird einen Gesamtumsatz von max. 8,3 Mio. € erzielen. Davon entfallen rd. 7,6 Mio. € auf die Kernsortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren und rd. 0,7 Mio. € auf die sonstigen Sortimente des projektierten Einzelhandelsbetriebes.

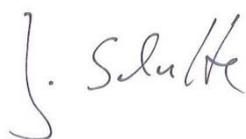
Auswirkungsanalyse • Ansiedlung Supermarkt • Stadt Weißenthurm

Der zu erwartende Umsatz resultiert zum überwiegenden Teil aus der Bindung der im Einzugsgebiet verfügbaren Kaufkraft. Hierbei wird mit rd. 75 % der größte Umsatzanteil mit Kunden aus der Stadt Weißenthurm generiert.

- Hauptwettbewerber des Planvorhabens sind in erster Linie die strukturprägenden projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe, d. h., Lebensmittelmärkte in der Stadt Weißenthurm und in den umliegenden Kommunen.
- Bedingt durch die ausbaubedürftige Ausstattung mit nahversorgungsrelevanten Anbietern in der Stadt Weißenthurm werden gegenwärtig Kaufkraftabflüsse in umliegende Städte und Gemeinden generiert. Vor diesem Hintergrund kann damit gerechnet werden, dass die Ansiedlung eines Supermarktes in der Stadt Weißenthurm zu einer Reduzierung von derzeit noch abfließender Kaufkraft beitragen wird, was gleichzeitig auch zu Umsatzumverteilungen gegenüber Lebensmittelmärkten außerhalb der Stadt Weißenthurm führt.
- Die Auswirkungsanalyse zeigt, dass wettbewerbliche Auswirkungen des Planvorhabens innerhalb bestehender Marktstrukturen vorrangig gegenüber vergleichbaren Anbietern und Wettbewerbern mit größeren Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben im Untersuchungsraum zum Tragen kommen werden.
- Die Prognose der zu erwartenden Umlenkungseffekte zeigt zudem, dass zwar wettbewerbliche, aber keine wesentlichen städtebaulichen Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung und die zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum gem. § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind. Damit wird auch das Nichtbeeinträchtigungsverbot als Ziel der Raumordnung und Landesplanung beachtet, nach dem die Funktion von – auch benachbarten – zentralen Orten und ihrer Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden darf.

Köln, im August 2021

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Joachim Schulte



i. V. Rainer Schmidt-Illguth