

Auswirkungsanalyse

zur geplanten Neuaufstellung des Netto-Lebensmitteldiscountmarktes in Andernach-Miesenheim

für die
RATISBONA Handelsimmobilien
Niederkasseler Lohweg 18
40547 Düsseldorf

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 Januar 2024

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | Ausgangssituation und Zielsetzung und methodische Vorgehensweise | 4 |
| 1.1 | Ausgangssituation und Zielsetzung | 4 |
| 1.2 | Methodische Vorgehensweise | 5 |
| 2 | Einordnung der geplanten Netto-Erweiterung in die Marktentwicklung des Lebensmitteleinzelhandels..... | 6 |
| 3 | Standortseitige Aspekte | 8 |
| 3.1 | Makrostandort | 8 |
| 3.2 | Mikrostandort | 9 |
| 4 | Wettbewerbssituation | 11 |
| 4.1 | Einzelhandelssituation in Andernach-Miesenheim | 13 |
| 4.2 | Projektrelevanter Wettbewerb außerhalb von Andernach-Miesenheim | 15 |
| 4.2.1 | Wettbewerb in der Kernstadt von Andernach | 15 |
| 4.2.2 | Wettbewerb in der Ortsgemeinde Plaidt | 17 |
| 4.3 | Wettbewerbssituation - Zusammenfassung..... | 19 |
| 5 | Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial | 20 |
| 6 | Auswirkungsanalyse | 23 |
| 6.1 | Umsatzprognose | 23 |
| 6.2 | Umsatzumlenkungseffekte..... | 26 |
| 6.3 | Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung | 29 |
| 6.4 | Einordnung des Vorhabens in die Ziele des Landesentwicklungsprogramms | 32 |
| 7 | Fazit der Auswirkungsanalyse | 37 |

Abbildungsverzeichnis

| | | |
|--------------|---|----|
| Abbildung 1: | Fotos des Planstandortes | 9 |
| Abbildung 2: | Wettbewerbssituation | 12 |
| Abbildung 3: | Nutzungsstrukturen im Stadtteil Miesenheim | 13 |
| Abbildung 4: | Rewe-Supermarkt in der Andernacher Innenstadt (Foto) | 15 |
| Abbildung 5: | Projektrelevante Lebensmittelmärkte im Standortbereich Koblenzer Straße / Füllscheuerweg (Fotos) | 16 |
| Abbildung 6: | Sonstige projektrelevante Lebensmittelmärkte in der Stadt Andernach (Fotos) | 17 |
| Abbildung 7: | Projektrelevante Lebensmittelmärkte an der Fraukircher Straße in Plaidt (Fotos) | 18 |
| Abbildung 8: | Rewe an der L 117/ Friedhofstraße (Foto) | 18 |

Tabellenverzeichnis

| | | |
|------------|--|----|
| Tabelle 1: | Flächenkonzept des erweiterten Netto-Lebensmittelmarktes | 6 |
| Tabelle 2: | Lebensmittelmärkte im Untersuchungsraum | 19 |
| Tabelle 3: | Marktanteile des Netto-Lebensmitteldiscountmarktes vor und nach Neuaufstellung . | 24 |
| Tabelle 4: | Flächenleistung des Planvorhabens..... | 25 |
| Tabelle 5: | Umverteilungseffekte der geplante Netto-Erweiterung..... | 28 |

1 Ausgangssituation und Zielsetzung und methodische Vorgehensweise

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Die RATISBONA Handelsimmobilien plant, den am Standort „An der K 62“ in Andernach-Miesenheim ansässigen Netto-Lebensmitteldiscountmarkt zu modernisieren. Hierbei ist vorgesehen, das Bestandsgebäude an seiner Ostseite mit einem Anbau zu versehen. Der Markt, der heute über eine Verkaufsfläche von ca. 760 m² verfügt, soll im Rahmen der Neuaufstellung auf ca. 1.000 m² Verkaufsfläche erweitert werden (einschließlich eines angegliederten Cafés mit Backwarenverkauf).

Das Grundstück des Erweiterungsvorhabens befindet sich im Geltungsbereich eines Bebauungsplanes, der ein Gewerbegebiet gemäß § 8 Baunutzungsverordnung (BauNVO) festsetzt.

Mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.000 m² wird das Vorhaben die Grenze zur Großflächigkeit überschreiten, sodass die geplante Erweiterung der Netto-Filiale im Ortsteil Andernach-Miesenheim eine Änderung des Bebauungsplanes „Gewerbegebiet an der B 256“ und im Parallelverfahren des Flächennutzungsplanes erforderlich macht.

Allerdings befindet sich das geplante Einzelhandelsvorhaben außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches. Vor diesem Hintergrund widerspricht das Erweiterungsvorhaben dem Integrationsgebot gemäß Ziel 58 LEP IV, sodass eine Genehmigung nur erfolgen kann, wenn seitens der Landesplanungsbehörden einer Abweichung von diesem Ziel entsprochen wird.

Zur Begründung einer Zielabweichung können die Ergebnisse einer gutachterlichen Stellungnahme mit „Empfehlungen zur Entwicklung der wohnungsnahen Grundversorgung in Andernach-Miesenheim“ herangezogen werden, die die BBE Handelsberatung im Jahr 2021 erarbeitet hat. Dieses Gutachten bewertet die aktuelle Planung, in Miesenheim den Netto-Lebensmitteldiscountmarkt neu aufzustellen, in ihrem Beitrag zur Sicherung und Stärkung der wohnungsnahen Versorgung in Andernach-Miesenheim insgesamt positiv.

Da das kommunale Einzelhandelskonzept der Stadt Andernach, das in den Jahren 2012 und 2013 von der BBE Handelsberatung erstellt worden ist, für keinen Standortbereich im Stadtteil Miesenheim die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereiches vorsieht, wäre eine Verlagerung innerhalb des Stadtteils nicht zielführend. Der damals ermittelte Potenzialstandort wird heute anderweitig genutzt und steht daher dauerhaft nicht zur Verfügung.

Im Zuge dieses Verfahrens wird zudem unter anderem ein Nachweis erforderlich, dass für den Realisierungsfall der Erweiterung negative Auswirkungen auf umliegende zentrale Versorgungsbereiche oder die wohnungsnahen Versorgung in Andernach und den Nachbarkommunen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO ausgeschlossen werden können. Kann dieser Nachweis geführt werden, ist gleichzeitig gewährleistet, dass das Erweiterungsvorhaben das landesplanerische Nichtbeeinträchtigungsgebot gemäß Ziel 60 Landesentwicklungsprogramm (LEP IV) wahren wird.

Die BBE Handelsberatung legt nun eine Auswirkungsanalyse vor, das im anstehenden Bauleitplan- und Genehmigungsverfahren als fundierte Entscheidungsgrundlage Verwendung finden kann.

1.2 Methodische Vorgehensweise

Die Grundlage der Analyse bilden Recherchen des Gutachters in der Stadt Andernach und in der angrenzenden Gemeinde Plaidt. In Ergänzung erfolgt eine Aufbereitung von sekundärstatistischen Daten. Im Einzelnen wurden folgende Schritte durchgeführt:

- Durchführung von Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung des Projektstandortes,
- Erhebung der strukturprägenden Lebensmittelmärkte (v.a. Supermärkte und Lebensmitteldiscounter) im Untersuchungsgebiet,
- Umsatzschätzung für die erfassten Einzelhandelsbetriebe unter Berücksichtigung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern,
- 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 Vorhaben beeinflussten zukünftigen Kaufkraftbewegungen wird unter Zugrundelegung der folgenden 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.

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

2 Einordnung der geplanten Netto-Erweiterung in die Marktentwicklung des Lebensmitteleinzelhandels

Wie einleitend bereits erläutert, plant die RATISBONA Handelsimmobilien die Modernisierung der Netto-Filiale am Standort „An der K 62“ in Andernach-Miesenheim. Im Rahmen der Modernisierung soll die Verkaufsfläche von heute rd. 760 m² auf künftig maximal rd. 1.000 m² einschließlich eines angegliederten Cafés mit Backwarenverkauf) erweitert werden.

Das Flächenprogramm des erweiterten Netto-Lebensmitteldiscountmarktes stellt sich nach Sortimenten untergliedert wie folgt dar:

Tabelle 1: Flächenkonzept des erweiterten Netto-Lebensmittelmarktes

| Netto-Lebensmitteldiscountmarkt | Verkaufsfläche | |
|---|----------------|------------|
| | absolut | in % |
| Sortimente | | |
| ■ Nahrungs- und Genussmittel | 800 | 80 |
| ■ Drogeriewaren | 100 | 10 |
| ■ sonstige Sortimente (insbesondere Aktionswaren) | 100 | 10 |
| SUMME | 1.000 | 100 |

Quelle: Angaben des Auftraggebers/ Berechnungen 2024 (Rundungsdifferenzen möglich)

Bei dem erweiterten Lebensmittelmarkt (> 800 m² VKF / > 1.200 m² BGF) wird es sich um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb handeln. Nahrungs- und Genussmittel werden rd. 80 % der Verkaufsfläche des neu aufgestellten Discountmarktes belegen. Ergänzt werden die nahversorgungsrelevanten Kernsortimente durch Drogeriewaren, die rd. 10 % der Verkaufsfläche angeboten werden. Somit wird der Netto-Markt auch nach der Erweiterung einen eindeutigen nahversorgungsrelevanten Sortimentsschwerpunkt (Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren) aufweisen. Der Anteil der sonstigen Sortimente (zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente) wird bei max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche liegen. Bei den sonstigen Sortimenten handelt es sich in erster Linie um wöchentlich wechselnde 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.

