

Auswirkungsanalyse

Erweiterung des Lidl-Discountmarktes in der Gemeinde Havixbeck

Für die
Bruns Overkamp Voerhuis GbR
Achterhof 1
48599 Gronau-Epe

Ihre Ansprechpartner

Dipl.-Geogr. Ann-Kathrin Lötz
(Consultant)

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

BBE Handelsberatung GmbH

Weseler Straße 316c
48163 Münster
Deutschland

Tel +49 251 87119-0
Fax +49 251 87119-19
E-Mail schmidt-illguth@bbe.de, loetz@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 · Köln · Leipzig · Münster · Erfurt

Münster, im Januar 2018

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation und Zielsetzung	4
2	Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel	5
3	Projektplanung	8
4	Standortseitige Rahmenbedingungen	10
4.1	Makrostandort	10
4.2	Mikrostandort	13
5	Wettbewerbssituation	17
5.1	Wettbewerber in Havixbeck	19
5.2	Wettbewerber in Nachbarkommunen	21
6	Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	22
7	Auswirkungsanalyse	25
7.1	Marktaberschöpfung und Umsatzleistung des Planvorhabens	25
7.2	Umsatzumverteilungseffekte	28
7.3	Städtebauliche Bewertung der geplanten Lidl-Erweiterung	32
7.4	Einordnung des Vorhabens in die Ziele des Landesentwicklungsplans	35
8	Fazit	38

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel.....	5
Abbildung 2:	Durchschnittliche Artikelanzahl nach Betriebstyp.....	6
Abbildung 3:	Anlagenplan Lidl Havixbeck.....	8
Abbildung 4:	Lage der Gemeinde Havixbeck und zentralörtliche Gliederung	10
Abbildung 5:	Ausstattung mit Lebensmittelmärkten.....	12
Abbildung 6:	Untersuchungsobjekt und Standortumfeld	13
Abbildung 7:	Mikrostandort	14
Abbildung 8:	Fußläufige Erreichbarkeit und erweiterter Nahbereich	15
Abbildung 9:	Regionalplan	16
Abbildung 10:	Wettbewerbssituation in der Region.....	18
Abbildung 11:	Wettbewerbssituation nach Standortlagen in Havixbeck	20
Abbildung 12:	Marktanteile des Lebensmitteldiscountmarktes nach der geplanten Erweiterung	25
Abbildung 13:	Umsatzerwartung des Planvorhabens (BBE-Prognose)	27
Abbildung 14:	Umsatzumverteilung durch das Planvorhaben	30

1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Der Eigentümer des Einzelhandelsobjektes an der Feuerwache 35 in der Gemeinde Havixbeck plant zusammen mit dem Betreiber Lidl eine Erweiterung des ansässigen Discountmarktes von derzeit etwa 800 m² auf eine Größenordnung von rd. 1.000 m² Verkaufsfläche (VKF).

Der Lidl-Markt befindet sich im Geltungsbereich eines rechtskräftigen Bebauungsplanes mit der Festsetzung eines Mischgebietes. Vor diesem Hintergrund erfordert die Erweiterung die Änderung des Bebauungsplanes mit Festsetzung eines Sondergebietes im Sinne von § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO). Hierfür wurde durch die örtliche Politik bereits ein Aufstellungsbeschluss gefasst.

Aufgrund der Großflächigkeit des Vorhabens ergeben sich im Verfahren der Bauleitplanung besondere Anforderungen. Zum einen ist zu klären, ob das Vorhaben die Ziele des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen beachtet. Zum anderen ist nachzuweisen, dass das Vorhaben sich in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Gemeinde Havixbeck einfügt.

Entsprechende Gespräche zwischen der Gemeinde Havixbeck und der Bezirksregierung Münster führten zu dem Ergebnis, dass eine Erweiterung auf rd. 1.000 m² bei Nachweis der städtebaulichen Verträglichkeit mitgetragen werden kann. Erforderlich ist hierfür allerdings eine vertiefende Auswirkungsanalyse, die die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens auf die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung der Bevölkerung in Havixbeck und in den Nachbarkommunen im Sinne von § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) untersucht.

Die BBE Handelsberatung legt hiermit eine entsprechende absatzwirtschaftliche Auswirkungsanalyse vor, die als qualifizierte Abwägungsgrundlage im Verfahren der Bauleitplanung Verwendung finden kann.

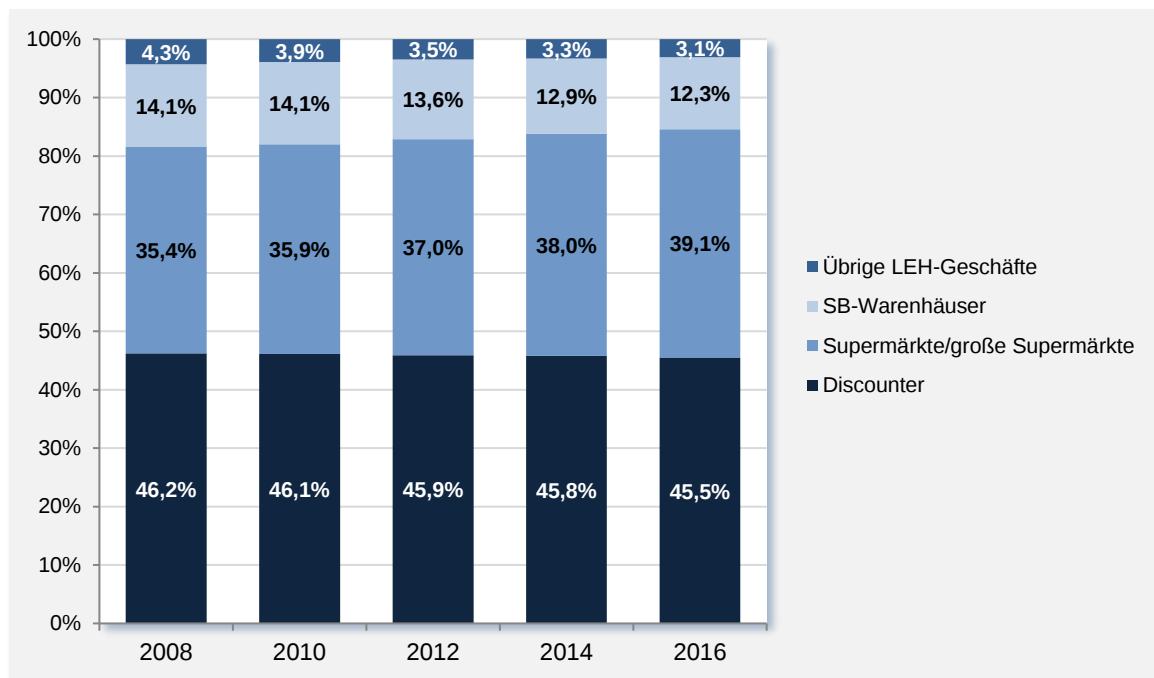
2 Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel

Zur Einordnung des Vorhabens in einen übergeordneten Rahmen innerhalb der deutschen Handelslandschaft werden im Folgenden einige Entwicklungen und Trends im Lebensmitteleinzelhandel aufgezeigt.

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

Von den Einzelhandelsausgaben der deutschen Verbraucher in Höhe von ca. 512 Mrd. € entfallen rd. 265 Mrd. € auf die Kernsortimente der Nahversorgung (Lebensmittel, Getränke, Drogeriewaren, Apothekenwaren).¹ Dies entspricht einem Anteil von rd. 52 % und dokumentiert die hohe Bedeutung dieses Marktsegmentes, insbesondere der Nahrungs- und Genussmittel.

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel



Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2017, BBE-Darstellung 2018

¹ Vgl. IfH-Brancheninformationssystem, Marktvolumen 2016

Auswirkungsanalyse Lidl-Erweiterung in Havixbeck

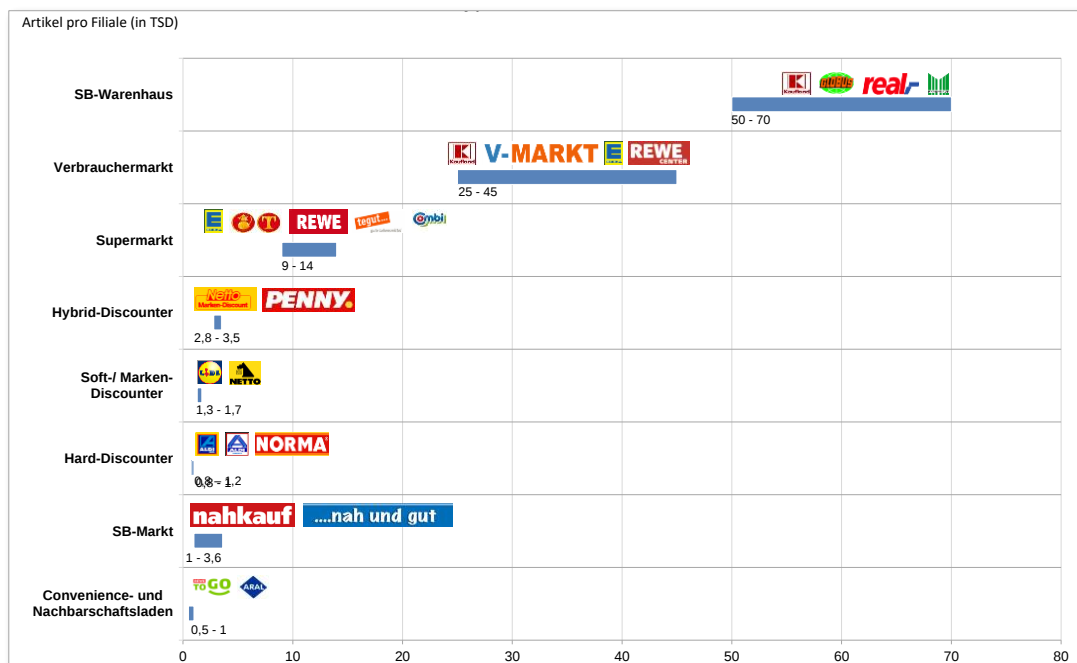
Die Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel ist insgesamt durch eine starke Dynamik geprägt, wobei das Wachstum der Branche vor allem durch zunehmende Nachverdichtung, Flächenausweitungen und Diversifizierung des Angebots generiert wird. Gleichzeitig weist die Branche eine hohe Konzentration auf Handels-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

Aufgrund einer ausgeprägten Preisorientierung der deutschen Kunden und an veränderte Verbraucherwünsche angepasster Betriebskonzepte haben die Lebensmitteldiscounter in den letzten Jahrzehnten stark an Marktanteilen gewinnen können und sind seit einigen Jahren mit einem Marktanteil von knapp 46 % der am stärksten präsente Betriebstyp des Lebensmittelhandels (vgl. Abbildung 1).

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

Dabei ist zwischen den Hard-Discountern und den Soft- bzw. Markendiscountern zu unterscheiden (vgl. Abbildung 2). Hard-Discounter führen etwa 800 - 1.000 verschiedene Artikel, wohingegen die Soft-Lebensmitteldiscounter mit bis zu 1.700 Artikeln annähernd die doppelte Artikelzahl anbieten. Charakteristisch für Lebensmitteldiscounter, insbesondere Hard-Discounter, ist der hohe Anteil an Eigenmarken. Eine Weiterentwicklung des Betriebstyps stellen die Supermarkt-Discount-Hybriden (oder Hybrid-Discounter) dar, zu denen in Deutschland u. a. Netto zählt. Netto positioniert sich hinsichtlich der Artikelzahl und des Getränkesortiments zwischen Supermarkt und Lebensmitteldiscounter.

Abbildung 2: Durchschnittliche Artikelanzahl nach Betriebstyp



Quelle: BBE-Darstellung 2018

In der Praxis versorgt sich der Verbraucher nicht nur bei einer, sondern bei durchschnittlich 4 Betriebsformen. Idealtypischer Weise wird der Grundbedarf beim Lebensmitteldiscounter eingekauft, die Produkte, die dort nicht erhältlich sind oder die man dort nicht kaufen möchte, werden bei anderen Anbietern nachgefragt.