Die Flächenvergrößerung der Lebensmitteldiscounter dient 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 Backwaren) 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.

Dabei stellen Netto-Lebensmitteldiscounter als Markendiscounter eine Mischform von Super- und Discountmarkt dar (Supermarkt-Discount-Hybriden oder Hybrid-Discounter) dar. So positioniert sich Netto hinsichtlich der Artikelzahl und des Getränkesortimentes zwischen Supermarkt und Lebensmitteldiscounter. Mit rund 3.500 Artikeln ist das Angebot eines Netto-Marktes deutlich umfassender als das eines „typischen“ Discounters mit 1.500 bis 2.000 Artikeln. Dies hat zur Folge, dass das Sortiment breiter und auch tiefer aufgestellt ist und der Kunde eine umfangreichere Nahversorgung vorfindet. Neben Eigenmarken bietet Netto dabei eine discount-untypisch hohe Anzahl an Markenartikeln an. Auch bei Drogerieartikeln, Tiernahrung und Wasch- und Putzmitteln verfügt Netto über eine größere Sortimentsbreite und entspricht eher dem Aufbau eines Supermarktes. Zudem verzichtet Netto weitgehend auf Aktionsartikel, sodass der entsprechende Umsatzanteil deutlich unter dem der klassischen Discounter liegt.

Ordnet man die geplante Verkaufsflächenerweiterung des Netto-Marktes in die aufgezeigten Distributionsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel sowie in die aktuellen Marktentwicklungen im Nahrungs- und Genussmittelsektor ein, so kann zunächst Folgendes festgehalten werden:

- Per Definition ist der Netto-Markt dem Betriebstyp des Lebensmitteldiscounters zuzuordnen.
- Discounter der neusten Generation verfügen in der Regel über eine Verkaufsfläche von mindestens 1.200 m². Für den Netto-Markt ist eine Verkaufsflächenerweiterung auf rd. 1.000 m² vorgesehen. Damit wird diese unter der Mindestverkaufsfläche von Discountern der neuesten Generation liegen.
- Die Vergrößerung der Verkaufsfläche dient der Verbesserung der innerbetrieblichen Abläufe und der kundenfreundlichen Warenpräsentation sowie 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 Netto-Filiale – unabhängig von der Verkaufsfläche – das gleiche Sortiment angeboten wird.

3 Standortseitige Aspekte

3.1 Makrostandort

Im Folgenden werden einzelhandelsrelevante Rahmendaten dargestellt, die für Beurteilung des Vorhabens relevant sind. Dazu zählen soziodemografische sowie nachfrage- und angebotsseitige Strukturdaten der Stadt Andernach.

Lage und zentralörtliche Funktion

Die Stadt Andernach ist eine große kreisangehörige Stadt im Landkreis Mayen-Koblenz. Die Stadt grenzt - durch den Rhein getrennt - nordöstlich an den rechtsrheinischen Landkreis Neuwied. Südlich liegen die Gemeinden Weißenthurm, Kettig, Saffig, Plaidt, Kretz und Nickenich. Im Nordwesten grenzt der Kreis Ahrweiler an das Stadtgebiet an.

Im Landesentwicklungsprogramm (LEP IV) wird der Stadt Andernach die Funktion eines Mittelzentrums zugewiesen. Die südöstlich rd. 15 km entfernte Stadt Koblenz ist das nächstgelegene Oberzentrum. In unmittelbarer Nähe zu Andernach liegt auf der gegenüberliegenden Rheinseite das Mittelzentrum Neuwied. Südwestlich befindet sich als weiteres Mittelzentrum die Stadt Mayen in rd. 22 km Entfernung. Im Norden liegt in rd. 18 km Entfernung die Stadt Sinzig, die in einer freiwilligen Kooperation mit den Städten Bad Neuenahr-Ahrweiler und Remagen ebenfalls als Mittelzentrum fungiert. Umliegende Grundzentren sind Weißenthurm, Plaidt und Mülheim-Kärlich im Süden, Mendig, Niederzissen und Burgbrohl im Westen sowie Bad Breisig im Norden.

Bevölkerungsdaten und Siedlungsstruktur

In der Stadt Andernach leben 30.880 Einwohner, die sich auf fünf Stadtteile verteilen. Die Stadtteile der Stadt Andernach sind die Kernstadt Andernach, Eich, Kell, Miesenheim und Namedy.

Mit einem Bevölkerungspotenzial von rd. 23.410 Einwohnern stellt die Kernstadt Andernach den mit großem Abstand einwohnerstärksten Stadtteil dar, gefolgt von Miesenheim mit rd. 3.180 Einwohnern, Eich mit rd. 2.000 Einwohnern, Namedy mit rd. 1.290 Einwohnern und Kell mit rd. 1.000 Einwohnern.²

Erreichbarkeit und Verkehr

Auch wenn keine eigene Autobahnanschlussstelle vorliegt, verfügt die Stadt Andernach über eine gute verkehrliche Anbindung. So sind die nächstgelegenen Autobahnen gut über die Bundesstraßen B 9, B 42 und B 256 zu erreichen. Wichtigste Verkehrsachse in Nord-Süd-Richtung ist die Bundesstraße B 9, die linksrheinisch am Rheinufer entlang und durch Koblenz verläuft. Im Osten führt die B 256 zur B 42 und zur Autobahn A 3, im Westen zur Autobahn A 61.

² Angaben der Stadt Andernach, Stand: 31.10.2023, nur Hauptwohnsitze

Die Landstraßen L 121, L 116 und L 117 dienen der Erschließung der umliegenden Orte. Die auf der gegenüberliegenden Rheinseite gelegene Stadt Neuwied ist über die Rheinbrücke bei Weißenthurm in kurzer Zeit zu erreichen.

3.2 Mikrostandort

Neben der Analyse des Makrostandortes stellt die Mikrostandortanalyse den zweiten Teil der Standortbewertung dar. Damit werden insbesondere die Aspekte der Lage und der verkehrlichen Erreichbarkeit thematisiert. Der Mikrostandort ist vor allem auch für die Abgrenzung des prospektiven Einzugsgebietes von Relevanz.

Abbildung 1: Fotos des Planstandortes



Quelle: Eigene Fotos

Lage des Projektgrundstücks und Nutzungsumfeld

Der zu betrachtende Netto-Lebensmitteldiscountmarkt ist am Straßenzug An der K 62 im Stadtteil Andernach-Miesenheim gelegen. Miesenheim ist der südlichste Stadtteil von Andernach; die Entfernung zur Kernstadt Andernach beträgt rd. 4 Kilometer. Die Ortsgemeinde Plaidt grenzt im Süden unmittelbar an den Stadtteil Miesenheim an.

Der Projektstandort wird im Süden durch den Straßenzug An der K 62 und im Westen durch die B 256 begrenzt. Das Standortumfeld wird durch gewerbliche Nutzungen und Grünflächen geprägt. Die Miesenhheimer Wohnquartiere befinden sich in einer fußläufigen Entfernung von rd. 450 Metern in südöstlicher Richtung.

Verkehrliche Situation des Planstandortes

Hinsichtlich der Verkehrserschließung profitiert der Standort aufgrund seiner unmittelbaren Lage an der B 256 von einer hohen Verkehrsgunst. In einer Entfernung von rd. 1 Kilometer zum Vorhabenstandort befindet sich der Bahnhof Miesenheim mit den Regionalbahn-Linien RB 23 und RB 38.

Funktionale Lage und Einordnung in das kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Wie eingangs bereits dargelegt, ist im Hinblick auf die funktionale Lagesituation des Marktstandortes festzuhalten, dass sich dieser außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches befindet. Allerdings sieht das kommunale Einzelhandelskonzept der Stadt Andernach, das im Jahr 2012 von der BBE Handelsberatung erstellt worden ist, für keinen Standortbereich im Stadtteil Miesenheim die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereiches vor.

Aufgrund defizitärer Nahversorgungsstrukturen wurde im kommunalen Einzelhandelskonzept der Stadt Andernach stattdessen eine Gewerbebrache an der Plaidter Straße im Umfeld des Bürgerhauses für die Aufnahme eines weiteren Lebensmittelmarktes als geeignet bewertet. Zwischenzeitlich wurde dieses Areal allerdings vollständig mit einer gemischten Bebauung belegt und es bestehen auch keine Alternativstandorte, sodass sich die planerischen Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in Miesenheim deutlich geändert haben und eine Verlagerung des Netto-Marktes innerhalb des Stadtteils nicht mehr möglich ist.

Die geplante Erweiterung des Netto-Marktes ist als bestandsichernde Maßnahme eines strukturprägenden Nahversorgungsbetriebes zu bewerten, der wesentliche Nahversorgungsfunktionen für den Stadtteil Miesenheim übernimmt. Da im Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Stadt Andernach die Sicherung bzw. Wiederherstellung der Grundversorgung in allen Stadtteilen empfohlen wird, stimmt das Planvorhaben mit dem Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Stadt Andernach im Grundsatz überein.

4 Wettbewerbssituation

Das folgende Kapitel dient der Darstellung und Bewertung der Angebotssituation im Untersuchungsraum.

Die Analyse der Wettbewerbssituation erfolgte im Rahmen einer aktuellen Vor-Ort-Besichtigung. Die Abgrenzung des Untersuchungsgebietes erfolgt unter Berücksichtigung der Zeit-Wege-Distanzen, verkehrlichen und topografischen Barrieren sowie aus der Lage der Hauptwettbewerber zum Untersuchungsstandort. Unter Berücksichtigung dieser Parameter umfasst das Untersuchungsgebiet neben dem Projektstadteil Andernach-Miesenheim auch das erweiterten Umfeld, d.h., das angrenzenden Stadtgebiet von Andernach und die Gemeinde Plaidt.

Im Untersuchungsgebiet wurden alle projektrelevanten Anbieter erhoben. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die Wettbewerbssituation im projektierten nahversorgungsrelevanten Kernsortiment (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) wesentlich durch die Lebensmittelmärkte geprägt wird, während der kleinteilige Einzelhandel (Lebensmittelfachgeschäfte) nur in begrenztem Maße von der Neuaufstellung des Supermarktes betroffen sein wird. Dies resultiert daraus, dass Systemwettbewerber (= Supermärkte, 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 Lebensmittelfachgeschäfte (z.B. Weinhändler, Obst- und Gemüsehändler) bzw. der sonstige Fachhandel.

Die Darstellung der Wettbewerbssituation trägt diesem Umstand Rechnung. Somit werden im Folgenden – außerhalb des Stadtteils Andernach-Miesenheim – in erster Linie die strukturprägenden Nahversorger im Untersuchungsgebiet betrachtet.

Auch wenn sich die Wettbewerbsanalyse in erster Linie auf die strukturprägenden Lebensmittelanbieter im Untersuchungsgebiet konzentriert, wurde in der Auswirkungsanalyse qualitativ berücksichtigt, dass im Untersuchungsgebiet weitere Anbieter des Lebensmittelhandwerks und Spezialanbieter ansässig sind. 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 diese nur nachrangig als Wettbewerber einzustufen.

Da unter städtebaulichen Gesichtspunkten v.a. das Angebot in den zentralen Versorgungsbereichen - insbesondere in den Innenstädten und Ortskernen - von Bedeutung ist, wurde der relevante Wettbewerb separat für diese Lagen ausgewiesen.

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

Abbildung 2: Wettbewerbssituation



Wettbewerbssituation

P Projektstandort



0 215 430 860 m



Quelle: © OpenStreetMap contributors, Map layer by Esri, BBE Handelsberatung 2021

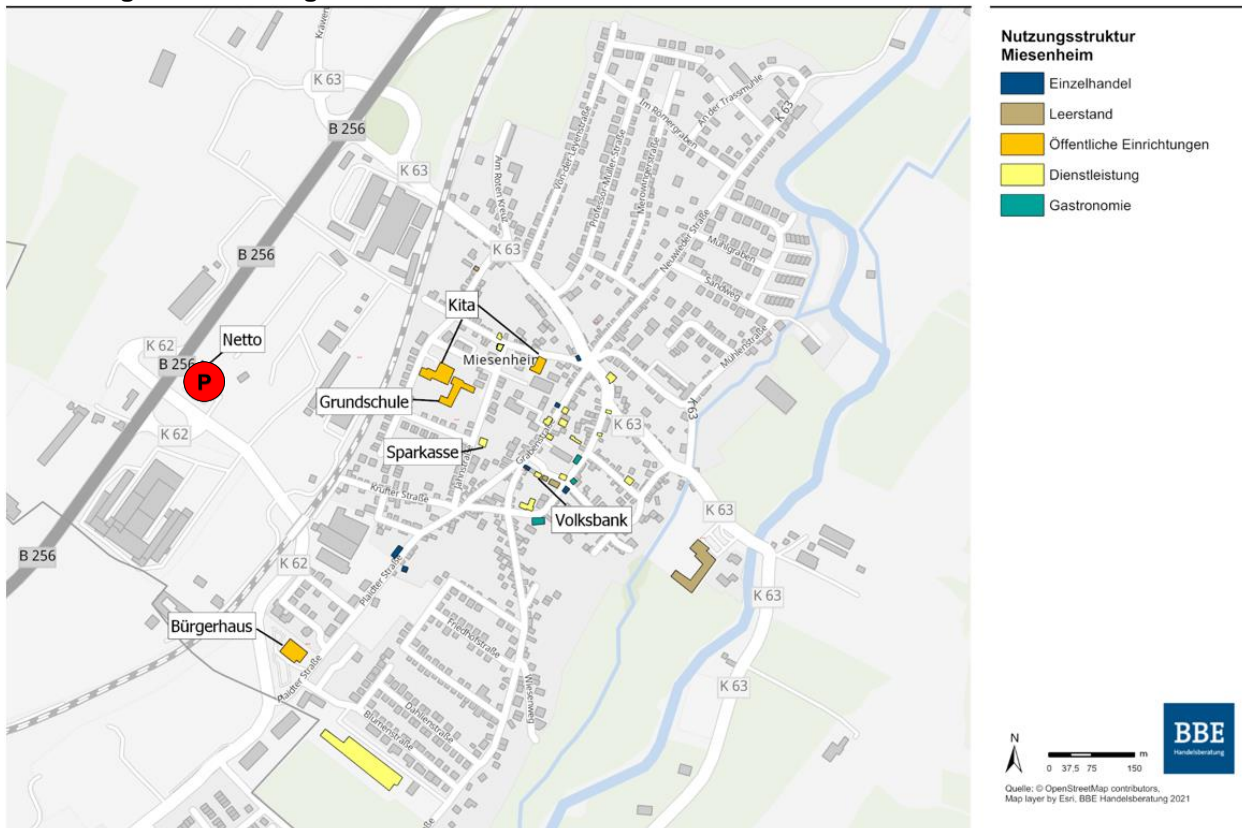
Quelle: eigene Darstellung

4.1 Einzelhandelssituation in Andernach-Miesenheim

Der Stadtteil Miesenheim mit 3.180 Einwohnern liegt im südlichen Stadtgebiet von Andernach und grenzt im Süden an die Ortsgemeinde Plaidt.

Im Stadtteil Miesenheim befinden sich neun Einzelhandelsbetriebe mit zusammen rd. 1.160 m² Verkaufsfläche, die einen Umsatz von jährlich rd. 5,4 Mio. € erwirtschaften. Hiervon entfallen rd. 3,8 Mio. € p.a. auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren.

Abbildung 3: Nutzungsstrukturen im Stadtteil Miesenheim



Quelle: BBE-Erhebungen und -Darstellung

Der größte Einzelhandelsbetrieb von Miesenheim ist mit einer Verkaufsfläche von rd. 760 m² der zu betrachtende Netto-Lebensmitteldiscountmarkt. Darüber hinaus weist lediglich das Gardinenstudio Schäfer in der Plaidter Straße 27 mit rd. 300 m² noch eine größere Verkaufsfläche auf. Die übrigen Einzelhandelsbetriebe verfügen über Verkaufsflächen von jeweils unter 50 m².

Während sich die kleinteiligen Handelsnutzungen in der Ortsmitte, die sich im Bereich Dorfplatz / Grabenstraße / Plaidter Straße und Ringstraße erstreckt, befinden, ist der Netto-Lebensmitteldiscounter im Südwesten des Stadtteils in einer Randlage an der K 62 verortet. Die Entfernung des Netto-Marktes zur Ortsmitte von Miesenheim beträgt rd. 800 Meter.

Mit dem Netto-Markt sowie den Bäckereien „Ulrikes Kulturbackhaus“ im Netto-Markt und an der Ringstraße 30 sind im Stadtteil Miesenheim nur drei nahversorgungsrelevante Betriebe ansässig. Seit der letzten Einzelhandelserhebung im Jahr 2012 hat sich somit mit der Schließung der Bäckerei Mürtz und der Fleischerei Bartenbach die stadtteilbezogene Nahversorgungssituation verschlechtert.

Die funktionale Bedeutung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels im Stadtteil Miesenheim lässt sich mit Hilfe der Zentralitätskennziffer bewerten, die auch Aussagen zur Versorgungsbedeutung des Einzelhandels zulässt. Die Umsatz-Kaufkraft-Relation stellt das Verhältnis zwischen den erwirtschafteten Umsätzen und dem Kaufkraftpotenzial der Bevölkerung in Miesenheim dar.

Gemäß Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Stadt Andernach (Fortschreibung 2012/2013) konnte die Lebensmittelversorgung durch die Ansiedlung des Netto-Lebensmittelmarktes im Stadtteil Miesenheim in den vergangenen Jahren deutlich verbessert werden. Dennoch lagen bereits damals bei einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 54 % hohe Kaufkraftabflüsse im Stadtteil Miesenheim vor.

Aktuell weist Miesenheim in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren bei einem jährlichen Umsatz von ca. 3,8 Mio. € p.a. und einem aktuellen Kaufkraftpotenzial von ca. 9,5 Mio. € p.a. im Vergleich zum Datenbestand des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes eine noch niedrigere Einzelhandelszentralität von ca. 40 % auf. Dies sagt aus, dass der Gesamtumsatz rd. 60 % unter dem vor Ort vorhandenen Kaufkraftpotenzial liegt und somit per Saldo aus dem Nahbereich Miesenheim Kaufkraftabflüsse in Höhe von rd. 5,7 Mio. € p.a. festzustellen sind.