Auswirkungsanalyse Lidl-Erweiterung in Havixbeck

Die Lebensmitteldiscounter besitzen in der Regel einen einheitlichen Marktauftritt, sodass der Kunde in jedem Markt des jeweiligen Betreibers dasselbe Sortiment vorfindet. Gleichzeitig wachsen die Verkaufsflächen der Lebensmitteldiscounter seit Jahren kontinuierlich. Hierfür sind vor allem folgende Ursachen anzuführen:

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

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

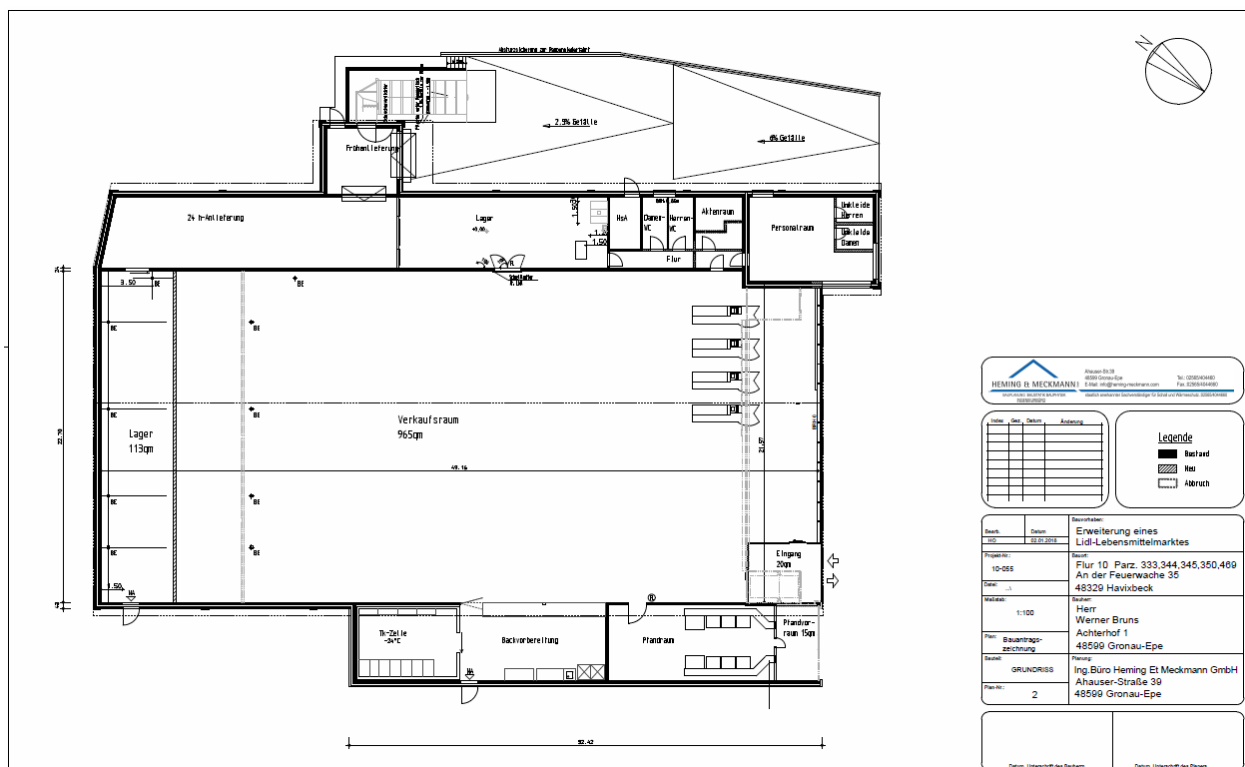
Im Fazit positioniert sich Lidl als Soft-Discounter zwischen Hard-Discountern und Vollsortimentern und bietet dabei ein umfassendes Frische- und Trockensortiment durch discountorientierte Eigenmarken und ausgewählte Markenprodukte, sodass ein Lidl-Lebensmitteldiscountmarkt umfassende Nahversorgungsfunktionen übernehmen kann.

3 Projektplanung

Am Standort „An der Feuerwache“ in der Gemeinde Havixbeck ist die Erweiterung des ansässigen Lidl-Lebensmitteldiscountmarktes von derzeit ca. 800 m² Verkaufsfläche auf eine Größe von ca. 1.000 m² Verkaufsfläche vorgesehen. Die Ausrichtung der im Lidl-Markt vorgehaltenen Waren wird auch nach der Erweiterung vor allem bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Nahrungs- und Genussmittel/ Drogeriewaren) liegen.

Der Anlagenplan (vgl. Abbildung 3) zeigt die geplanten baulichen Anpassungen der projektierten Lidl-Erweiterung. Nach Erweiterung verfügt der eigentliche Verkaufsraum über eine Fläche von 965 m². Ergänzt wird die Verkaufsfläche um den Eingangsbereich (20 m²) und Pfandvorraum (15 m²) und weist somit in der Summe über 1.000 m² auf. Die vergleichsweise großzügig gestaltete Stellplatzanlage mit rd. 96 Parkplätzen bleibt nahezu unverändert.

Abbildung 3: Anlagenplan Lidl Havixbeck



Quelle: Unterlagen des Auftraggebers

Wie im vorhergehenden Kapitel erläutert, dient die Flächenvergrößerung der Lebensmitteldiscounter vor allem der Sortimentsabrundung im Bereich der nahversorgungsrelevanten Angebote, jedoch nicht der Sortimentserweiterung im Bereich anderer Angebote. So nehmen Frischeartikel (Obst und Gemüse, Backwaren und Fleisch- und Wurstwaren) im Sortimentsangebot der Discounter eine wesentlich größere Bedeutung ein als in früheren Filialkonzepten. Die Warenpräsentation in diesen Sortimenten wird ausgebaut, sodass größere Flächen gleichermaßen für den Bake-off-Bereich (Zubereitung von frischen Back-

Auswirkungsanalyse Lidl-Erweiterung in Havixbeck

waren) als auch für die Präsentation von verpackten Frischlebensmitteln wie Obst und Gemüse sowie Fleisch benötigt werden.

Auch im Bereich der Tiefkühlartikel und im Drogeriewarenangebot sind Änderungen in der Sortimentszusammensetzung festzustellen, die sich auf den Flächenbedarf auswirken. Dagegen bleiben die Flächen für die wöchentlich wechselnden Aktionswaren nahezu unverändert, da die Lebensmitteldiscounter angesichts der weiter zunehmenden Diversifizierung im Bereich der Nonfood-Fachmärkte keine weiteren Steigerungen der Marktanteile mehr durchsetzen können.

Im Fazit dient auch die Vergrößerung der Lidl-Filialen vor allem der weiteren Profilierung des Lebensmittelangebotes. Damit übernehmen die Discountmärkte nicht mehr nur die „preisorientierte“ Versorgung im Trockensortiment, sondern decken einen deutlich umfassenderen Teil der Nachfrage im Bereich der wohnungsnahen Grundversorgung ab. Es bleibt jedoch festzuhalten, dass in jeder Lidl-Filiale – unabhängig von der Verkaufsfläche – das gleiche Sortiment angeboten wird.

Ordnet man das Planvorhaben in Havixbeck in die aufgezeigten Vertriebskonzepte im Lebensmitteleinzelhandel sowie die aktuellen Marktentwicklungen im Nahrungs- und Genussmittelsektor ein, so ist Folgendes festzuhalten:

- Per Definition ist der zu projektierte Lidl-Markt dem Betriebstyp „Lebensmitteldiscounter“ zuzuordnen.
- Als Soft-Discounter positioniert sich die Fa. Lidl zwischen Hard-Discountern und Vollsortimentern und bietet dabei sowohl Preise auf Discountniveau (Eigenmarken) als auch ausgewählte Markenprodukte, sodass ein Lidl-Lebensmitteldiscountmarkt umfassende Nahversorgungsfunktionen übernehmen kann.
- Im Discountsegment werden seitens der Betreiber für Neubauten mittlerweile Verkaufsflächen zwischen 800 und 1.500 m² als marktgerecht angesehen, wobei Verkaufsflächengrößen von rd. 800 m² immer seltener realisiert werden.
- Die Fa. Lidl beabsichtigt eine Verkaufsflächenvergrößerung auf rd. 1.000 m², die damit hinsichtlich der Dimensionierung an der unteren Grenze neu errichteter Lebensmitteldiscounter anzusiedeln ist.

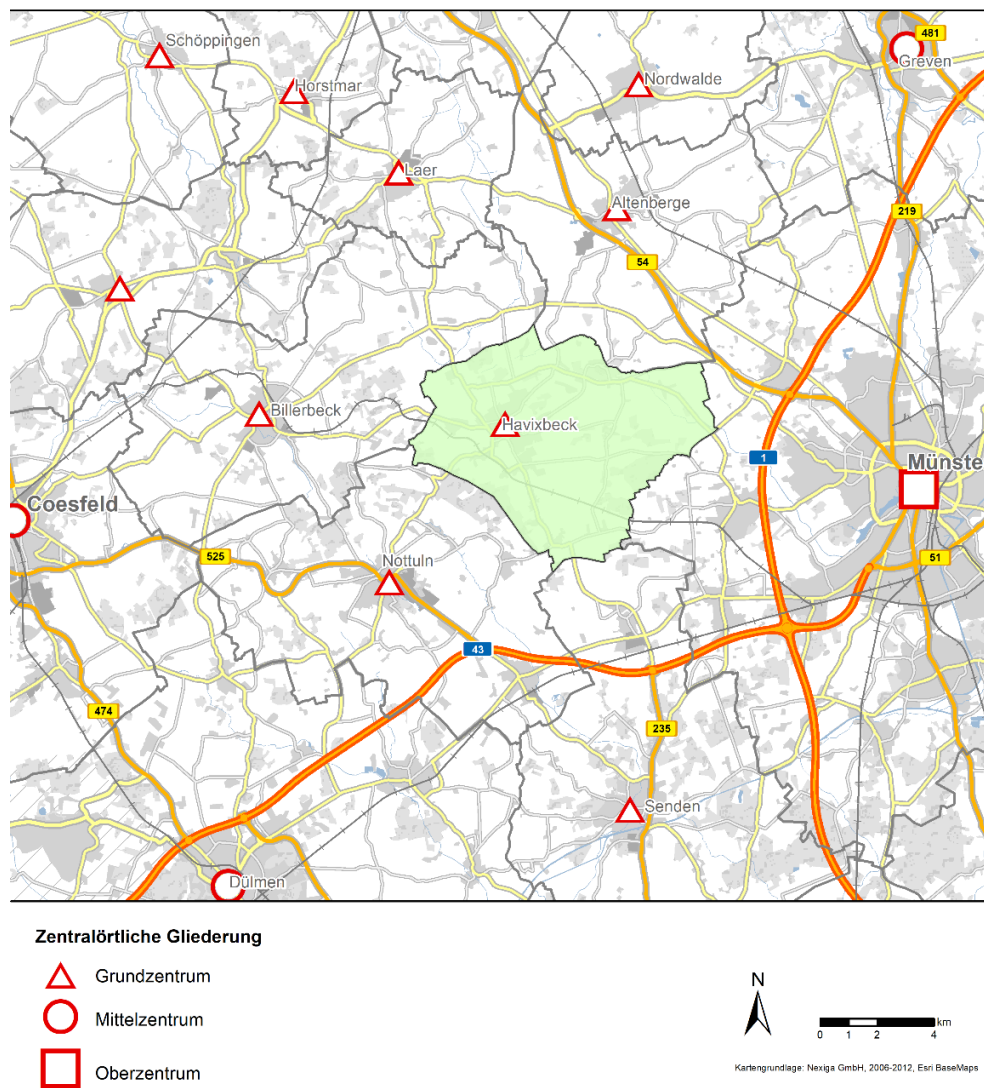
4 Standortseitige Rahmenbedingungen

4.1 Makrostandort

Lage und Siedlungsstruktur

Die Gemeinde Havixbeck liegt im westlichen Münsterland und ist dem Kreis Coesfeld im Regierungsbezirk Münster zugeordnet. Die Landesplanung weist der Gemeinde die zentralörtliche Funktion eines Grundzentrums und damit eine Versorgungsfunktion für die ortsansässige Bevölkerung zu. Das östlich gelegene Oberzentrum Münster ist knapp 20 km von Havixbeck entfernt. Nachbarkommunen sind zudem im Norden Altenberge (Kreis Steinfurt), im Westen Billerbeck sowie im Süden Nottuln und Senden (alle Kreis Coesfeld).

Abbildung 4: Lage der Gemeinde Havixbeck und zentralörtliche Gliederung



Quelle: BBE-Darstellung 2018

Auswirkungsanalyse Lidl-Erweiterung in Havixbeck

Bevölkerungsdaten

Das Gemeindegebiet von Havixbeck konzentriert sich überwiegend auf den Kernort und wird ergänzt durch den Ortsteil Hohenholte sowie zehn Bauernschaften (Brock, Gennerich, Herkentrup, Lasbeck, Masbeck, Natrup, Poppenbeck, Schonebeck, Tilbeck und Walingen). Die Gemeinde weist im Jahr 2016 einen Bevölkerungsstand von 11.646 Einwohnern auf.² Bei einer Gemeindefläche von rd. 53,2 km² ergibt sich somit eine sehr geringe Bevölkerungsdichte von 219 EW/km².

Angesichts der räumlichen Nähe zum Oberzentrum Münster wird für Havixbeck nach den Vorausberechnungen des IT.NRW in der Perspektive bis 2040 eine positive Bevölkerungsentwicklung mit einem Wachstum um +5,8 % (Basisjahr 2014) prognostiziert³. Dies zeigt sich auch in der Ausweisung und Belegung von neuen Wohngebieten (u. a. Habichtsbach I & II).

Erreichbarkeit und Verkehr

Die Gemeinde Havixbeck ist über diverse Landstraßen an das regionale Verkehrsnetz und somit an die umliegenden Nachbarorte angebunden. Die zwei Autobahnen A 1 (Anschlussstelle Münster-Nord) sowie A 43 (Anschlussstellen Senden und Nottuln) sind in weniger als 15 Fahrminuten zu erreichen, in knapp 20 Fahrminuten erreicht man das Zentrum von Münster.

Mehrere Buslinien (u. a. R 63, R 64, 562, 563, 564, 566, Bürgerbus Baumberge) stellen die ÖPNV-Anbindung sicher und bieten sowohl eine regionale Verbindung nach Münster und die weiteren Nachbarkommunen als auch eine innerörtliche Erschließung. Die Baumbergebahn (RB 63) von Münster nach Coesfeld bietet zudem eine weitere Verbindung in stündlicher Taktung.

Einzelhandelsstrukturen

In der Gemeinde Havixbeck werden Einzelhandelsangebote vorgehalten, die den **Grundversorgungsbedarf** der ortsansässigen Bevölkerung decken. Das Angebot konzentriert sich überwiegend auf den kurzfristigen Bedarfsbereich und vereinzelte Angebote anderer Sortimentsgruppen. Der Havixbecker Einzelhandel entfaltet somit allerdings keine Ausstrahlungskraft über die Gemeindegrenzen hinweg. Vielmehr befindet sich Havixbeck zwischen zahlreichen weiteren Grundzentren, die insbesondere im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich allesamt über eigene, mit den Havixbecker Strukturen vergleichbare Einzelhandelsangebote verfügen. Die ausgeprägten Pendlerbeziehungen der Havixbecker⁴ in das Umland, mit der räumlichen Nähe auch zum Oberzentrum Münster sorgen dafür, dass größere **Kaufkraftabflüsse** an diverse Einkaufsstandorte erfolgen.