Insgesamt sind im Stadtteil Miesenheim auf Ebene der wohnungsnahen Grundversorgung somit deutliche Defizite zu verzeichnen. Vor dem Hintergrund einer derzeit defizitären Grundversorgung im Stadtteil Andernach-Miesenheim sollte Ziel der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung der Erhalt und die Stärkung der wohnungsnahen Versorgungsfunktionen sein.

Im Zusammenhang mit der defizitären Grundversorgung im Stadtteil Andernach-Miesenheim ist von hohen Kaufkraftabflüssen insbesondere zu den (modernen) Nahversorgungsmittelmärkten Edeka, Rewe, Norma und Rossmann im nahegelegenen Plaidt sowie zu den Märkten in der Kernstadt Andernach auszugehen.

4.2 Projektrelevanter Wettbewerb außerhalb von Andernach-Miesenheim

Vor dem Hintergrund, dass im Stadtteil Andernach-Miesenheim von hohen Kaufkraftabflüssen auszugehen ist, sind außerhalb von Andernach-Miesenheim die Lebensmittelmärkte in der Kernstadt von Andernach und in der Nachbargemeinde Plaid untersuchungsrelevant.

4.2.1 Wettbewerb in der Kernstadt von Andernach

Innerhalb der Kernstadt von Andernach befindet sich in rd. 5 Kilometern Entfernung zum geplanten Erweiterungsvorhaben mit der Innenstadt als Hauptzentrum der einzige zentrale Versorgungsbereich der Stadt Andernach. Im zentralen Versorgungsbereich konzentrieren sich die Hauptfunktionen des Einzelhandels auf die historische Altstadt im Bereich Markt / Kramgasse und Hochstraße, auf die Bahnhofstraße, auf die südlich der Eisenbahntrasse angrenzende Breite Straße und auf die Stadthaus-Galerie.

Mit einem modernen **Rewe-Supermarkt** (ca. 1.600 m² VKF) an der Breite Straße ist in der Andernacher Innenstadt lediglich ein Lebensmittelmarkt ansässig. Die Lebensmittelversorgung wird durch kleinflächige Anbieter (u.a. Roni Markt, Jousef Market, Reformhaus, Obstparadies Duran, Weingalerie) und Anbieter des Lebensmittelhandwerks (u.a. Bäckerei Hoefler, Bäckerei Rommersbach, Fleischerei Ahsenmacher) ergänzt.

Abbildung 4: Rewe-Supermarkt in der Andernacher Innenstadt (Foto)



Quelle: Eigenes Foto

Außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sind im Standortbereich Koblenzer Straße / Füllscheuerweg insbesondere mit den modernen Anbietern **Kaufland-SB-Warenhaus** („Andernacher Einkaufswelt“, rd. 4.620 m² VKF) sowie den Lebensmitteldiscountmärkten **Netto** (rd. 880 m² VKF), **Lidl** (rd. 1.340 m² VKF) und **Aldi Süd** (rd. 1.040 m² VKF) mehrere projektrelevante Einzelhandelsbetriebe vorzufinden, die zusammen einen über die Stadtgrenze von Andernach ausstrahlenden Versorgungsstandort bilden.

Abbildung 5: Projektrelevante Lebensmittelmärkte im Standortbereich Koblenzer Straße / Füllscheuerweg (Fotos)



Quelle: Eigene Fotos

Darüber hinaus sind folgende Lebensmittelmärkte in der Stadt Andernach im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse zu berücksichtigen:

- **HIT** (Verbrauchermarkt), Erfurter Straße 4 - 6, in rd. 4 Kilometern Entfernung zum geplanten Erweiterungsvorhaben, rd. 3.500 m² Verkaufsfläche, moderner Lebensmittelmarkt in Nachbarschaft zu Norma-Lebensmitteldiscountmarkt.
- **Norma** (Lebensmitteldiscountmarkt), Erfurter Straße 5, in rd. 4 Kilometern Entfernung zum geplanten Erweiterungsvorhaben, modernisierungsbedürftiger Lebensmittelmarkt in Nachbarschaft zu Hit-Verbrauchermarkt.

Abbildung 6: Sonstige projektrelevante Lebensmittelmärkte in der Stadt Andernach (Fotos)

Quelle: Eigene Fotos

Im Hinblick auf zukünftige Einzelhandelsentwicklungen im Untersuchungsgebiet ist ebenfalls zu berücksichtigen, dass für den bis Frühjahr 2023 von Edeka belegten Standort Sankt-Thomaser-Hohl 4 - 6 ein Ansiedlungsinteresse des Lebensmittelfilialisten Norma mit rd. 1.000 m² Verkaufsfläche vorliegt, sodass dieses Vorhaben in vorliegendem Gutachten als Bestand in die Wettbewerbsanalyse eingestellt werden. Ob die Filiale an der Erfurter Straße nach Eröffnung eines zweiten Marktes von Norma weitergeführt werden wird, steht nach vorliegenden Informationen noch nicht fest. Da die Nutzung dieser Immobilie durch einen Lebensmittelmarkt Bestandsschutz genießt, kann aber auch perspektivisch von einem Lebensmittelverkauf an diesem Standort ausgegangen werden.

Derzeit weist der Einzelhandel der Stadt Andernach in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren einen jährlichen Umsatz in Höhe von insgesamt rd. 101,7 Mio. € auf. Bei einem jährlichen Kaufkraftpotenzial von ca. 92,7 Mio. € p.a. lässt sich eine Einzelhandelszentralität von insgesamt ca. 110 % errechnen. Das positive Verhältnis von Umsatz zu Kaufkraft lässt sich insbesondere aus dem guten Besatz an Lebensmittelmärkten innerhalb der Andernacher Kernstadt erklären. In den übrigen Stadtteilen liegen dagegen hohe Kaufkraftabflüsse vor, sodass bereits im Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Stadt Andernach die Sicherung bzw. Wiederherstellung der Grundversorgung in allen Stadtteilen empfohlen wurde.

4.2.2 Wettbewerb in der Ortsgemeinde Plaidt

Das südlich an Andernach-Miesenheim angrenzende Grundzentrum Plaidt stellt innerhalb der Verbandsgemeinde Pellenz den Schwerpunkt des Lebensmittelangebots dar. Hier befinden sich die beiden Supermärkte Edeka und Rewe sowie der Lebensmitteldiscountmarkt Norma.

Der **Edeka-Supermarkt** (mit Bäckerei als Konzessionär) und der **Norma-Lebensmitteldiscountmarkt** sind zusammen mit einem Rossmann-Drogeriemarkt innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches an der Fraukircher Straße in rd. 2,5 Kilometern Entfernung zum geplanten Erweiterungsvorhaben ansässig. Aufgrund der guten Erreichbarkeit des Standorts über die unmittelbar daran vorbeilaufende L 117 trägt

der Standort insbesondere zur Versorgung der im südlichen Bereich der Verbandsgemeinde und in Andernach-Miesenheim lebenden Wohnbevölkerung bei.

Abbildung 7: Projektrelevante Lebensmittelmärkte an der Fraukircher Straße in Plaidt (Fotos)



Quelle: Eigene Fotos

Der **Rewe-Supermarkt** ist im westlichen Teil der Ortsgemeinde Plaidt in unmittelbarer Nachbarschaft zum Rathaus der VG Pellenz im zentralen Versorgungsbereich an der L 117 / Friedhofstraße verortet.

Abbildung 8: Rewe an der L 117/ Friedhofstraße (Foto)



Quelle: Eigene Fotos

Die Entfernung zum in Andernach-Miesenheim geplanten Netto-Erweiterungsvorhaben beträgt rd. 2 Kilometer. Beim Rewe-Supermarkt handelt es sich um einen modernen Vollsortimenter, der um einen Anbieter des Ladenhandwerks (Bäckerei) ergänzt wird.

4.3 Wettbewerbssituation - Zusammenfassung

Die nachfolgende Tabelle fasst die Verkaufsflächen und Umsatzleistungen der für das Erweiterungsvorhaben primär wettbewerbsrelevanten Lebensmittelmärkte im Untersuchungsgebiet zusammen.

Tabelle 2: Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum

| Wettbewerbsbetriebe am Standort: ¹ | Verkaufsfläche | Umsatz |
|--|-------------------|----------------|
| | in m ² | in Mio. € p.a. |
| Stadt Andernach, davon | 19.770 | 111,1 |
| ■ Andernach-Miesenheim (insbesondere Netto) | 800 | 4,2 |
| ■ Andernacher Innenstadt (v.a. Rewe) | 2.550 | 14,7 |
| ■ Standortbereich Koblenzer Straße / Füllscheuerweg (v.a. Kaufland, Netto, Aldi Süd, Lidl) | 10.020 | 61,9 |
| ■ sonstige Standorte (v.a. Hit-Markt, Norma Bestand, Norma Planung) | 6.400 | 30,3 |
| Gemeinde Plaidt, davon | 3.850 | 17,9 |
| ■ ZVB Fraukircher Straße (Edeka, Norma) | 2.350 | 11,1 |
| ■ ZVB L 117 / Friedhofstraße (Rewe) | 1.500 | 6,8 |
| Summe | 23.620 | 129,0 |

¹ insbesondere Lebensmittelmärkte (inkl. Nonfood-Sortimente)
Quelle: BBE-Erhebungen/ Berechnungen 2024 (Rundungsdifferenzen möglich)

5 Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial

Das Einzugsgebiet des neu aufzustellenden Lebensmittelmarktes umfasst den Raum, aus dem dieser den überwiegenden Teil seines Umsatzes generieren und dadurch einen hohen Marktanteil erreichen wird. Es markiert somit denjenigen städtischen Teilraum, in dem auch der erweiterte Netto-Lebensmitteldiscountmarkt eine hohe Versorgungsbedeutung für die wohnungsnahе Versorgung übernimmt.

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,³
- die relevante Wettbewerbssituation, wie z.B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Wettbewerber im engeren und weiteren Standortumfeld,
- die Attraktivität der Einzelhandelslage, die durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Betreibers bestimmt wird,
- die Qualität des Mikrostandortes, die aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten und aus möglicherweise vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen ausgehend von den topografischen, 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 die geplante Netto-Erweiterung sind folgende Faktoren für die Reichweite des Kundenherkunftsbereiches von Bedeutung:

- Auch der erweiterte Netto-Lebensmitteldiscountmarkt wird einen nahversorgungsbezogenen Angebotsschwerpunkt (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) aufweisen. Vor diesem Hintergrund stellt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand für die Ausdehnung des perspektivischen Einzugsgebietes grundsätzlich einen begrenzenden Faktor dar.

³ 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).

- Da in den angrenzenden Andernacher Stadtteilen sowie in den Nachbarkommunen umfangreiche Versorgungsstrukturen vorzufinden sind und sich die dort lebende Bevölkerung demnach wohnortnah versorgen kann, ist hier keine größere Orientierung auf den in Andernach-Miesenheim ansässigen Netto-Markt anzunehmen.

Unter Berücksichtigung der o. g. Aspekte lässt sich aus Gutachtersicht ein Einzugsgebiet abgrenzen, das sich im Wesentlichen auf den Stadtteil Andernach-Miesenheim mit einem **Bevölkerungspotenzial von rd. 3.180 Einwohnern** bezieht.

Über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinaus sind insbesondere aufgrund der hohen Verkehrsgunst des Projektstandortes zusätzlich Kunden von außerhalb zu erwarten. Diese werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als sog. „**diffuse Umsatzzuflüsse**“ berücksichtigt. Die diffusen Umsatzzuflüsse werden v.a. durch Einwohner aus dem weiteren Stadtgebiet von Andernach und aus umliegenden Kommunen, 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 Vorhabens zu zählen.

Mit einer Ausdehnung des Einzugsgebietes wird infolge der Neuaufstellung des Netto-Marktes von Seiten der Gutachter nicht gerechnet. Somit wird auch der erweiterte Lebensmitteldiscountmarkt vornehmlich (Nah-) Versorgungsfunktionen für die Bevölkerung im Stadtteil Andernach-Miesenheim übernehmen. Hierfür sprechen mehrere Gründe:

- Die Vergrößerung der Verkaufsfläche dient nicht der Aufnahme neuer Sortimente, sondern primär der verbesserten Warenpräsentation und der Vereinfachung der logistischen Abläufe.
- Die Netto-Filiale wird in Bezug auf ihr Sortiment somit künftig die gleichen Funktionen wie heute ausüben und somit im Wesentlichen die innerhalb des Einzugsgebietes lebende Bevölkerung ansprechen. Neue Warengruppen, die unter Umständen einen Einfluss auf die Ausdehnung des Einzugsgebietes haben könnten, werden nicht in das Angebot aufgenommen.
- Darüber hinaus ist die Firma Netto mit der Filiale seit vielen Jahren am Markt etabliert, sodass sich die Einkaufsorientierungen und damit das Einkaufsverhalten der Verbraucher im Untersuchungsraum bereits im Wesentlichen herausgebildet haben.

Die im Rahmen der Neuaufstellung angestrebte Verkaufsflächenerweiterung wird somit nicht mit einer grundlegenden Veränderung der bestehenden Kunden- und Kaufkraftströme einhergehen. Damit sind Umsatzsteigerungen zugleich enge Grenzen gesetzt.

Das **vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen** errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag von aktuell rd. 3.115 € für nahversorgungsrelevante Sortimente Nahrungs- und Genussmittel (rd. 2.748 €) sowie Drogeriewaren (rd. 367 €).⁴

Inkludiert in diesem Ausgabebetrag sind die Verbrauchsausgaben, die auf den Lebensmitteleinzelhandel entfallen sowie die Ausgaben der Verbraucher im Ladenhandwerk (Bäcker / Metzger) und im branchenfremden Einzelhandel (z. B. Tankstellenshops, Kioske, Convenience-Shops usw.).

Um die Marktgebiet-spezifischen Ausgabebeträge zu ermitteln, wird der Durchschnittswert mit der sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffer (BBE!MB-Research) gewichtet. Die Höhe der **Kaufkraftkennziffer** wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer stellt unabhängig von der Gemeindegröße das Verhältnis des in Andernach verfügbaren Netto-Einkommens zum Gesamt-Einkommen in Deutschland dar, welches für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht. Die Kaufkraftkennziffer für nahversorgungsrelevante Sortimente in der Stadt Andernach liegt bei 96,4 % und somit unter dem Bundesdurchschnitt (100,0).⁵

Nach den Zahlen der BBE-Marktforschung steht unter Berücksichtigung der erläuterten Einflussgrößen im Einzugsgebiet, d.h., im Stadtteil Andernach-Miesenheim, in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren ein **Kaufkraftvolumen** in Höhe von insgesamt rd. 9,5 Mio. € im Jahr zur Verfügung. Hiervon entfallen rd. 8,4 Mio. € p.a. auf die Nahrungs- und Genussmittel und rd. 1,1 Mio. € p.a. auf Drogeriewaren.

⁴ Quelle: BBE-Berechnungen auf Basis IfH-Verbrauchsausgaben 2022

⁵ Vgl. MB-Research, Kaufkraft nach Sortimenten 2023, Kaufkraftkennziffern für Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren

6 Auswirkungsanalyse

6.1 Umsatzprognose

Die Einschätzung der infolge der geplanten Neuaufstellung des Netto-Marktes zu erwartenden Mehrumsätze bildet den Eingangsparameter für die Bestimmung der zu erwartenden Umsatzzumlenkungen und der hierdurch möglicherweise hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen.

Die Umsätze des Erweiterungsvorhabens setzen sich in Abhängigkeit von Art, Größe, Lage des Vorhabens und der Wettbewerbssituation aus verschiedenen Quellen zusammen. Die Höhe der erzielbaren Umsätze sind dabei abhängig vom erreichbaren Marktanteil.⁶

Nachfolgend wird eine Umsatzherkunftsprognose auf Grundlage realistischer Marktanteile im Einzugsgebiet des Vorhabens erstellt. Die zu erwartende Kaufkraftbindungsquoten ergeben sich auf Grundlage der Gesamtattraktivität des Anbieters relativ zum Wettbewerb auf Basis

- der Lagequalität des Projektstandortes (insbesondere im Vergleich zum direkten Wettbewerbsumfeld),
- der Größe der Verkaufsfläche,
- des Betriebstyps und
- der Wettbewerbsintensität.

Tendenziell nimmt die Kaufkraftbindung mit zunehmender Entfernung zum Projektstandort ab. Die Auswahlmöglichkeiten der Konsumenten nehmen dagegen zu.

Unter Berücksichtigung der vorhandenen Wettbewerbsstrukturen und Zäsuren im Untersuchungsraum werden die von dem erweiterten Lebensmittelmarkt innerhalb des Einzugsgebietes realisierbaren Marktanteile (Kaufkraftbindungsquoten) prognostiziert und auf dieser Basis der zu erwartende Mehrumsatz abgeleitet. Dabei sind folgende Faktoren zu berücksichtigen:

- Der bestehende Netto-Lebensmitteldiscountmarkt stellt bereits heute einen wichtigsten Träger der Nahversorgung dar.
- Durch die geplante Erweiterung des Lebensmittelmarktes kann ein bereits etablierter Nahversorgungsstandort gesichert und gestärkt werden, wobei der Netto-Markt auch nach seiner Erweiterung einen wichtigen Träger der Nahversorgung im Wesentlichen innerhalb seines Siedlungsumfeldes darstellen wird.
- Die Wettbewerbssituation ist im weiteren Umfeld des Erweiterungsvorhabens vergleichsweise stark ausgeprägt.

⁶ Bei dem sog. Marktanteilkonzept wird das relevante Nachfragevolumen im Einzugsgebiet der möglichen Kaufkraftabschöpfung eines Vorhabens (= Marktanteil) gegenübergestellt.