Der Ortskern von Havixbeck stellt gemäß **Einzelhandelskonzept** von 2009 mit dem kleinteiligen Besatz rund um den Bereich Hauptstraße (Hauptzentrum) sowie den ansässigen großen Lebensmittelmärkten an der Blickallee (Nahversorgungszentrum) den Haupteinkaufsstandort der Gemeinde dar. Zusätzlich

² Quelle: IT.NRW, Stand: 30.06.2016

³ Vorausberechnungen des IT.NRW, Kommunalprofil Gemeinde Havixbeck, Stand 31.05.2017

⁴ Von den insgesamt 4.329 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten Einwohnern Havixbecks ist ein Auspendleranteil von rd. 80 % zu verzeichnen. Im Verhältnis zu den nach Havixbeck einpendelnden Beschäftigten ergibt sich ein negativer Pendlersaldo von -1.787 Beschäftigten (Stand: 30.06.2015, vgl. Kommunalprofil Gemeinde Havixbeck, IT.NRW, Stand 31.05.2017).

Auswirkungsanalyse Lidl-Erweiterung in Havixbeck

befindet sich an der Schützenstraße ein Netto-Markt (Bestandsstandort) im östlichen Gemeindegebiet in Solitäreinlage sowie der zu untersuchende Lidl-Markt (Nahversorgungsstandort) an der Feuerwache im Nordwesten. Der im Einzelhandelskonzept noch ausgewiesene Standort eines Edeka-Marktes an der Schützenstraße wurde mittlerweile aufgegeben und steht seit einiger Zeit leer. Im übrigen Gemeindegebiet bestehen neben zwei ausgewiesenen Fachmarktstandorten keine weiteren nennenswerten Einzelhandelsstandorte.

Die sortimentspezifische Umsatz-Kaufkraft-Relation (Verhältnis von einzelhandelsrelevanter Kaufkraft und getätigten Umsätzen am Standort) im Sortimentsbereich Nahversorgung (Nahrungs- und Genussmittel; Drogeriewaren) liegt nach BBE-Berechnungen bei knapp 77 %. Eine Umsatz-Kaufkraft-Relation über 100 zeigt an, dass die Gemeinde per Saldo von Kaufkraftzuflüssen profitiert, bei einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von genau 100 gleichen sich Zu- und Abflüsse aus. Es wird somit auch hier deutlich, dass bei der Nahversorgung per Saldo Kaufkraftabflüsse an umliegende Einkaufsstandorte bestehen.

Abbildung 5: Ausstattung mit Lebensmittelmärkten

Vertriebstypen	Gemeinde Havixbeck (11.650 EW)		Bundesdurchschnitt (82.175.700EW)	
	Verkaufs- fläche in m ²	Arealität in VKF m ² /EW	Verkaufsflä- che in Mio. m ²	Arealität in VKF m ² /EW
SB-Warenhäuser (> 5.000 m ² VKF)	-	-	6,1	0,07
Große Supermärkte (2.500 – 5.000 m ² VKF)	-	-	3,7	0,05
Supermärkte (400 – 2.500 m ² VKF)	1.800	0,15	10,6	0,13
Discounter	2.300	0,20	12,5	0,15
Summe	4.100	0,35	32,9	0,40

Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2016 (Stand: 2015), BBE-Darstellung 2018 (ohne Ladenhandwerk, Fachgeschäfte, Getränkemärkte und sonstige Lebensmittelgeschäfte (< 400 m² Verkaufsfläche))

Das Ausstattungsniveau bei Lebensmittelmärkten in der Gemeinde Havixbeck liegt mit rd. 0,35 m² Verkaufsfläche je Einwohner deutlich unter dem bundesdurchschnittlichen Niveau (ca. 0,40 m² Verkaufsfläche je Einwohner).⁵ Die Betrachtung der Vertriebstypen zeigt, dass die Ausstattung mit Supermärkten und Discountern angesichts der fehlenden größeren Angebotsformate, wie z. B. SB-Warenhäusern, etwas höher ausfällt als im Bundesdurchschnitt.

⁵ Ohne Ladenhandwerk, Fachgeschäfte, Getränkemärkte und sonstige Lebensmittelgeschäfte (< 400 m² Verkaufsfläche)

Auswirkungsanalyse Lidl-Erweiterung in Havixbeck

4.2 Mikrostandort

Der zu erweiternde Lidl-Markt befindet sich im Nordwesten des Kernsiedlungsbereiches von Havixbeck im Kreuzungsbereich der L 550 und der Straße „An der Feuerwache“. Der Standort befindet sich in Orts-
 eingangslage, umgeben von einer aufgelockerten Wohnbebauung überwiegend aus Einfamilienhäusern, die sich weiter entlang des Schulten Kamps und der Altenberger Straße erstrecken. Angrenzende Nutzungen sind neben der Freiwilligen Feuerwehr Havixbeck auch vereinzelte, in die Wohnlagen integrierte bzw. im Verlauf der Hauptstraße ansässige gewerbliche Nutzungen. Weitere handelsrelevante Nutzungen sind im näheren Standortumfeld nicht vorhanden, so dass der Standort eine klassische, wohngebietsintegrierte Solitär-
 lage einnimmt.

Abbildung 6: Untersuchungsobjekt und Standortumfeld



Quelle: BBE-Darstellung (Stand: Dezember 2017)

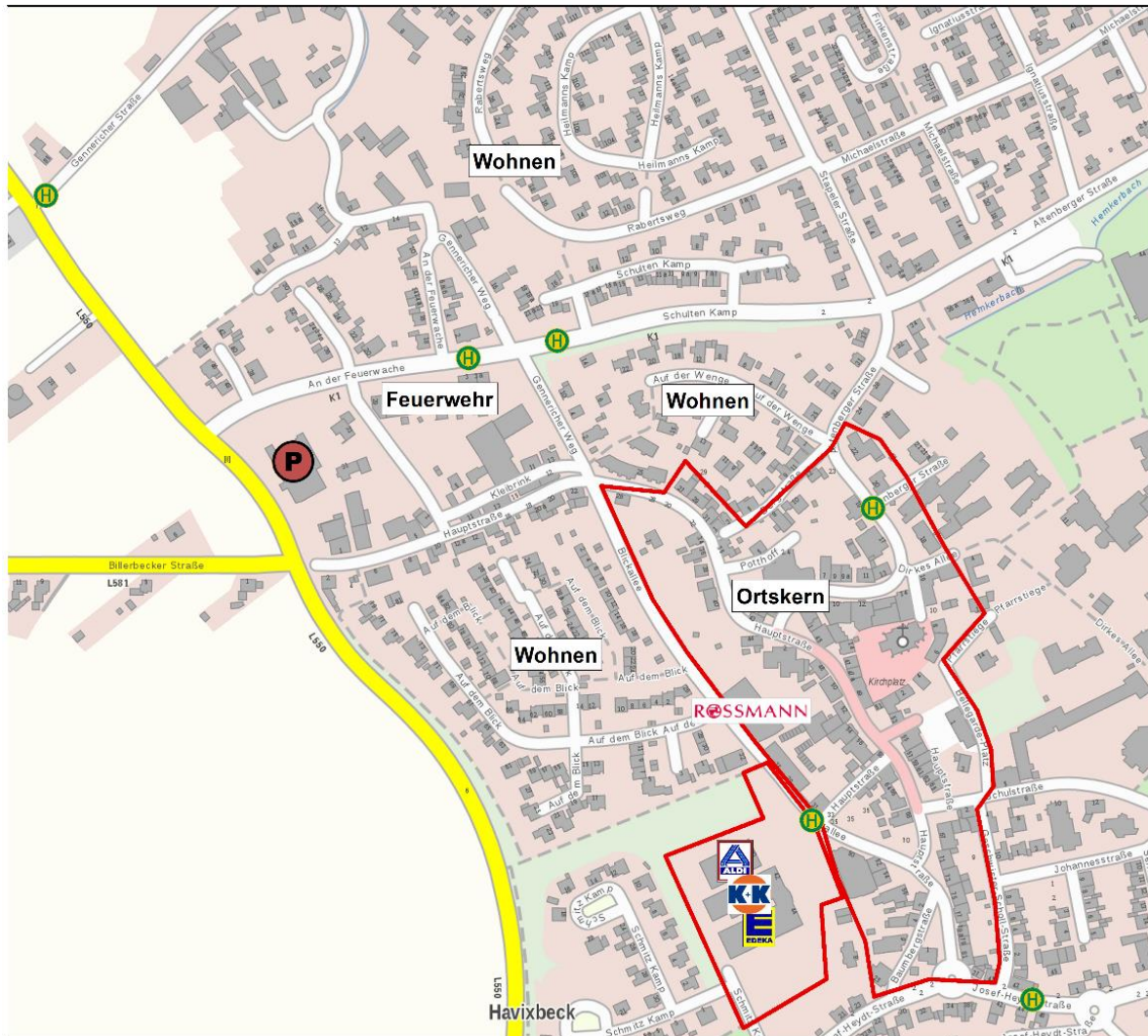
Die verkehrliche Erschließung des Planstandortes erfolgt über zwei Zu- und Abfahrten von der Straße „An der Feuerwache“. Die benachbarte L 550 stellt eine der Haupteerschließungs- und Zufahrtsachsen für das Gemeindegebiet aus nördlicher und südlicher Richtung dar. Auch die Altenberger Straße als Verlängerung der Straße „An der Feuerwache“ bietet eine wichtige Erschließung des nordöstlichen Siedlungsbereiches sowie eine Anbindung aus östlicher Richtung. Die fußläufige Erschließung des Lidl-Marktes

Auswirkungsanalyse Lidl-Erweiterung in Havixbeck

aus den angrenzenden Wohngebieten wird durch separate Fuß- und Radwege auf beiden Straßenseiten sichergestellt.

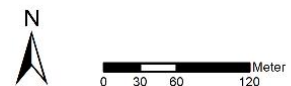
Die Anbindung an die vorhandenen Buslinien ist durch die benachbarten Bushaltestellen „An der Feuerwache“ sowie „Schulten Kamp“ in räumlicher Nähe des Lidl-Marktes gegeben.

Abbildung 7: Mikrostandort



Mikrostandort

-  Vorhabenstandort
-  Zentraler Versorgungsbereich



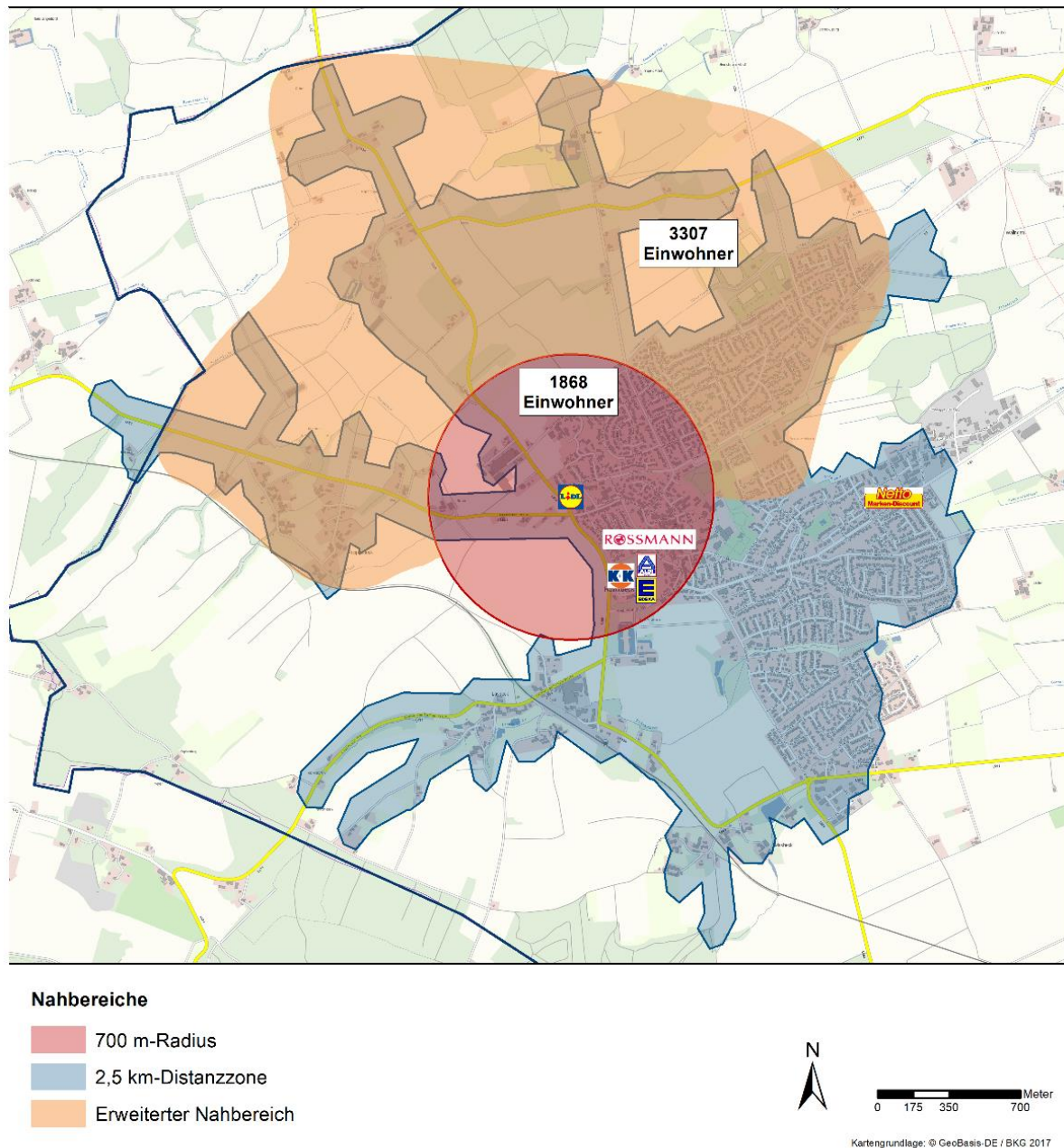
Kartengrundlage: © GeoBasis-DE / BKG 2017

Quelle: BBE-Darstellung 2018

Auswirkungsanalyse Lidl-Erweiterung in Havixbeck

Die Erreichbarkeit des Planstandortes in einer Fußwegedistanz von 700 m bzw. 1.000 m erstreckt sich auf die in Abbildung 8 dargestellten Bereiche und umfasst neben den nordöstlich angrenzenden Wohngebieten bis zur Stapeler Straße bzw. Ignatiusstraße auch die in südliche Richtung gelegenen Wohnlagen entlang der Blickallee, Hauptstraße und Altenberger Straße. Auch wenn hier eine Überschneidung mit den Nahbereichsradien der im zentralen Versorgungsbereich gelegenen Anbieter besteht, so stellt der Lidl-Markt für diese Einwohner doch eine fußläufig erreichbare Versorgungsalternative dar.