- Im Einzugsgebiet des neu aufzustellenden Netto-Marktes, das dem Stadtteil Andernach-Miesenheim gleichzusetzen ist, steht in den nahversorgungsrelevanten ein Kaufkraftpotenzial von rd. 9,5 Mio. € p.a. Unter Berücksichtigung der vorab genannten Aspekte wurden für den erweiterten Netto-Markt im Rahmen einer „**Worst-Case-Betrachtung**“ die höchstmöglichen Kaufkraftbindungsquoten und die daraus resultierenden maximalen (Mehr-) Umsätze für die nahversorgungsrelevanten Sortimente prognostiziert. Diese werden in der folgenden Tabelle dargestellt:

Tabelle 3: Marktanteile des Netto-Lebensmitteldiscountmarktes vor und nach Neuaufstellung

| Umsatzherkunft | Kaufkraftpotenzial | Bestand (760 m ² VKF) | | Planung (1.000 m ² VKF) | | Differenz (+ 240 m ² VKF) |
|--|--------------------|----------------------------------|------------------|------------------------------------|------------------|--------------------------------------|
| | in Mio. € p.a. | MA* in % | Umsatz in Mio. € | MA* in % | Umsatz in Mio. € | Umsatz in Mio. € |
| Stadtteil Miesenheim | 9,5 | 27 | 2,6 | 36 | 3,4 | + 0,8 |
| Diffuse Zuflüsse | ./. | ./. | 0,7 | ./. | 0,9 | + 0,2 |
| Nahversorgungsrelevante Kernsortimente gesamt | ./. | ./. | 3,3 | ./. | 4,3 | + 1,0 |
| Nonfood-Sortimente | ./. | ./. | 0,5 | ./. | 0,7 | + 0,2 |
| Summe | ./. | ./. | 3,8 | ./. | 5,0 | + 1,2 |

* MA = Marktanteil
 Quelle: BBE-Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

Nach BBE-Prognose erwirtschaftet die bestehende Netto-Filiale mit rd. 760 m² (inkl. Bäckerei) in den nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren mit Kunden aus dem Stadtteil Andernach-Miesenheim mehr als 80 % des Umsatzes (ca. 2,6 Mio. € p.a.), sodass diese Filiale für die dortige Bevölkerung einen wichtigen Bestandteil der wohnortnahen Versorgung darstellt. Hiermit erreicht die Netto-Filiale bezogen auf das im Einzugsgebiet in den nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten verfügbare Kaufkraftvolumen (rd. 9,5 Mio. € p.a.) einen Marktanteil von ca. 27 %. Rund 0,7 Mio. € p.a. des sortimentsbezogenen Umsatzes werden mit Kunden generiert, die von außerhalb von Miesenheim stammen.

Der neu aufgestellte und erweiterte Netto-Markt wird unter Berücksichtigung der sonstigen Sortimente einen Umsatz von insgesamt rd. 5,0 Mio. € p.a. erwirtschaften. Hiervon entfällt mit rd. 4,3 Mio. € p.a. der Großteil des Umsatzes auf die nahversorgungsrelevanten Kernsortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren. Durch die Vergrößerung der Verkaufsfläche ist somit von einem Umsatzzuwachs von bis zu 1,2 Mio. € p.a. auszugehen, da mit der Neuaufstellung und Erweiterung eine Attraktivitätssteigerung einhergehen wird. Hierbei resultiert der durch die Erweiterung und Neuaufstellung zu erwartende Mehrumsatz aus einer erhöhten Kaufkraftbindung in Miesenheim.

Eine räumliche Ausdehnung des Marktgebietes ist angesichts der Siedlungs- und Wettbewerbsstrukturen nicht zu erwarten, sodass auch der vergrößerte Markt weit überwiegend der wohnungsnahen Versorgung seines Wohnumfeldes dient und mit rd. 80 % den Großteil seines Umsatzes aus Andernach-Miesenheim

generieren wird. Wie auch bei dem bestehenden Netto-Markt ist am Standort auch nach der Erweiterung nur in untergeordnetem Maße von diffusen Zuflüssen auszugehen.

Tabelle 4: Flächenleistung des Planvorhabens

| Betriebstyp | Verkaufsfläche | Raumleistung | Umsatzprognose |
|---|-------------------|----------------------|----------------|
| | in m ² | in €/ m ² | in Mio. € p.a. |
| Lebensmitteldiscountmarkt, davon | 1.000 | 5.000 | 5,0 |
| ■ Bestand | 760 | 5.000 | 3,8 |
| ■ Erweiterungsfläche | 240 | 5.000 | 1,2 |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen, Werte gerundet

Bei einem Gesamtumsatz von max. 5,0 Mio. € p.a. und einer Verkaufsfläche von bis zu 1.000 m² lässt sich eine Flächenproduktivität von insgesamt rd. 5.000 € je m² Verkaufsfläche errechnen. Damit liegt die für den erweiterten Netto-Lebensmitteldiscountmarkt in Andernach-Miesenheim angesetzte Umsatzleistung leicht über Durchschnitt des deutschen Netto-Filialnetzes.⁷

Dies belegt folgender Zahlenvergleich: Laut sekundärstatistischen Daten⁸ beträgt der durchschnittliche Umsatz einer Netto-Filiale in Deutschland rd. 4,0 Mio. € p.a. (inkl. Nonfood-Sortimente). Somit erreicht Netto bei einer durchschnittlichen Filialgröße von ca. 811 m² Verkaufsfläche eine mittlere Flächenproduktivität von ca. 4.990 € je m² Verkaufsfläche.

⁷ Vgl. Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report – Germany 2023/ 2024

⁸ ebenda.

6.2 Umsatzzumlenkungseffekte

Im vorherigen Abschnitt wurden die Umsätze und Abschöpfungsquoten im Einzugsgebiet des Vorhabens prognostiziert und somit dargelegt, welche Versorgungsbedeutung der Netto-Lebensmitteldiscountmarkt nach der geplanten Neuaufstellung übernehmen kann.

Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind die durch das geplante Vorhaben gegenüber Wettbewerbsstandorten induzierten Umverteilungseffekte relevant. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall am Filialstandort zu erwartende Mehrumsatz zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht. Denn durch die Realisierung entsteht nicht mehr Kaufkraft, sondern diese wird lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern/ Wettbewerbsstandorten umverteilt.⁹

Da der vorhandene Lebensmittelmarkt am Standort allerdings bereits langjährig Umsätze realisiert, wird durch diesen „Bestandsumsatz“ keine zusätzliche städtebaulich relevante Umsatzzumverteilung ausgelöst. Vielmehr ist davon auszugehen, dass sich der zu untersuchende Netto-Markt derzeit in einem stabilen Wettbewerbsumfeld bewegt. Im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung ist infolge der geplanten Neuaufstellung bzw. Erweiterung mit zusätzlichen Umsätzen und damit Wettbewerbswirkungen zu rechnen. Auf diese zusätzliche Umsatzleistung sind die städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens vornehmlich abzustellen.

Da die Bestandsfiliale ihre Wettbewerbswirkungen somit bereits in der Vergangenheit entfaltet hat, ist im Zuge des Erweiterungsvorhabens nur der – im Worst-Case-Szenario – zu erwartende Mehrumsatz zu berücksichtigen. Diese Methodik ist in den letzten Jahren mehrfach vom OVG Münster – u.a. im Zuge der CentrO-Erweiterung in Oberhausen – bestätigt worden.¹⁰ 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.¹¹ 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.“

⁹ Dabei werden „Worst-Case-Annahmen“ u.a. hinsichtlich der Auswirkungen für städtebaulich integrierte Wettbewerber (zentrale Versorgungsbereiche / wohnungsnaher Standorte) getroffen.

¹⁰ 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

¹¹ BVerwG 4 B 3.09

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

Wie bereits dargestellt, ist im Falle der Neuaufstellung des Netto-Lebensmitteldiscountmarktes inklusive Bäckerei ein Mehrumsatz in Höhe von insgesamt max. 1,2 Mio. € p.a. zu prognostizieren, der zum Großteil auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren (rd. 1,0 Mio. € p.a.) entfällt.

Bei der Einschätzung der zu erwartenden Umsatzverlagerungseffekte sind die Gutachter von folgenden Annahmen ausgegangen:

- 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 Erweiterungsvorhabens die im Umfeld ansässigen größeren Lebensmittelanbieter anzusehen sind.
- Mit zunehmender Entfernung des Projektstandortes nimmt die Stärke der Umverlagerungseffekte 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 relativ hohen Einkaufsfrequenz eine hohe Zeitdistanzempfindlichkeit auf. Die Folge hiervon ist, dass bereits nach relativ kurzer Zeitdistanz die Nachfrage nach diesen Gütern deutlich abnimmt.

- Wie im Rahmen der Angebots- und Wettbewerbsanalyse aufgezeigt wurde, besteht im Stadtteil Andernach-Miesenheim gegenwärtig eine defizitäre Ausstattung mit nahversorgungsrelevanten Anbietern, was zu umfangreichen Kaufkraftabflüssen aus dem Stadtteil führt.

Vor diesem Hintergrund ist davon auszugehen, dass die Erweiterung des Netto-Lebensmitteldiscountmarktes zu einer Reduzierung von derzeit noch abfließender Kaufkraft beitragen wird, was gleichzeitig zu Umsatzzumverteilungen insbesondere gegenüber Lebensmittelmärkten außerhalb des Stadtteils führen wird.

Die vorstehenden Annahmen haben im Hinblick auf die durch die geplante Erweiterung des Lebensmitteldiscountmarktes in Andernach-Miesenheim zu erwartenden Umsatzverlagerungen folgende Konsequenzen:

Tabelle 5: Umverteilungseffekte der geplante Netto-Erweiterung

| Umverteilung | Derzeitiger Wettbewerbersatz ¹ | Umsatzumverteilung | Umverteilung |
|--|---|--------------------|--|
| | in Mio. € p.a. | in Mio. € p.a. | in % des derzeitigen Umsatz ¹ |
| Stadt Andernach, davon | 107,3 | 0,4 | < 1 |
| ■ Andernach-Miesenheim ² | 0,4 | (*) | (*) |
| ■ Andernacher Innenstadt (v.a. Rewe) | 14,7 | (*) | (*) |
| ■ Standortbereich Koblenzer Straße / Füllscheuerweg (v.a. Kaufland, Netto, Aldi Süd, Lidl) | 61,9 | 0,5 | 1 |
| ■ sonstige Standorte (v.a. Hit-Markt, Norma-Bestand, Norma-Planung) | 30,3 | (*) | (*) |
| Gemeinde Plaidt, davon | 17,9 | 0,7 | 4 |
| ■ ZVB Fraukircher Straße (Edeka, Norma) | 11,1 | 0,5 | 5 |
| ■ ZVB L 117 / Friedhofstraße (Rewe) | 6,8 | 0,2 | 3 |
| Gesamt | ./. | 1,2 | ./. |

(*) marginal (< 0,1 Mio. € bzw. < 1 %)
¹ insbesondere Lebensmittelmärkte (inkl. Nonfood-Sortimente)
² ohne Netto-Bestandsbetrieb in Andernach-Miesenheim
Quelle: BBE-Berechnungen 2024 (Rundungsdifferenzen möglich)

Das Erweiterungsvorhaben wird seinen gesamten Mehrumsatz durch Umsatzzumlenkungen gegenüber den projektrelevanten Wettbewerbern im Untersuchungsgebiet und somit innerhalb der Stadt Andernach und der Gemeinde Plaidt generieren.

Wie bereits in Kapitel 4 dargelegt, ist im Zusammenhang mit der defizitären Grundversorgung im Stadtteil Andernach-Miesenheim derzeit von hohen Kaufkraftabflüssen insbesondere zu den (modernen) Lebensmittelmärkten im nahegelegenen Plaidt auszugehen. Vor diesem Hintergrund wird die geplante Neuaufstellung des Netto-Marktes in Andernach-Miesenheim zu einer Reduzierung von Kaufkraftabflüssen beitragen. Vor diesem Hintergrund sind mit einer Umsatzumverteilungsquote von insgesamt bis zu 4 % des derzeitigen Umsatzes (max. 0,7 Mio. € p.a.) noch die intensivsten Wettbewerbswirkungen gegenüber der **Gemeinde Plaidt** zu erwarten.

Von Wettbewerbswirkungen werden hierbei insbesondere die beiden Lebensmittelmärkte im zentralen Versorgungsbereich Fraukircher Straße (Edeka und Norma) und der Rewe-Supermarkt im zentralen Versorgungsbereich L 117 / Friedhofstraße betroffen sein. Daraus ergeben sich jedoch nur wettbewerbliche und keine betriebsgefährdenden Auswirkungen.

Aufgrund der bereits größeren Entfernung zum Projektstandort sind gegenüber den Lebensmittelmärkten in der **Stadt Andernach** noch geringere Wettbewerbswirkungen als in der Gemeinde Plaidt zu prognostizieren. Hierbei werden nur Lebensmittelmärkte im Standortbereich Koblenzer Straße / Füllscheuerweg von quantifizierbaren Umsatzumverteilungseffekten betroffen sein, wobei gegenüber den untersuchungsrelevanten Lebensmittelmärkten an diesem städtebaulich nicht-integrierte Standortbereich von einer Umverteilungsquote von max. 1 % des derzeitigen Umsatzes (max. 0,5 Mio. € p.a.) auszugehen ist. Gegenüber der Andernacher Innenstadt und sonstigen Standorten der Stadt Andernach sind dagegen lediglich marginale Wettbewerbseffekte zu erwarten.

6.3 Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung

Die prognostizierten Umverteilungseffekte der geplanten Erweiterung des Netto-Lebensmitteldiscountmarktes sind im Hinblick auf die versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen in der Stadt Andernach und in umliegenden Kommunen zu bewerten. Dabei stehen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung im Vordergrund.

Städtebaulich relevante Auswirkungen liegen regelmäßig dann vor, wenn

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

Die BBE Handelsberatung GmbH vertritt die gutachterliche Einschätzung, dass infolge der in Andernach-Miesenheim geplanten Erweiterung des Netto-Lebensmitteldiscountmarktes keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung in der Stadt Andernach sowie in umliegenden Städten und Gemeinden zu erwarten sind.

Folgende Gründe sprechen zusammenfassend für diese Einschätzung:

- Der Netto-Lebensmitteldiscountmarkt in Andernach-Miesenheim soll von heute ca. 760 m² auf ca. 1.000 m² (einschließlich eines angegliederten Cafés mit Backwarenverkauf) erweitert werden.
- Für die Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen ist von Bedeutung, dass die geplante Einzelhandelsentwicklung einen Lebensmitteldiscountmarkt (inkl. Bäckerei) in einer marktüblichen Größe vorsieht. Neben den nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren werden nur in untergeordnetem Umfang sonstige Nonfood-Sortimente (v.a. Aktionswaren) angeboten.

- Es wurde aufgezeigt, dass sowohl in der Ist-Situation als auch nach der Neuaufstellung der weit überwiegende Umsatzanteil in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren) getätigt wird. Derzeitig entfallen ca. 3,3 Mio. € p.a. von insgesamt 3,8 Mio. € p.a. Umsatz auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente. Nach erfolgter Erweiterung werden in der „Worst-Case-Betrachtung“ von insgesamt max. 5,0 Mio. € p.a. etwa 4,3 Mio. € p.a. mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten erwirtschaftet.

Somit kann aufgezeigt werden, dass auch im erweiterten Netto-Markt (inkl. Bäckerei) neben den nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren sonstige Nonfood-Sortimente nur in sehr untergeordnetem Umfang angeboten werden.

- Aufgrund des nahversorgungsrelevanten Kernsortiments wird die Netto-Filiale auch nach erfolgter Neuaufstellung bzw. Erweiterung vornehmlich der wohnortnahen Versorgung im Stadtteil Andernach-Miesenheim lebenden Bevölkerung dienen.
- Gleichzeitig ist festzuhalten, dass die für den Netto-Markt im Rahmen der Neuaufstellung geplante Verkaufsflächenenerweiterung vor dem Hintergrund der Flächenentwicklung im deutschen Lebensmitteleinzelhandel als standortsichernde Maßnahme zu bewerten ist.
- Im Falle der „Worst-Case-Betrachtung“ würde die Neuaufstellung zu einer Umsatzsteigerung von insgesamt max. 1,2 Mio. € p.a. führen. Auf den Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente dürfte dabei mit rd. 1,0 Mio. € p.a. der größte Umsatzanteil entfallen. Dieser wird aus einer intensivierte Abschöpfung im Einzugsgebiet stammen. Für den Bereich der sonstigen Sortimente/ Aktionsware wird ein Umsatzzuwachs von ca. 0,2 Mio. € p.a. erwartet.
- Die Analyse belegt, dass sich die größten Wettbewerbswirkungen gegenüber den nächstgelegenen Wettbewerbern, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen, einstellen werden. Als Hauptwettbewerber, die im Falle der Erweiterung des Netto-Lebensmitteldiscountmarktes in Andernach-Miesenheim am stärksten von Umsatzverlusten betroffen wären, sind die größeren Lebensmittelmärkte im Untersuchungsgebiet zu bewerten.

Mögliche durch das Vorhaben hervorgerufene Umsatzumlenkungen bewegen sich im Rahmen üblicher Wettbewerbswirkungen.

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

Mit den beiden zentralen Versorgungsbereichen Fraukircher Straße und L 117 / Friedhofstraße sind im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse insbesondere zwei zentrale Versorgungsbereiche zu berücksichtigen.

Für den zentralen Versorgungsbereich Fraukircher Straße, in einer Entfernung von rd. 2,5 Kilometern, sind Umsatzverluste in Höhe von max. 5 % des derzeitigen Umsatzes (max. 0,5 Mio. € p.a.) zu prognostizieren. Bei einem prognostizierten Umsatzverlust von max. 5 % des derzeitigen Umsatzes würden die innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ansässigen Lebensmittelmärkte

Edeka und Norma nur in vergleichsweise geringem Maße wettbewerblich tangiert und somit nicht in ihrer Existenz gefährdet.¹²

Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die Lebensmittelmärkte innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Fraukircher Straße als leistungsstark zu bewerten sind. Somit wird gutachterlicherseits davon ausgegangen, dass sich die Leistungsfähigkeit dieser Lebensmittelmärkte aufgrund der Umverteilungen zwar reduzieren wird, eine Gefährdung einzelner Betriebe im Zuge der geplanten Einzelhandelsentwicklung aber nicht zu erwarten ist.

Gegenüber dem zentralen Versorgungsbereich L 117 / Friedhofstraße ist sogar nur von einer Umsatzumverteilungsquote von max. 3 % des derzeitigen Umsatzes (max. 0,2 Mio. € p.a.) auszugehen, die sich auf den hier ansässigen Rewe-Supermarkt konzentriert. Aufgrund der vergleichsweise geringen Wettbewerbswirkungen und der Leistungsfähigkeit des Rewe-Supermarktes ist auch hier eine Gefährdung im Zuge der geplanten Einzelhandelsentwicklung auszuschließen.

Aufgrund einer bereits größeren Entfernung von rd. 5 km zum Projektstandort und der hier bestehenden Angebotssituation sind gegenüber der Innenstadt von Andernach lediglich marginale Wettbewerbseffekte zu erwarten. Eine Beeinträchtigung des hier ansässigen Rewe-Supermarktes oder sonstiger Nahversorgungsbetriebe (u.a. Roni Markt, Jousef Market, Reformhaus, Obstparadies Duran, Weingalerie) und Anbieter des Lebensmittelhandwerks (u.a. Bäckerei Hoefler, Bäckerei Rommersbach, Fleischerei Ahsenmacher) kann somit grundsätzlich ausgeschlossen werden.