Abbildung 8: Fußläufige Erreichbarkeit und erweiterter Nahbereich



Quelle: BBE-Darstellung 2018

Auswirkungsanalyse Lidl-Erweiterung in Havixbeck

Angesichts der geringen Siedlungsdichte der ländlichen Gemeinde Havixbeck von aktuell rd. 219 Einwohnern pro km² kann der Nahbereich des Standortes gemäß den Ausführungen im Bericht der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Einzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ (in ZfBR 2002, 598, 601) deutlich weiter gezogen werden. Für Einwohnerdichten dieser Größenordnung ist der Nahbereich demnach auf einen Radius von bis zu 2.500 m zu definieren. Der Lidl-Markt stellt den nächstgelegenen Einkaufsstandort auch für die im nordwestlichen Gemeindegebiet, peripher gelegenen Siedlungsbereiche außerhalb des Kernsiedlungsbereiches (u. a. Bauernschaft Poppenbeck) dar und übernimmt damit eine wichtige Versorgungsfunktion für diesen Siedlungsbereich.

Im Einzelhandelskonzept der Gemeinde Havixbeck (Stand 2009) wird dem Lidl-Markt als integriertem Nahversorgungsstandort eine Versorgungsfunktion für den westlichen und nördlichen Siedlungsraum der Gemeinde zugewiesen.⁶ Bereits im Rahmen der Erarbeitung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes wurde eine Erweiterung des Lidl-Marktes geprüft und zum damaligen Zeitpunkt als verträglich eingestuft.

Gemäß Regionalplan für den Regierungsbezirk Münster befindet sich der Planstandort innerhalb des „Allgemeinen Siedlungsbereiches (ASB)“.

Abbildung 9: Regionalplan



Quelle: Bezirksregierung Münster, Regionalplan für den Regierungsbezirk Münster

Mit 1.000 m² stellt die geplante Verkaufsfläche des Lidl-Marktes einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb gemäß § 11 Abs. 3 Nr. 3 BauNVO dar. Somit erfordert das Vorhaben die Änderung des wirksamen Bebauungsplanes in ein Sondergebiet und eine entsprechende Änderung des Flächennutzungsplanes.

⁶ Vgl. BBE 2008, Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Havixbeck, 2009, S. 44 f.

5 Wettbewerbssituation

Um Aussagen über die wettbewerblichen Rahmenbedingungen sowie mögliche durch die geplante Erweiterung des Lebensmitteldiscountmarktes hervorgerufene städtebauliche Auswirkungen treffen zu können, ist eine Betrachtung der Angebotsstrukturen im lokalen und erweiterten Umfeld des Planstandortes notwendig.

Die Wettbewerbssituation des Planvorhabens wird im Wesentlichen durch Lebensmittelmärkte geprägt, während der kleinteilige Facheinzelhandel (Lebensmittelfachgeschäfte) nur in begrenztem Maße von der geplanten Erweiterung des Discounters betroffen sein wird. Dies resultiert daraus, dass Systemwettbewerber (= Super- / Discountmärkte, 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 Fachgeschäfte (z. B. Weinhändler, Obst- und Gemüsehändler).

Da es sich bei dem Vorhaben um die Erweiterung eines bestehenden Lebensmitteldiscounters handelt und der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand für den (regelmäßigen) Einkauf nahversorgungsrelevanter Sortimente begrenzt ist, konzentrieren sich die Wettbewerbsbetrachtungen im Wesentlichen auf die Angebotsstrukturen in Havixbeck. Zudem ist das Angebot in den nächstgelegenen Städten und Gemeinden wie Billerbeck, Nottuln und Altenberge nahezu identisch mit dem in Havixbeck, so dass keine größeren Zuflüsse durch Kunden von außerhalb der Gemeinde Havixbeck zu erwarten sind. Die Kaufkraftzuflüsse beschränken sich somit auf Streuumsätze, da in den Nachbarkommunen eine bedarfsgerechte „eigene“ Nahversorgung vorhanden ist. Im Gegenzug verteilen sich die Kaufkraftabflüsse der Havixbecker Bevölkerung aufgrund der starken Pendlerbeziehungen auf eine Vielzahl an Einkaufsstandorten im jeweiligen Umfeld der Arbeitsplätze und sind somit nicht auf einzelne Standorte herunterzubrechen. Der Untersuchungsraum konzentriert sich somit auf die Gemeinde Havixbeck.

Bevor die Angebotssituation in der Gemeinde Havixbeck detailliert dargestellt wird, ist in Abbildung 10 die Wettbewerbssituation in der Region kartografisch zusammengefasst.

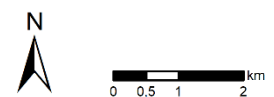
Auswirkungsanalyse Lidl-Erweiterung in Havixbeck

Abbildung 10: Wettbewerbssituation in der Region



Wettbewerbssituation

 Vorhabenstandort



Kartengrundlage: Nexiga GmbH, 2006-2012, Esri BaseMaps

Quelle: BBE-Darstellung 2018

5.1 Wettbewerber in Havixbeck

Die zentralen Versorgungsbereiche in der **Gemeinde Havixbeck** wurden im Einzelhandelskonzept von 2009 festgelegt. Neben dem Hauptzentrum wurde das Nahversorgungszentrum an der Blickallee abgegrenzt, ebenso wurden Nahversorgungsstandorte, Bestandsstandorte der Nahversorgung und Fachmarktstandorte definiert.

Innerhalb der Gemeinde Havixbeck stellen die Lebensmittelmärkte im **Nahversorgungszentrum** an der Blickallee im Ortskern die wesentlichen Wettbewerber des Planvorhabens dar. Ansässig sind hier die folgenden Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten:

- **Aldi-Lebensmittldiscounter**, Blickallee, Nahversorgungszentrum angrenzend an das Hauptzentrum, rd. 800 m² Verkaufsfläche
- **Edeka-Supermarkt**, Blickallee, Nahversorgungszentrum angrenzend an das Hauptzentrum, rd. 1.000 m² Verkaufsfläche
- **K+K-Supermarkt**, Blickallee, Nahversorgungszentrum angrenzend an das Hauptzentrum, rd. 800 m² Verkaufsfläche

Die drei Märkte bilden einen sehr leistungsfähigen Agglomerationsstandort mit einem Discounter und zwei Vollsortimentern, ergänzt um mehrere Bäckereien und weitere kleinteilige Angebotsstrukturen (u. a. Ernsting's family) in räumlicher Nähe zum gewachsenen Ortskern von Havixbeck. Wenngleich der gesamte Standort beim Kunden sehr gut angenommen wird, entsprechen die drei Betriebsstätten hinsichtlich ihrer Verkaufsflächendimensionierung nur noch eingeschränkt den aktuellen Markterfordernissen.

Die Anbindung der hier ansässigen Betriebsstätten an die benachbarten Fachmärkte Kodi und Rossmann sowie an den gewachsene Einkaufsbereich im Bereich der Hauptstraße kann als sehr gut bezeichnet werden; nach Überquerung der Blickallee sind die überwiegend inhaberführten Geschäfte im **Hauptzentrum** in weniger als 100 Metern zu erreichen. Das Angebot besteht hier aus Fachgeschäften unterschiedlicher Branchen (u. a. Bäckereien, Parfümerie, Optiker, Apotheken, Schuhe, Telekommunikation), die eine gute Ergänzung zum großflächigen Standort der Nahversorgung bieten. Es ist daher von starken Kopplungseffekten auszugehen. Direkte Wettbewerber des Lidl-Marktes sind im Hauptzentrum nicht ansässig, nur der Drogeriefachmarkt steht in eingeschränkten Wettbewerbsbeziehungen zum Planvorhaben.

Der gewachsene Ortskern von Havixbeck ist durch kleinteilige, historisch geprägte Bebauungsstrukturen und Grundstückszuschnitte geprägt. Die im Einzelhandelskonzept der Gemeinde ausgewiesenen Potenzialflächen sind in den letzten Jahren zumindest teilweise entwickelt worden. Darüber hinausgehende Flächenpotenziale, die für die Ansiedlung eines weiteren großflächigen Lebensmittelmarktes ausreichen, sind nicht erkennbar.

Einen weiteren Wettbewerbsstandort stellt der **Netto-Lebensmitteldiscounter** (rd. 700 m²) an der Schützenstraße dar. Der Anbieter übernimmt Versorgungsfunktionen für einen östlichen Teil des Gemeindegebietes, wurde aber aufgrund seines teilweise gewerblich geprägten Umfeldes im Einzelhandelskonzept nur als **Bestandsstandort der Nahversorgung ohne Erweiterungspotenzial** ausgewiesen. Diesem kommt aus konzeptioneller Sicht somit kein spezieller Schutzcharakter zu und es sollen

Auswirkungsanalyse Lidl-Erweiterung in Havixbeck

auch keine weiteren Entwicklungsperspektiven geboten werden. Allerdings sind diese Empfehlungen mittlerweile vor dem Hintergrund der Entwicklung neuer Baugebiete (Habichtsbach II), wodurch der Markt heute ein höheres Kaufkraftpotenzial im Nahbereich verzeichnen kann, noch einmal zu hinterfragen.

Der zum Zeitpunkt der Konzepterstellung noch am Markt vorhandene Edeka-Supermarkt an der Schützenstraße, ausgewiesen als Nahversorgungsstandort, ist vor einigen Jahren aufgegeben worden. Angesichts des Wettbewerbsumfeldes in Havixbeck ist eine Nachbelegung nicht zu erwarten, der Standort wird im Folgenden deshalb nicht weiter berücksichtigt.

Innerhalb des Angebotsgefüges der Gemeinde Havixbeck hat der projektierte Lidl-Markt ergänzend zu den Anbietern im zentralen Versorgungsbereich eine wichtige Bedeutung für die wohnortnahe Versorgung der Einwohner des nördlichen und westlichen Siedlungsbereiches wahr.

Das nahversorgungsrelevante Angebot der wettbewerbsrelevanten Anbieter in Havixbeck beläuft sich auf rd. 4.090 m² Verkaufsfläche mit einer entsprechenden Umsatzleistung von rd. 22,0 Mio. €.⁷

Abbildung 11: Wettbewerbssituation nach Standortlagen in Havixbeck

ZVB/ Standortbereich	Verkaufsfläche*	Umsatz*
	in m²	in Mio. €
ZVB Hauptzentrum Havixbeck (nur Rossmann)	430	2,2
ZVB Nahversorgungszentrum Blickallee (Aldi, Edeka, K+K)	2.370	12,6
Nahversorgungsstandorte Havixbeck (Lidl)	660	4,7
Sonstige Standortlagen Havixbeck (Netto)	630	2,8
Gemeinde Havixbeck gesamt	4.090	22,3

* nahversorgungsrelevante Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren);
inkl. des zu erweiternden Lidl-Marktes
Quelle: BBE-Berechnungen 2018

⁷ Inkl. Drogeriemarkt Rossmann, dieser steht allerdings nur äußerst geringfügig im Wettbewerb mit dem Planvorhaben

5.2 Wettbewerber in Nachbarkommunen

Die Nachbarkommunen von Havixbeck weisen allesamt einen mit den Havixbecker Nahversorgungsangeboten vergleichbaren bedarfsgerechten Einzelhandelsbesatz mit einem **Mix aus Vollsortiments- und Discountanbietern sowie Drogeriemarktangeboten** auf, so dass jede Gemeinde grundsätzlich die Versorgung der ortsansässigen Bevölkerung sicherstellen kann.

In der westlich gelegene **Stadt Billerbeck** besteht das Angebot im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich neben einem Edeka-Markt an der Münsterstraße innerhalb des Hauptzentrums Innenstadt aus dem Verbundstandort von K+K und Lidl an der Industriestraße sowie dem Aldi-Markt an der Darfelder Straße.

Im Kernort der **Gemeinde Nottuln** sind innerhalb des planerisch ausgewiesenen Hauptzentrums Ortszentrum ein Edeka- (Daruper Straße) sowie ein Lidl-Markt (Appelhülsener Straße) jeweils mit ergänzendem Drogeriemarktangebot ansässig. Zudem wird eine wesentliche Versorgungsfunktion auch durch das im weiteren Verlauf der Appelhülsener Straße liegende Nahversorgungszentrum mit den Anbietern K+K, Aldi und Netto erfüllt. Auch der räumlich vom Kernort abgesetzt liegende Ortsteil Appelhülsen verfügt mit Märkten der Betreiber Netto und K+K über eigene Versorgungsangebote.

Gleiches gilt für den **Sendener Ortsteil Bösensell** – neben den diversen Angeboten im Hauptort Senden wird die wohnortnahe Versorgung hier auch durch den örtlichen Edeka-Markt übernommen.

Die Lebensmittelversorgung in der nordöstlich gelegenen **Gemeinde Altenberge** wird überwiegend durch die Nahversorgungsstandorte außerhalb des Ortskerns sichergestellt. So befinden sich an der Münsterstraße die Anbieter Aldi und Edeka in unmittelbarer räumlicher Nähe zueinander, im Bereich „An der Alten Molkerei“ sind ein Lidl-Markt sowie der Drogeriemarkt Rossmann ansässig, während in der Innenstadt lediglich ein K+K-Markt ansässig ist.

Die **Gemeinde Laer** im Norden von Havixbeck verfügt mit Edeka im Hauptzentrum Ortskern und Netto an der Borghorster Straße ebenfalls über grundlegende Versorgungsangebote, wenngleich hier ebenso auch eine Orientierung auf die weiteren Angebotsstandorte in Altenberge festzustellen ist.

Auch die **(nord-)westlichen Stadtteile von Münster** sind mit K+K, Netto und Edeka in Nienberge, K+K, Netto und Rewe Ihr Kaufpark in Roxel sowie Edeka und Netto in Albachten gut mit Lebensmittelangeboten ausgestattet. Ergänzende Versorgungsfunktionen übernehmen hier die weiteren im Stadtgebiet von Münster ansässigen großformatigen Angebotsstätten mit einer z. T. auch überörtlichen Ausstrahlungskraft (u. a. Marktkauf in Gievenbeck, Hit an der Geringhoffstraße).

6 Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial

Das Einzugsgebiet des untersuchten Lebensmittelmarktes umfasst den Raum, aus dem dieser den überwiegenden Teil seines Umsatzes generiert und dadurch einen hohen Marktanteil erreicht. Es stellt damit das Gebiet dar, in dem das Erweiterungsvorhaben eine hohe Versorgungsbedeutung bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten übernimmt bzw. übernehmen wird.

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

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung in den geplanten Sortimentsbereichen,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,⁸
- die projektrelevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Anbieter im Standortumfeld,
- die Attraktivität der Projektvorhaben, die u. a. durch die Dimensionierung, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad der Betreiber bestimmt wird,
- die Qualität des Projektstandortes, die u. a. aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten sowie aus vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen ausgehend von z. B. topographischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten,
- traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung,
- die zentralörtliche Funktion der Stadt.

Dazu ist anzumerken, dass ein Einzugsgebiet grundsätzlich nicht als statisches Gebilde anzusehen ist, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil eines Betriebes/ Standortverbundes stammt. Darüber hinaus können diffuse Zuflüsse von außerhalb erwartet werden. Für den zu untersuchenden Lidl-Markt in Havixbeck sind folgende Faktoren für die (perspektivische) Reichweite des Kundenherkunftsgebietes von Bedeutung:

- Aufgrund des nahversorgungsbezogenen Angebotsschwerpunktes (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) des Lidl-Marktes stellt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand für die Ausdehnung des (perspektivischen) Einzugsgebietes einen begrenzenden Faktor dar.
- Das Marktgebiet des Lidl-Marktes wird sich maßgeblich an der grundzentralen Versorgungsfunktion von Havixbeck orientieren und demnach in erster Linie die eigene Bevölkerung ansprechen.

⁸ 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 Lidl-Erweiterung in Havixbeck

- Da in den benachbarten Städten und Gemeinden vergleichbare Versorgungsstrukturen vorzufinden sind, ist von dort keine wesentliche Orientierung auf die in Havixbeck vorgehaltenen Angebote anzunehmen. Dies gilt für die zu erweiternde Lidl-Filiale umso mehr, als in Billerbeck, Nottuln und Altenberge jeweils eigene Lidl-Märkte vertreten sind (Eigenkonkurrenz). Diese Märkte begrenzen zusätzlich die Ausstrahlkraft des neu aufzustellenden Lidl-Marktes.
- Den Angebotsstrukturen in den Nachbarkommunen kommt bei der Abgrenzung des Einzugsgebiets daher eine begrenzte Bedeutung zu.
- Der Planstandort befindet sich relativ zentral an der L 550; deshalb profitiert der Standort auch vom Durchgangsverkehr aus dem ländlich geprägten Umfeld, welcher sich jedoch aufgrund der vorgenannten Aspekte nur in Streuumsätzen äußern wird.

Unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation und der Ausstrahlungskraft des Planstandortes lässt sich für den zu erweiternden Lidl-Discounter somit ein **Einzugsgebiet** abgrenzen, das sich im Wesentlichen auf die Gemeinde Havixbeck selbst beschränkt. Denn für die hier lebende Bevölkerung, gerade aus den nördlichen und westlichen Gemeindeteilen stellt die zu erweiternde Lidl-Filiale – neben den weiteren, in Havixbeck ansässigen Lebensmittelmärkten – einen verkehrlich gut zu erreichenden, attraktiven (Nah-) Versorgungsstandort dar. Insgesamt umfasst das Einzugsgebiet des Planvorhabens ein **Bevölkerungspotenzial von rd. 11.650 Einwohnern**. Auf den 700 m-Radius rund um das Planvorhaben entfallen dabei rd. 1.870 Einwohner, auf den erweiterten Nahbereich weitere 3.300 Einwohner.

Darüber hinaus sind aufgrund der räumlichen Nähe zur L 550 geringe Streuumsätze als nicht genau zu lokalisierende Umsatzanteile zu erwarten.

Infolge der geplanten Erweiterung wird sich das Marktgebiet räumlich nicht ausdehnen. Hierfür sprechen die vergleichsweise geringe Vergrößerung der Verkaufsfläche sowie die Tatsache, dass der Lidl-Standort seit vielen Jahren am Markt etabliert ist. Vielmehr ist davon auszugehen, dass die Erweiterung insbesondere zu Umsatzumverteilungen innerhalb des Gemeindegebietes selbst führen wird. Zudem kann zumindest ein gewisser Anteil der Kaufkraft, der aufgrund der intensiven Pendlerbeziehungen aktuell an Einkaufsstandorte außerhalb der Gemeinde Havixbeck abfließt, nach der Attraktivitätssteigerung des Lidl-Marktes vermehrt vor Ort gebunden werden.

Das **vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen** errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag von aktuell ca. 2.660 € für nahversorgungsrelevante Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren),⁹ gewichtet mit der ortsspezifischen Kaufkraftkennziffer.

Die Höhe der **Kaufkraftkennziffer** wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer stellt unabhängig von der Ortsgröße das Verhältnis des in Havixbeck verfügbaren Netto-Einkommens zum Gesamteinkommen in Deutschland dar, welches für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht. Die Havixbecker Kaufkraftkennziffer für nahversorgungsrelevante Sortimente liegt bei 102,5 und somit über dem Bundesdurchschnitt (= 100,0).

⁹ BBE-Berechnungen auf Basis von Daten des Instituts für Handelsforschung (IfH), Brancheninformationssystem, Marktvolumen 2016

Auswirkungsanalyse Lidl-Erweiterung in Havixbeck

Unter Berücksichtigung der erläuterten Parameter steht im abgegrenzten Einzugsgebiet ein **Kaufkraftvolumen** in Höhe von ca. 31,7 Mio. € im Jahr für die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren zur Verfügung. Davon entfallen auf den 700 m-Radius ca. 5,1 Mio. € bzw. auf den erweiterten Nahbereich zusätzliche 9,0 Mio. €.

7 Auswirkungsanalyse

7.1 Marktaberschöpfung und Umsatzleistung des Planvorhabens

Unter Berücksichtigung der vorhandenen Wettbewerbsstrukturen im Untersuchungsgebiet, der Attraktivität des Planvorhabens sowie des ansprechbaren Kaufkraftvolumens im Einzugsgebiet werden die durch die geplante Erweiterung zu erwartenden Umsätze prognostiziert. Dabei bildet die Einschätzung der durch das Planvorhaben zu erwartenden (Mehr-)Umsätze die Voraussetzung für die Prognose ausgelöster Umsatzumlenkungen und der hierdurch möglicherweise hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen.

Die Umsatzerwartung hängt dabei zunächst von der Marktbedeutung der projektierten Betriebsform (Lebensmitteldiscountmarkt) sowie des Betreibers (Lidl) ab. Darüber hinaus nehmen auch die Gesamtattraktivität des Standortes, das ansprechbare Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet sowie die Intensität des Wettbewerbs Einfluss auf den zu erwartenden Umsatz.

Abbildung 12: Marktanteile des Lebensmitteldiscountmarktes nach der geplanten Erweiterung

Bereich/ Ortsteil	Erwarteter Umsatz	Kundenanteil	Kaufkraftpotenzial	Kaufkraftbindungsquote
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
700 m-Radius	1,1	19	5,1	22
Erweiterter Nahbereich	2,4	41	9,0	27
Havixbeck, sonstiges Gemeindegebiet	1,8	31	17,6	10
Havixbeck gesamt (11.646 EW)	5,3	91	31,7	17
diffuse Umsatzzuflüsse (Streuumsätze)	0,5	9	./.	./.
Nahversorgungsrelevante Kernsortimente gesamt	5,8	100	./.	./.
Nonfood-Sortimente	1,2	./.	./.	./.
Summe Planvorhaben	7,0	./.	./.	./.

Quelle: BBE-Berechnungen 2018, Rundungsdifferenzen möglich

Unter Berücksichtigung dieser Faktoren kann mit Kunden aus dem 700 m-Radius sowie aus dem erweiterten Nahbereich nach der geplanten Erweiterung voraussichtlich ein Umsatz von rund 3,5 Mio. € mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten erzielt werden. Darüber hinaus sind (diffuse) Streuumsätze zu erwarten, die aus Zufallseinkäufen resultieren und einen Umsatz- bzw. Kundenanteil von max. 9 % erreichen. Damit wird voraussichtlich ein Umsatz in Höhe von ca. 0,5 Mio. € mit Kunden aus einem größeren Herkunftsbereich erzielt.

Auswirkungsanalyse Lidl-Erweiterung in Havixbeck

Von dem in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren verfügbaren Kaufkraftpotenzial im erweiterten Nahbereich (rd. 14,1 Mio. €) wird das Planvorhaben somit rd. 25 % binden können. Etwa 60 % der Kunden stammen somit aus diesem Raum. Der Lidl-Markt dient somit auch nach der Erweiterung vor allem der Versorgung der im nördlichen und westlichen Gemeindegebiet von Havixbeck lebenden Bevölkerung und kann rund ein Fünftel der verfügbaren nahversorgungsrelevanten Kaufkraft im Nahversorgungsbereich binden. Im übrigen Gemeindegebiet von Havixbeck fällt die Kaufkraftbindungsquote angesichts des vorhandenen Wettbewerbs deutlich niedriger aus.

Laut sekundärstatistischen Daten beträgt der durchschnittliche Umsatz einer Lidl-Filiale in Deutschland rd. 6,4 Mio. €. Dies entspricht bei einer durchschnittlichen Filialgröße von ca. 860 m² Verkaufsfläche einer Flächenproduktivität von ca. 7.410 € je m² Verkaufsfläche. Grundsätzlich gilt für die Lidl-Märkte, dass unabhängig von der Filialgröße in allen Märkten dasselbe Angebot vorgehalten wird. Damit geht tendenziell einher, dass die kleineren Filialen (mit einem höheren Personalaufwand) einen auf die Fläche bezogenen höheren Umsatz erzielen können als die Filialen, die dasselbe Angebot auf einer größeren Fläche präsentieren (und damit weniger häufig Ware nachlegen müssen).

Der erzielbare Umsatz einer Lidl-Filiale steigt damit nicht linear mit der Verkaufsfläche. Auch ist zu berücksichtigen, dass dieser Durchschnittswert starke Schwankungen überdeckt, die aus der Wettbewerbssituation, dem Nachfragepotenzial und der konkreten Standortsituation resultieren.

Die BBE-Gutachter gehen davon aus, dass der bestehende Lidl-Markt mit ca. 800 m² Verkaufsfläche unter Berücksichtigung der Standortqualität, der Angebotssituation sowie des im Einzugsgebiet vorhandenen Bevölkerungspotenzials eine im Filialnetz unterdurchschnittliche Umsatzleistung erzielt. Der Umsatz der bestehenden Lidl-Filiale dürfte sich somit gegenwärtig in einer Größenordnung von rd. 5,6 Mio. € pro Jahr bewegen. Auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) entfallen hiervon rd. 4,7 Mio. € und auf Nonfood-Sortimente rd. 0,9 Mio. €. Bei den Nonfood-Sortimenten handelt es sich vornehmlich um die wöchentlich wechselnden Aktionswaren.

Da die **Aktionsware eines Lebensmitteldiscountmarktes** häufig wechselt, sind Zuordnungen der Fläche und Umsätze auf einzelne Warengruppen nur bedingt möglich. Grundsätzlich ist festzustellen, dass das Aktionswarenprogramm sämtliche Warengruppen des Einzelhandels umfasst, wobei insbesondere folgende Sortimentsbereiche regelmäßig im Angebot zu finden sind:

- Bekleidung / Textilien
- Schuhe / Lederwaren
- Papier / Schreibwaren / Bücher
- Haushaltswaren
- Spielwaren und Sportartikel
- Elektrogeräte und Unterhaltungselektronik
- Heimwerker- / Gartenbedarf.

Nach gutachterlichen Berechnungen auf Basis von Branchenveröffentlichungen und Ergebnissen der BBE-Marktforschung stellt das Textilsortiment unter den Nonfood-Artikeln von Lebensmitteldiscountmärkten das umsatzstärkste Teilsortiment dar. Im Durchschnitt über alle Discountmärkte entfallen rd. 6,0 %

Auswirkungsanalyse Lidl-Erweiterung in Havixbeck

des Gesamtumsatzes auf das Textilsortiment. An zweiter Stelle folgt mit rd. 3,5 % des Umsatzes das Segment (Unterhaltungs-) Elektronik. Für die sonstigen Nonfood-Sortimente liegen die durchschnittlichen Umsatzanteile bei rd. 0,5 - 1,0 %.

Durch die Verkaufsflächenerweiterung um ca. 200 m² wird im Sinne eines Worst-Case-Ansatzes von einem Umsatzzuwachs ausgegangen, der bei einem unveränderten Sortiment nur aus einer Attraktivitätssteigerung resultieren kann. Demgemäß wird im Folgenden ein **Umsatz von max. 7,0 Mio. €** für das Planvorhaben nach der Verkaufsflächenerweiterung berücksichtigt. Dies entspricht im Vergleich zum aktuellen Bestandsumsatz einem jährlichen **Mehrumsatz von max. 1,4 Mio. €**. Der prognostizierte Umsatz liegt nach Erweiterung somit oberhalb des durchschnittlichen Filialumsatzes von Lidl, die Flächenleistung (7.000 €/m²) angesichts einer oberhalb der durchschnittlichen Filialgröße liegenden Verkaufsfläche leicht unterhalb der durchschnittlichen Flächenleistung. Es wird damit ein realistischer Worst-Case-Ansatz angenommen.

Abbildung 13: Umsatzerwartung des Planvorhabens (BBE-Prognose)

Sortiment	Discountmarkt (vorher)	Discountmarkt (nachher)	Veränderung
in Mio. €			
Nahrungs- und Genussmittel/ Drogeriewaren	4,7	5,8	+ 1,1
Sonstige Sortimente	0,9	1,2	+ 0,3
Summe	5,6	7,0	+ 1,4

Quelle: BBE-Berechnungen 2018

Da es sich um eine bestandssichernde Maßnahme handelt, wird die Umsatzleistung durch die Verkaufsflächenerweiterung nur maßvoll ansteigen. Dafür sprechen folgende Indikatoren, die im Zusammenhang mit den Marktentwicklungen der letzten Jahre anzuführen sind:

- Die geplante Erweiterungsmaßnahme dient nicht der Ausweitung des Sortimentsangebotes. Vielmehr hat die Erweiterung den Zweck, die Voraussetzungen für eine großzügigere Warenpräsentation, verbesserte Kundenführung und Optimierung der internen Logistikabläufe zu schaffen.
- Da die geplante Erweiterungsmaßnahme zudem nicht zu einer vom Kunden bewusst wahrnehmbaren Veränderung bei der bestehenden Standort- und Objektsituation führen wird, wird das Vorhaben auch nicht mit einer nennenswerten Veränderung der bestehenden Kunden- und Kaufkraftströme einhergehen.
- Die Lidl-Filiale ist bereits am gegenwärtigen Standort etabliert. Gleiches gilt auch für die weiteren Angebotsstrukturen in Havixbeck, sodass sich die Einkaufsorientierungen und damit das Einkaufsverhalten der Verbraucher im Untersuchungsraum bereits im Wesentlichen herausgebildet haben.

Auswirkungsanalyse Lidl-Erweiterung in Havixbeck

- Mit der Erweiterung um rd. 200 m² Verkaufsfläche werden daher keine signifikanten Veränderungen des Marktgebietes einhergehen. Gleichwohl kann die projektierte Erweiterung die Rentabilität der Filiale deutlich verbessern.

Aus absatzwirtschaftlicher Sicht bedeutet dies, dass das veränderte Filialkonzept bundesweit zu einem **Rückgang in der Flächenproduktivität** führt, sodass der Flächenzuwachs vertriebsseitig tatsächlich **nur in eine vergleichsweise maßvolle Steigerung des Filialumsatzes** überführt werden kann.

Der gewählte Untersuchungsansatz eines steigenden Umsatzes und konstanter Flächenleistung ist damit als „**Worst-Case-Betrachtung**“ anzusehen.

Der Lidl-Markt dient somit auch nach der Erweiterung vor allem der Versorgung der Bevölkerung im nördlichen und westlichen Gemeindegebiet von Havixbeck. Damit resultiert der zu erwartende Umsatz vor allem aus einer erhöhten Kaufkraftbindung im heutigen Einzugsgebiet, eine räumliche Ausdehnung des Marktgebietes ist angesichts der Siedlungs- und Wettbewerbsstrukturen nicht zu erwarten.

7.2 Umsatzumverteilungseffekte

Im vorherigen Abschnitt wurden die Abschöpfungsquoten des Planvorhabens im projektrelevanten Einzugsgebiet ermittelt und somit dargelegt, welche Versorgungsbedeutung der Lidl-Markt nach der geplanten Erweiterung in der Gemeinde Havixbeck übernehmen kann.

Der bestehende Lidl-Markt ist als wichtiger Anbieter im Rahmen der wohnungsnahen Versorgung in der Gemeinde Havixbeck (Nahversorger) zu bewerten und hat bislang keine negativen Auswirkungen auf die örtlichen Versorgungsstrukturen ausgelöst.

Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind daher die durch das Erweiterungsvorhaben induzierten Umverteilungseffekte für die ansässigen Betriebe relevant. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall am Filialstandort zu erwartende Mehrumsatz zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern/ Wettbewerbsstandorten umverteilt wird.¹⁰

Da der vorhandene Lebensmittelmarkt am Standort allerdings bereits langjährig Umsätze realisiert, wird durch diesen „Bestandsumsatz“ keine zusätzliche städtebaulich relevante Umsatzumverteilung ausgelöst. Denn die Bestandsfiliale hat ihre Wettbewerbswirkung bereits in der Vergangenheit entfaltet. Allerdings ist infolge der angestrebten Verkaufsflächenerweiterung mit zusätzlichen Umsätzen und damit Wettbewerbswirkungen zu rechnen. Auf diese – im Worst-Case-Szenario – zu erwartende zusätzliche Umsatzleistung sind die städtebaulichen Auswirkungen des geplanten Modernisierungsvorhabens vornehmlich abzustellen. Diese Methodik ist in den letzten Jahren mehrfach vom OVG Münster – u.a. im Zuge der

¹⁰ Dabei werden „Worst-Case-Annahmen“ u. a. hinsichtlich der Auswirkungen für städtebaulich integrierte Wettbewerber (zentrale Versorgungsbereiche / wohnungsnah Standorte) getroffen.

Auswirkungsanalyse Lidl-Erweiterung in Havixbeck

geplanten Centro-Erweiterung in Oberhausen – bestätigt worden.¹¹ Bei der Beurteilung, ob im Rahmen einer Erweiterung eines bestehenden Einzelhandelsbetriebes Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche der Standortkommune oder benachbarter Kommunen zu erwarten sind, ist demnach zu beachten, dass der zu erweiternde Einzelhandelsbetrieb mit seiner bisherigen (genehmigten) Größe am Erweiterungsstandort bereits vorhanden ist.

Diese Verfahrensweise hat das Bundesverwaltungsgericht in seinem Beschluss vom 12.02.2009 grundsätzlich bestätigt.¹² Dort heißt es wörtlich: „Dass das Oberverwaltungsgericht bei der Prognose, ob schädliche Auswirkungen in diesem Sinne zu erwarten sind, berücksichtigt hat, dass die Klägerin am Erweiterungsstandort bereits ein genehmigtes Lebensmitteldiscountgeschäft mit einer Verkaufsfläche von 699,11 m² betreibt, dass es also nicht die Auswirkungen der Neuansiedlung eines Discounters mit einer Verkaufsfläche von 900,08 m², sondern der Erweiterung eines Geschäfts mit 699,11 m² um 200,97 m², das dadurch großflächig wird, ermittelt hat (UA S. 19), steht zu der dargelegten Rechtsprechung nicht in Widerspruch. **Bei der Prognose der Auswirkungen ist [...] von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen. Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb, dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt.**“

Die Umstrukturierung bzw. Erweiterung eines bereits am Markt tätigen Einzelhandelsbetriebes stellt folglich keine Neuansiedlung dar, sodass bei der Beurteilung etwaiger Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche im Wesentlichen auf die vorgesehene Verkaufsflächenerweiterung und den sich ggf. hieraus ergebenden zusätzlichen Attraktivitätsgewinn abzustellen ist.

Wie bereits dargestellt, ist im Falle der geplanten Erweiterung des Lidl-Discountmarktes eine zukünftige Umsatzleistung von insgesamt maximal 7,0 Mio. € zu prognostizieren. Gegenüber dem aktuellen Umsatz von rd. 5,6 Mio. € ergeben sich demnach Mehrumsätze in Höhe von maximal rd. 1,4 Mio. €, die mit rd. 1,1 Mio. € vor allem im nahversorgungsrelevanten Kernsortiment erwirtschaftet werden.

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

- Die durch die Erweiterungsplanung hervorgerufenen Umsatzverlagerungen gehen in erster Linie zu Lasten derjenigen Wettbewerber, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen. Dies bedeutet, dass als Hauptwettbewerber des Lidl-Marktes in erster Linie Lebensmitteldiscountmärkte anzusehen sind. Aber auch größere Vollsortimenter mit umfangreichem Eigenmarkenanteil im unteren Preissegment stehen verstärkt in Wettbewerbsbeziehungen zu Lebensmitteldiscountern. Dies umso mehr, wenn es sich um Soft- oder Hybrid-Discounters mit umfangreichen Markenprodukten und einer insgesamt höheren Artikelzahl handelt, wie es auch bei Lidl der Fall ist.

¹¹ Vgl. die Urteile des OVG Münster vom 06.06.2005; Aktenzeichen: 10 D 148/04.NE sowie vom 06.11.2008; Aktenzeichen 10 A 1417/07 bzw. 10 A 2601/07

¹² BVerwG 4 B 3.09

Auswirkungsanalyse Lidl-Erweiterung in Havixbeck

- Mit zunehmender Entfernung des Projektstandortes nimmt die Stärke der Umsatzverlagerungseffekte ab. Dies bedeutet, dass Einzelhandelsbetriebe im näheren Umfeld des Projektstandortes stärker von Umsatzverlagerungen betroffen sind als weiter entfernt gelegene Einzelhandelsbetriebe.
- Dieser Annahme liegt die Tatsache zugrunde, dass für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben mit zunehmender Zeitdistanz und 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 Einkaufshäufigkeit eine hohe Zeitdistanzempfindlichkeit auf. Die Folge hiervon ist, dass bereits nach relativ geringer Zeitdistanz die Nachfrage nach diesen Gütern deutlich abnimmt.

Unter Berücksichtigung dieser Annahmen, aufgrund der Wettbewerbssituation in den Nachbarkommunen und des hieraus hergeleiteten Marktgebietes werden sich die Umverteilungen durch die Erweiterungsplanung von Lidl überwiegend auf die in Havixbeck ansässigen Wettbewerber beziehen, da insgesamt nur marginale Änderungen der Einkaufsgewohnheiten der Kunden zu erwarten sind. Die geplante Neuaufstellung des Lidl-Marktes und die damit einhergehenden zu erwartenden Umsatzverlagerungen werden nach der BBE-Prognose folgende Konsequenzen haben:

Abbildung 14: Umsatzumverteilung durch das Planvorhaben

Zentraler Versorgungsbereich/ Standortbereich	Umsatz*	Umverteilung*	
	in Mio. €	in Mio. €	% des derzeitigen Umsatzes
ZVB Hauptzentrum Havixbeck (nur Rossmann)	2,2	(*)	./.
ZVB Nahversorgungszentrum Blickallee (Aldi, Edeka, K+K)	12,6	0,6	5
Sonstige Standortlagen Havixbeck (Netto)	2,8	0,1	4
Untersuchungsraum gesamt	17,6	0,7	4
Diffuse Umverteilung (Streuumsätze durch Auswärtige; Pendlerverflechtungen der Havixbecker)	./.	0,4	./.
Umverteilungseffekte insgesamt	./.	1,1	./.

* nur nahversorgungsrelevante Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren);
ohne den zu untersuchten Lidl-Markt
(*) marginal
Quelle: BBE-Berechnungen 2018, Rundungsdifferenzen möglich

Auswirkungsanalyse Lidl-Erweiterung in Havixbeck

Am stärksten von der Planung betroffen wird der Discountmarkt **Aldi im Nahversorgungszentrum Blickallee**. Einwohner, die in räumlicher Nähe beider Angebotsstandorte wohnen, könnten bei einer Attraktivitätssteigerung des Lidl-Marktes diesen häufiger als bisher aufsuchen. Aufgrund der räumlichen Nähe und der identischen Betriebsform steht der Anbieter Aldi mit dem zu erweiternden Lidl-Markt am stärksten im Wettbewerb, wenngleich sich die Aldi-Filiale durch ihre Agglomerationslage mit den beiden Vollsortimentsmärkten und den weiteren Angebotsstrukturen im Hauptzentrum von Havixbeck als äußerst wettbewerbsresistent darstellt und die prognostizierten Umsatzverluste sicherlich gut kompensieren kann. Die beiden **Supermärkte Edeka und K+K** werden nur marginale Umsatzeinbußen hinzunehmen haben. In der Summe werden sich die zu erwartenden Umverteilungen im Nahversorgungszentrum Blickallee auf insgesamt rd. 0,6 Mio. € addieren. Bezogen auf den am Standort getätigten nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsumsatz ergibt sich hierbei eine Umverteilungsquote von durchschnittlich rd. 5 %, die keinen der dort ansässigen Wettbewerber in seinem wirtschaftlichen Fortbestand gefährden wird.

Der im **Hauptzentrum** von Havixbeck ansässige Drogeriefachmarkt Rossmann sowie die übrigen Anbieter stellen hingegen keine direkten Wettbewerber des Planvorhabens dar, so dass hierauf nur marginale Umverteilungseffekte entfallen, die für die einzelnen Anbieter nicht von Relevanz sind.

Auf die **sonstigen Standortlagen** in Havixbeck entfallen Umverteilungseffekte in einer Größenordnung von rund 0,1 Mio. €, was bezogen auf den aktuellen Bestandumsatz einer Umverteilungsquote von rd. 4 % entspricht. Wesentlicher Anbieter ist hier **Netto** als zweiter Discountmarkt im Gemeindegebiet. Obwohl für den Anbieter somit gewisse Umsatzverluste zu erwarten sind, liegen diese nicht in einer geschäftsgefährdenden Dimension. Für diese Einschätzung ist von Bedeutung, dass das Einkaufsverhalten der Kunden aus dem östlichen Siedlungsbereich, die diesen Anbieter u. a. auch fußläufig erreichen können, sich durch die Erweiterung des bestehenden Anbieters nicht wesentlich ändern wird.

Unter Berücksichtigung der Versorgung durch das Ladenhandwerk und sonstige nahversorgungsrelevante Betriebe kann der örtliche nahversorgungsrelevante Einzelhandel in Havixbeck zukünftig gut 78 % der Kaufkraft binden. Damit fließen rd. 6,9 Mio. € der nahversorgungsrelevanten Kaufkraft aus Havixbeck an andere Standorte ab. Dies sind nach wie vor die diversen Einkaufsstandorte im näheren und weiteren Umfeld von Havixbeck (u. a. Nachbarkommunen, Oberzentrum Münster), die im Rahmen der hohen Pendlerströme aus Havixbeck aufgesucht werden.

Gegenüber **außerhalb des Untersuchungsraumes** gelegenen Angebotsstandorten wird –aufgrund der am Standort zu erwartenden Streuumsätze aber auch der intensiven Pendlerverflechtungen der Havixbecker – eine Umsatzgröße von rd. 0,4 Mio. € im Rahmen einer diffusen Umverteilung generiert, ohne dass hier eine standortbezogene Bilanzierung erfolgen kann. Umsatzverlagerungen in existenzgefährdender Höhe sind aufgrund der großen Anzahl von Wettbewerbern sowie der geringen absoluten Höhe der prognostizierten Effekte in allen Fällen auszuschließen.

7.3 Städtebauliche Bewertung der geplanten Lidl-Erweiterung

Die prognostizierten Umverteilungseffekte des Vorhabens sind im Hinblick auf die versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen in der Gemeinde Havixbeck und in den umliegenden Kommunen zu bewerten. Dabei stehen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche und der wohnungsnahen Versorgung im Vordergrund.

Für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden oder die Nahversorgung in Wohngebieten nachteilig beeinflusst wird.¹³ Diese nachteiligen Auswirkungen wären zu unterstellen, wenn infolge der projektierten Erweiterung des Lebensmitteldiscounters solche Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren 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 benachbarter zentraler Versorgungsbereiche (z. B. Ausbau der Nahversorgung in den zentralen Versorgungsbereichen der Gemeinde Havixbeck) 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 und an wohnungsnahen Versorgungsstandorten 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.

¹³ Die Einschätzung städtebaulicher Auswirkungen ist dabei maßgeblich angelehnt an die Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO, wonach sich Einzelhandelsbetriebe „nicht nur unwesentlich“ auswirken dürfen. Noch nicht abschließend geklärt ist, ab welcher Höhe des Schwellenwertes gravierende Auswirkungen auftreten können. In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis hat sich als quantitative Orientierungsgröße etabliert, dass bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust von 10 %, bei anderen Sortimenten von 20 % zu Geschäftsaufgaben als abwägungsrelevant angesehen wird. Bis zu diesen Abwägungsschwellenwerten ist regelmäßig davon auszugehen, dass sich keine erheblichen städtebaulichen Folgen ergeben werden. Es müssen jedoch weitere qualitative Indikatoren geprüft werden, um die Auswirkungen des Vorhabens beurteilen zu können.

Auswirkungsanalyse Lidl-Erweiterung in Havixbeck

Die BBE Handelsberatung GmbH vertritt die gutachterliche Einschätzung, dass durch die aktuell geplante Erweiterung des Lidl-Lebensmitteldiscountmarktes am Standort „An der Feuerwache“ keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung in Havixbeck und den umliegenden Städten und Gemeinden gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind.

Folgende Gründe sprechen zusammenfassend für diese Einschätzung:

- Es handelt sich um die Modernisierungsmaßnahme eines bestehenden Nahversorgungsbetriebes an einem eingeführten und im Einzelhandelskonzept als integrierter Nahversorgungsstandort ausgewiesenen Standortbereich. Die Versorgungsfunktion des Marktes wird sich auch nach der projektierten Erweiterung vor allem auf das nördliche und westliche Gemeindegebiet beziehen. Neben den Angebotsstandorten im Umfeld des Ortskerns stellt der Planstandort zusammen mit dem Netto-Markt an der Schützenstraße einen weiteren, wichtigen Träger der wohnortnahen Versorgung dar.¹⁴
- Durch die geplante Lidl-Erweiterung werden nur vergleichsweise geringe Umverteilungseffekte innerhalb der untersuchungsrelevanten zentralen Versorgungsbereiche und gegenüber den weiteren wohnungsnahen Versorgungsstrukturen ausgelöst, sodass die Wettbewerbswirkungen nicht die wirtschaftliche Tragfähigkeit einzelner Betriebe infrage stellen. Dies gilt gleichermaßen für die Lebensmittelmärkte als Hauptwettbewerber wie auch für die spezialisierten Betriebe des Ladenhandwerks (Bäckereien/ Metzgereien), die mit dem Planvorhaben nur in einem eingeschränkten Wettbewerb stehen. Städtebaulich relevante Auswirkungen sind somit nicht zu erwarten.
- Die Entwicklungsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche (Hauptzentrum, Nahversorgungszentrum) wird auch durch einen erweiterten Lidl-Marktes nicht eingeschränkt. Angesichts einer nach Realisierung der Planung zu erwartenden Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 79 % wird auch im Realisierungsfall der Erweiterung keine vollständige Kaufkraftabdeckung erreicht werden können und auch weiterhin nahversorgungsrelevante Kaufkraft aus Havixbeck abfließen. Für etwaige Weiterentwicklungsmaßnahmen innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche bleibt damit ein ausreichend hohes Marktpotenzial bestehen. Während innerhalb des derzeit ausgewiesenen Hauptzentrums aufgrund der kleinteiligen Bebauungsstrukturen keine größeren Entwicklungen realisierbar erscheinen, kommen hingegen auch für die Betriebe innerhalb des Nahversorgungszentrums Blickallee grundsätzlich Erweiterungs- und Modernisierungswünsche infrage.
- Auch die Funktionsfähigkeit des zweiten solitären Discountmarktes (Netto, Schützenstraße) als weiterer Nahversorger für das östliche Gemeindegebiet wird angesichts der geringen räumlichen Überschneidung der Naheinzugsbereiche nicht wesentlich tangiert.
- Aufgrund der Dimensionierung des Erweiterungsvorhabens sind wesentliche absatzwirtschaftliche Auswirkungen auf die Nachbarkommunen und damit negative übergemeindliche Auswirkungen für zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung auszuschließen. Darüber hin-

¹⁴ Während der Lidl-Markt im Einzelhandelskonzept als integrierter Nahversorgungsstandort eingeordnet wird, wurde der Netto-Markt mit seinem teilweise gewerblich geprägten Umfeld zum damaligen Zeitpunkt allerdings nur als Bestandsstandort bewertet.

Auswirkungsanalyse Lidl-Erweiterung in Havixbeck

aus ist die Umsatzumverteilung gegenüber Betrieben außerhalb von Havixbeck zu großen Teilen auf die Rückholung derzeit abfließender nahversorgungsrelevanter Kaufkraft zurückzuführen.

- Für die sonstigen Sortimente / Non-Food-Sortimente, für die eine zusätzliche Umsatzleistung von rd. 0,3 Mio. € zu erwarten ist, kann davon ausgegangen werden, dass die entsprechende Kaufkraft derzeit bereits überwiegend von größeren Lebensmittelmärkten gebunden wird. Somit kann unterstellt werden, dass die hierdurch hervorgerufenen Umsatzverlagerungen in erster Linie Lebensmittelmärkte betreffen werden. Sonstige Einzelhandelsbetriebe werden dagegen nur in einem sehr geringen Maß wettbewerblich tangiert, sodass die wirtschaftliche Tragfähigkeit des Facheinzelhandels in den zentralen Versorgungsbereichen nicht gefährdet wird.

Damit können im Falle der geplanten Erweiterung des Lidl-Marktes nachteilige Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung in Havixbeck und den Nachbarkommunen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO ausgeschlossen werden.

Die geplante Erweiterung stellt aus BBE-Sicht eine maßvolle und bedarfsgerechte Weiterentwicklung eines bestehenden Nahversorgungsstandortes dar. Die projektierte Erweiterung ist auch mit den Empfehlungen des Einzelhandelskonzeptes der Gemeinde Havixbeck vereinbar. So wird hier u. a. die Sicherung von Nahversorgungsangeboten an dezentralen und wohngebietsorientierten Standorten als Zielvorstellung definiert. Es handelt sich bei dem Lidl-Markt um einen ausgewiesenen Nahversorgungsstandort, für den bereits im Konzept eine markt- und zeitgerechte Weiterentwicklung empfohlen wurde. Die Versorgungsbedeutung des Standortes konzentriert sich ausschließlich auf das Havixbecker Gemeindegebiet mit einem Schwerpunkt für den nördlichen und westlichen Siedlungsbereich, aus dem 60 % der Kunden stammen.

7.4 Einordnung des Vorhabens in die Ziele des Landesentwicklungsplans

Mit dem Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen¹⁵ bestehen Ziele und Grundsätze der Raumordnung, die im Rahmen des Bauleitplanverfahrens in der Abwägung beachtet (Ziele) bzw. berücksichtigt (Grundsätze) werden müssen. Im Hinblick auf das Planvorhaben sind folgende Ziele zu berücksichtigen:

■ Ziel 6.5-1: Standorte nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen

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

■ Ziel 6.5-2: Zentrenrelevante Kernsortimente: Standorte nur in zentralen Versorgungsbereichen

Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur:

- in bestehenden zentralen Versorgungsbereichen sowie
- in neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrierten Lagen, die aufgrund ihrer räumlichen Zuordnung sowie verkehrsmäßigen Anbindung für die Versorgung der Bevölkerung zentrale Funktionen des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs erfüllen sollen,

dargestellt und festgesetzt werden.

Zentrenrelevant sind

- die Sortimente gemäß Anlage 1 und
- weitere von der jeweiligen Gemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste).

Ausnahmsweise dürfen Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO mit **nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten** auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden, wenn nachweislich:

- eine Lage in den zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere der Einhaltung gewachsener baulicher Strukturen oder der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild nicht möglich ist und
- die Bauleitplanung der Gewährleistung einer wohnungsnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und
- zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

¹⁵ Veröffentlichung der Rechtsverordnung am 25. Januar 2017

■ Ziel 6.5-3: Beeinträchtigungsverbot

Durch die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Diese landesplanerischen Zielvorgaben sind gemäß § 1 Abs. 4 Baugesetzbuch in allen Bauleitplanverfahren für großflächige Einzelhandelsvorhaben zu beachten. Im Einzelnen kommt ein Abgleich der projektrelevanten landesplanerischen Ziele mit dem Planvorhaben zu folgenden Ergebnissen:

■ Ziel 6.5-1: Standorte nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen

Der Regionalplan stellt für den Planstandort einen Allgemeinen Siedlungsbereich dar, das landesplanerische Ziel wird somit gewahrt.

■ Ziel 6.5-2: Der Planstandort befindet sich außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches, insofern ist zu prüfen, ob die Ausnahmeregelung für nahversorgungsrelevante Kernsortimente anzuwenden ist:

Die geplante Neuaufstellung des ansässigen Discountmarktes ist als Sicherung der Nahversorgung im nördlichen und westlichen Gemeindegebiet von Havixbeck und dabei im Sinne des Ziels 6.5-2 insbesondere für den (fußläufig erreichbaren) Nahbereich zu bewerten. Die zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde Havixbeck (Hauptzentrum, Nahversorgungszentrum) befinden sich zwar zentral gelegen in der Ortsmitte, können die fußläufige Versorgung der Bevölkerung im Nahbereich des Lidl-Marktes aber nur teilweise gewährleisten, womit dem eingeführten Standort des Discountmarktes an der Feuerwache bereits heute eine wichtige Ergänzungsfunktion für die Versorgung der Havixbecker Bevölkerung zukommt.

Der gewachsene Ortskern von Havixbeck erstreckt sich entlang der Hauptstraße, Altenberger Straße sowie der Blickallee und ist durch kleinteilige, historisch geprägte Bebauungsstrukturen und Grundstückszuschnitte geprägt. Die im Einzelhandelskonzept der Gemeinde ausgewiesenen Potenzialflächen sind in den letzten Jahren zumindest teilweise entwickelt worden. Darüber hinausgehende Flächenpotenziale, die für die Ansiedlung eines weiteren großflächigen Lebensmittelmarktes ausreichen, sind nicht vorhanden.

Die geplante Dimensionierung des Marktes - bezogen auf das nahversorgungsrelevante Nachfragepotenzial im erweiterten Nahbereich - ist als maßstabsgerecht zu bewerten. Unter Berücksichtigung des dort ansässigen Einwohner- bzw. Kaufkraftpotenzials (ca. 5.175 Einwohner/ ca. 14,1 Mio. € nahversorgungsrelevante Kaufkraft) ist die projektierte Dimensionierung von max. 1.000 m² Verkaufsfläche als bedarfsgerecht zu bewerten. Der zu erwartende nahversorgungsrelevante Umsatz von max. 5,8 Mio. € nach BBE-Prognose entspricht ca. 41 % der Kaufkraft im Verflechtungsbereich und liegt damit innerhalb der Spanne von 35 bis 50 %, die ein Indiz für eine überwiegende Nahversorgungsbedeutung eines Einzelhandelsbetriebes darstellt.

Die Zugrundelegung eines über den fußläufig erreichbaren 700 m-Radius hinausgehenden, erweiterten Nahbereiches orientiert sich an den Ausführungen der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Einzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ (in ZfBR 2002, 598, 601), die in dünner besiedelten, ländlichen Räumen eine Erweiterung des Nahbereiches auf, wie im Fall der Gemeinde Havixbeck, bis zu 2.500 m für sachgerecht hält. Eine Übertragung dieser Vorgehensweise auf die Herleitung der wohnortnahen Versorgungsfunktion im Sinne der Ausnahmeregelung des LEP erscheint aus gutachterlicher Sicht grundsätzlich geeignet.

Auswirkungsanalyse Lidl-Erweiterung in Havixbeck

Eine genaue Prognose der Umsatzherkunft belegt ebenfalls, dass das Planvorhaben überwiegend der wohnungsnahen Versorgung dienen wird. Denn der Markt wird mit 60 % den größten Umsatzanteil aus dem Nahbereich generieren. Weitere 31 % des Umsatzes werden mit Kunden aus dem übrigen Gemeindegebiet, weniger als 10 % mit auswärtigen Kunden getätigt.

- Ziel 6.5-3: Im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse konnte nachgewiesen werden, dass von dem Vorhaben keine wesentliche Beeinträchtigung der Versorgungsstrukturen und keine Gefährdung städtebaulich schutzwürdiger zentraler Versorgungsbereiche und deren Entwicklungsfähigkeit ausgehen werden. Das Beeinträchtigungsverbot wird somit durch das Vorhaben gewahrt.

8 Fazit

- Der Eigentümer des Einzelhandelsobjektes an der Feuerwache 35 in der Gemeinde Havixbeck plant zusammen mit dem Betreiber Lidl eine Erweiterung des ansässigen Discountmarktes von derzeit etwa 800 m² auf eine Größenordnung von rd. 1.000 m² Verkaufsfläche (VKF).
- Die Angebotsausrichtung wird auch nach der Erweiterung primär bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten liegen. Die geplante Erweiterungsmaßnahme zielt nach Auskunft der Fa. Lidl nicht auf eine Ausweitung des Sortimentsangebotes ab. Vielmehr sollen durch die Erweiterungsmaßnahme die Voraussetzungen für eine großzügigere Warenpräsentation, eine verbesserte Kundenführung und eine Optimierung der internen Logistikabläufe geschaffen werden. Das Planvorhaben und die damit verbundene Optimierung des Marktauftrittes sind somit als bestandssichernde Maßnahmen zu bewerten, die der Stabilisierung der erreichten Marktposition dienen.
- Für das Planvorhaben sind die Änderung des Bebauungsplanes in ein Sondergebiet, für die durch die örtliche Politik bereits ein Aufstellungsbeschluss gefasst wurde, sowie eine Änderung des Flächennutzungsplanes erforderlich.
- Das Marktgebiet des erweiterten Lidl-Marktes wird sich maßgeblich an der grundzentralen Versorgungsfunktion von Havixbeck orientieren und demnach in erster Linie die eigene Bevölkerung ansprechen. Da in den benachbarten Städten und Gemeinden vergleichbare Versorgungsstrukturen vorzufinden sind, ist von dort keine wesentliche Orientierung auf die in Havixbeck vorgehaltenen Angebote anzunehmen. Dies gilt umso mehr, als in Billerbeck, Nottuln und Altenberge jeweils eigene Lidl-Märkte vertreten sind, so dass diese Märkte entsprechend die Ausstrahlkraft des neu aufzustellenden Lidl-Marktes zusätzlich begrenzen. Insgesamt umfasst das Einzugsgebiet des Planvorhabens ein Bevölkerungspotenzial von rd. 11.650 Einwohnern. Auf den 700 m-Radius rund um das Planvorhaben entfallen dabei rd. 1.870 Einwohner, auf den erweiterten Nahbereich¹⁶ zusätzliche 3.300 Einwohner.
- Nach der Erweiterung stammt mit einem Umsatz von etwa 3,5 Mio. € (nur Nahversorgung) ein Anteil von 60 % der Kunden des Marktes aus dem erweiterten Nahbereich, weitere 31 % aus dem sonstigen Gemeindegebiet von Havixbeck. Darüber hinaus sind (diffuse) Streuumsätze zu erwarten, die aus Zufallseinkäufen resultieren und einen Umsatz- bzw. Kundenanteil von max. 9 % (rd. 0,5 Mio. €) aus einem größeren Herkunftsbereich erreichen. Er dient somit auch nach der Erweiterung vor allem der Versorgung der im nördlichen und westlichen Gemeindegebiet von Havixbeck lebenden Bevölkerung und kann rund ein Fünftel der verfügbaren nahversorgungsrelevanten Kaufkraft im Nahversorgungsbereich binden. Im übrigen Gemeindegebiet von Havixbeck fällt die Kaufkraftbindungsquote angesichts des vorhandenen Wettbewerbs deutlich niedriger aus.

¹⁶ Angesichts der geringen Siedlungsdichte der ländlichen Gemeinde Havixbeck von aktuell rd. 219 Einwohnern pro km² kann der Nahbereich des Standortes gemäß den Ausführungen im Bericht der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Einzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ (in ZfBR 2002, 598, 601) deutlich weiter gezogen werden als 700 m. Für Einwohnerdichten dieser Größenordnung ist der Nahbereich demnach auf einen Radius von bis zu 2.500 m dehnbar. Der Lidl-Markt stellt den nächstgelegenen Einkaufsstandort auch für die peripher gelegenen Siedlungsbereiche außerhalb des Kernsiedlungsbereiches (u. a. Bauerschaft Poppenbeck) dar und übt damit eine wichtige Versorgungsfunktion für diesen Siedlungsbereich.

Auswirkungsanalyse Lidl-Erweiterung in Havixbeck

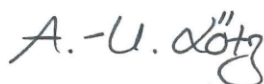
- Derzeit entfallen rd. 4,7 Mio. € von insgesamt 5,6 Mio. € Umsatz auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente. Nach erfolgter Modernisierung werden in der „Worst-Case-Betrachtung“ von insgesamt max. 7,0 Mio. € etwa 5,8 Mio. € in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten erwirtschaftet.
- Die Verkaufsflächenerweiterung wird im Zuge der Neuaufstellung zu einer Umsatzsteigerung von insgesamt max. 1,4 Mio. € führen. Auf den Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente wird dabei mit rd. 1,1 Mio. € der größte Umsatzanteil entfallen. Für den Bereich der sonstigen Non-Food-Sortimente wird ein Umsatzzuwachs von rd. 0,3 Mio. € erwartet.
- Der Lidl-Markt dient auch nach der Erweiterung vor allem der Versorgung der Bevölkerung im nördlichen und westlichen Gemeindegebiet von Havixbeck. Damit resultiert der zu erwartende Umsatz vor allem aus einer erhöhten Kaufkraftbindung im heutigen Einzugsgebiet, eine räumliche Ausdehnung des Marktgebietes ist angesichts der Siedlungs- und Wettbewerbsstrukturen nicht zu erwarten. Vielmehr ist davon auszugehen, dass die Erweiterung insbesondere zu Umsatzumverteilungen innerhalb des Gemeindegebietes selbst führen wird. Zudem kann zumindest ein gewisser Anteil der Kaufkraft, der aufgrund der intensiven Pendlerbeziehungen aktuell an Einkaufsstandorte außerhalb der Gemeinde Havixbeck abfließt, nach der Attraktivitätssteigerung des Lidl-Marktes vermehrt vor Ort gebunden werden.
- Die Auswirkungsanalyse zeigt, dass wettbewerbliche Auswirkungen des Erweiterungsvorhabens innerhalb bestehender Marktstrukturen vorrangig bei vergleichbaren Anbietern, also bei Vollsortimentern, zum Tragen kommen werden. Dies sind innerhalb der Gemeinde Havixbeck insbesondere die Lebensmittelmärkte im Nahversorgungszentrum an der Blickallee im Ortskern (Aldi, Edeka, K+K) sowie auch der Netto-Lebensmitteldiscounter an der Schützenstraße.
- Die Umsatzzumlenkungen bewegen sich hier mit max. 0,6 bzw. max. 5 % bezogen auf den relativen Wettbewerbsumsatz im Rahmen üblicher Wettbewerbswirkungen. Die Umverteilungseffekte stellen in keinem Fall die wirtschaftliche Tragfähigkeit einzelner Betriebe infrage. Städtebaulich relevante Auswirkungen sind somit nicht zu erwarten und auch die Entwicklungsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche (Hauptzentrum, Nahversorgungszentrum) wird durch die bestandsichernde Erweiterung des Lidl-Marktes nicht tangiert.
- Die geplante Erweiterung stellt aus BBE-Sicht eine maßvolle und bedarfsgerechte Weiterentwicklung eines bestehenden Nahversorgungsstandortes dar, der neben den Angebotsstandorten im Umfeld des Ortskerns zusammen mit dem Netto-Markt an der Schützenstraße die Funktion eines weiteren, wichtigen Trägers der wohnortnahen Versorgung übernimmt.
- Der Untersuchungsstandort wird im Einzelhandelskonzept der Gemeinde Havixbeck (Stand 2009) als integrierter Nahversorgungsstandort mit einer Versorgungsfunktion für den westlichen und nördlichen Siedlungsraum der Gemeinde ausgewiesen. Bereits im Rahmen der Erarbeitung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes wurde eine Erweiterung des Lidl-Marktes geprüft und zum damaligen Zeitpunkt als verträglich eingestuft und zur Sicherung der Versorgungsfunktion sowie Beibehaltung der Wettbewerbsfähigkeit empfohlen. Die projektierte Erweiterung ist damit auch mit den Empfehlungen des Einzelhandelskonzeptes der Gemeinde Havixbeck vereinbar. So wird hier u. a. die Sicherung von Nahversorgungsangeboten an dezentralen und wohngebietsorientierten Standorten als Zielvorstellung definiert.

Auswirkungsanalyse Lidl-Erweiterung in Havixbeck

- Im Hinblick auf die Ziele der Landesplanung kann aus gutachterlicher Sicht die Wahrung der Ausnahmeregelung von Ziel 6.5-2 LEP NRW geltend gemacht werden. Der Planstandort übernimmt in diesem Sinne eine wichtige Versorgungsfunktion für den (fußläufig erreichbaren) Nahbereich im nördlichen und westlichen Gemeindegebiet. Während die im zentralen Versorgungsbereich der Gemeinde Havixbeck (Hauptzentrum, Nahversorgungszentrum) gelegenen Anbieter keine vollständige räumliche Versorgung gewährleisten können, stellt der Lidl-Markt eine wichtige Ergänzung dar. Zusätzliche Flächenpotenziale, die für die Ansiedlung eines weiteren großflächigen Lebensmittelmarktes ausreichen, sind aufgrund der kleinteiligen, historisch geprägten Bebauungsstrukturen und Grundstückszuschnitte innerhalb des Ortskerns zudem nicht erkennbar. Die geplante Dimensionierung des Marktes - bezogen auf das nahversorgungsrelevante Nachfragepotenzial im erweiterten Nahbereich¹⁷ - ist mit einem Anteil von 41% der Kaufkraft aus diesem Verflechtungsbereich als maßstabsgerecht zu bewerten. Eine Prognose der Umsatzherkunft (60 % erweiterter Nahbereich, 31 % übriges Gemeindegebiet Havixbeck, weniger als 10 % auswärtige Kunden) belegt ebenfalls, dass das Planvorhaben überwiegend der wohnungsnahen Versorgung dienen wird.

Münster, im Januar 2018

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Ann-Kathrin Lötze
Consultant



i. V. Rainer Schmidt-Illguth
Niederlassungsleiter

¹⁷ Die Zugrundelegung eines über den fußläufig erreichbaren 700 m-Radius hinausgehenden, erweiterten Nahbereiches orientiert sich an den Ausführungen der Arbeitsgruppe „Strukturwandel im Einzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO“ (in ZfBR 2002, 598, 601), die in dünner besiedelten, ländlichen Räumen eine Erweiterung des Nahbereiches auf, wie im Fall der Gemeinde Havixbeck, bis zu 2.500 m für sachgerecht hält. Eine Übertragung dieser Vorgehensweise auf die Herleitung der wohnortnahen Versorgungsfunktion im Sinne der Ausnahmeregelung des LEP erscheint aus gutachterlicher Sicht grundsätzlich geeignet.