Insgesamt wird damit deutlich, dass die Umsatzumverteilungsquoten bei Realisierung des Erweiterungsvorhabens gegenüber den projektrelevanten zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum ausnahmslos deutlich unterhalb von 10 % liegen. Somit werden sich die Umverteilungseffekte in den zentralen Versorgungsbereichen in jedem Fall in Größenordnungen bewegen, die keine Betriebsaufgaben zur Folge haben werden.

- Neben der Frage, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte zentrale Versorgungsgebiete in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden, ist zudem entscheidend, ob die **wohnungsnahe Versorgung** in anderen Stadtquartieren der Stadt Andernach oder in Nachbarkommunen gefährdet wird. In diesem Zusammenhang sind insbesondere die Nahversorgungsmärkte zu betrachten, die sich an siedlungsintegrierten Standorten befinden und deshalb eine besondere Bedeutung für die fußläufige Nahversorgung aufweisen.

Wie bereits im vorherigen Kapitel aufgezeigt, werden mit max. 1 % des derzeitigen Umsatzes außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nur Lebensmittelmärkte an städtebaulich nicht-integrierten Standorten von quantifizierbaren Wettbewerbswirkungen betroffen sein. Dagegen sind gegenüber Lebensmittelmärkten an siedlungsintegrierten Standorten maximal marginale Wettbewerbseffekte infolge des Netto-Erweiterungsvorhabens zu erwarten.

Insgesamt ist nach der geplanten Erweiterung des Discountmarktes davon auszugehen, dass sich die Leistungsfähigkeit von Lebensmittelmärkten an siedlungsintegrierten Standorten nicht reduzieren wird und somit keine Betriebsschließungen zu erwarten sind.

¹² Die Funktionsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen oder die wohnungsnahe Versorgung sind in der Regel wesentlich beeinträchtigt, wenn dort aufgrund des Vorhabens und des zu erwartenden Umsatzabflusses Geschäftsaufgaben drohen. Anhaltswert für eine derartige Annahme ist bei zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust von ca. 10 %

Eine Beeinträchtigung der wohnungsnahen Versorgung in der Stadt Andernach und in den Nachbarkommunen kann somit ausgeschlossen werden.

- Auch kann ausgeschlossen werden, dass die **Entwicklungsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche und der wohnortnahen Versorgung** durch die bestandssichernde Erweiterung eines strukturprägenden Nahversorgungsbetriebes tangiert wird. So ist beispielsweise nicht zu erwarten, dass durch die geplante Erweiterung die derzeit diskutierte Verlagerung des Norma-Marktes von seinem derzeitigen Standort in der Erfurter Straße an den Standort des Edeka-Supermarktes am Standort Sankt-Thomaser-Hohl 4 – 6 durch die in Miesenheim geplante Netto-Erweiterung gefährdet würde.
- Bezüglich der kleinteiligen Betriebe in zentralen Versorgungsbereichen und an wohnungsnahen Standorten ist festzuhalten, dass hier maximal marginale Umsatzumverteilungen zu erwarten sind, da es sich bei diesen Betrieben um Spezialanbieter handelt, die im Wesentlichen Nahversorgungsfunktionen für die umliegende Wohnbevölkerung im direkten Umfeld der zentralen Versorgungsbereiche übernehmen. Vor diesem Hintergrund ist nicht zu erwarten, dass diese bei Realisierung des Erweiterungsvorhabens schließen werden müssen.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass im Erweiterungsfall des Netto-Lebensmitteldiscountmarktes in Andernach-Miesenheim die prognostizierten Umsatzverlagerungen keine Größenordnungen erreichen, die mehr als unwesentliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung in Andernach und in den Nachbarkommunen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO erwarten lassen.

6.4 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:

- **Ziel 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**).¹³

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.

- **Ziel 58:**

¹³ Ministerium des Innern und für Sport Rheinland-Pfalz: Landesentwicklungsprogramm Rheinland-Pfalz (LEP IV), Z 57.

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 zulässig¹⁴. 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.

■ **Ziel 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 (Ziel 57):**

Die Stadt Andernach ist als Mittelzentrum als Ansiedlungsstandort für den großflächigen Einzelhandel (Betriebe mit mehr als 800 m² Verkaufsfläche) vorgesehen.

Dem Zentralitätsgebot wird damit entsprochen, sodass die Grundvoraussetzung für die Erweiterung des Netto-Lebensmitteldiscountmarktes gegeben ist.

¹⁴ Ebd., Z 59.

■ Städtebauliches Integrationsgebot (Ziel 58):

Im Hinblick auf die funktionale Lagesituation des Planstandortes ist festzuhalten, dass sich das Projektareal außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches befindet. Vor diesem Hintergrund widerspricht das Erweiterungsvorhaben dem Integrationsgebot gemäß Ziel 58 LEP IV, sodass eine Genehmigung nur erfolgen kann, wenn der Abweichung seitens der Landesplanungsbehörden entsprochen wird.

Die Begründung der Zielabweichung kann sich auf die Ergebnisse der vorliegenden Stellungnahme stützen:

- Für die Netto-Bestandsfiliale mit einer Verkaufsfläche von rd. 760 m² prognostiziert die BBE Handelsberatung unter Berücksichtigung der Standortqualität, der Angebotssituation sowie des im Einzugsgebiet vorhandenen Bevölkerungspotenzials einen Umsatz von rd. 3,8 Mio. € p.a. Davon entfallen rd. 2,9 Mio. € p.a. auf die Nahrungs- und Genussmittel, rd. 0,4 Mio. € p.a. auf Drogeriewaren und rd. 0,5 Mio. € p.a. auf die Nonfood-Sortimente.

Als weitere nahversorgungsrelevante Anbieter sind im Stadtteil nur noch zwei Bäckereien vorhanden.

Der Netto-Lebensmarkt ist somit der einzige Lebensmittelmarkt im Stadtteil Miesenheim. Damit übernimmt dieser Lebensmittelanbieter wesentliche Nahversorgungsfunktionen für die insgesamt rd. 3.180 Einwohner des Stadtteils.
- Eine Gegenüberstellung des nahversorgungsrelevanten Umsatzes und dem entsprechenden Kaufkraftpotenzial in Miesenheim zeigt bei einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von rd. 40 % hohe Kaufkraftabflüsse in Höhe von rd. 5,7 Mio. € p.a. Dies deutet im Stadtteil auf Ebene der wohnungsnahen Grundversorgung auf deutliche Defizite hin, sodass die Stärkung der wohnungsnahen Versorgungsfunktionen im Stadtteil Miesenheim Ziel der Einzelhandelsentwicklung sein sollte.
- Im Hinblick auf die Kaufkraftabflüsse aus dem Stadtteil Miesenheim ist darauf hinzuweisen, dass diese nicht nur in Richtung der Kernstadt Andernach erfolgen. Vielmehr ist für den Stadtteil Miesenheim davon auszugehen, dass die Ortsgemeinde Plaid für einen großen Teil der hier lebenden Bevölkerung ebenfalls einen wichtigen Einkaufsort für nahversorgungsrelevante Sortimente darstellt.
- Das kommunale Einzelhandelskonzept der Stadt Andernach, das im Jahr 2012 von der BBE Handelsberatung erstellt worden ist, sieht für keinen Standortbereich im Stadtteil Miesenheim die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereiches vor, sodass eine Verlagerung innerhalb des Stadtteils nicht zielführend wäre.
- Auch hat eine aktuelle Vor-Ort-Recherche ergeben, dass innerhalb der Ortsmitte von Miesenheim oder in geringerer Entfernung zur Ortsmitte als das Planareal keine Entwicklungsflächen verfügbar sind, die die geplante Einzelhandelsentwicklung, d. h., den (vergrößerten) Netto-Lebensmitteldiscountmarkt, aufnehmen könnten. Dementsprechend gibt es im Stadtteil Miesenheim keinen alternativen Standort, der für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes infrage käme.
- Bei dem zu betrachtenden Netto-Markt in Miesenheim handelt es sich um einen etablierten Nahversorgungsstandort im südlichen Stadtgebiet von Andernach.

- Nach BBE-Prognose erwirtschaftet die bestehende Netto-Filiale mit Kunden aus dem Stadtteil Miesenheim rd. 80 % ihres nahversorgungsrelevanten Umsatzes (ca. 2,6 Mio. € p.a.). Mit einem Marktanteil von rd. 27 % übernimmt der Netto-Lebensmitteldiscountmarkt wichtige Nahversorgungsfunktionen auf Stadtteilebene. Maximal 20 % des nahversorgungsrelevanten Umsatzes (ca. 0,7 Mio. € p.a.) werden mit Kunden generiert, die von außerhalb des Stadtteils Miesenheim stammen.

Der Discountmarkt wird auch nach seiner Neuaufstellung und Erweiterung insbesondere im Stadtteil Miesenheim eine hohe Kaufkraftabschöpfung erreichen und somit den weit überwiegenden Teil seines Umsatzes (rd. 80%) mit Kunden aus Miesenheim generieren. Mit einem Marktanteil von rd. 36 % wird damit die Nahversorgungsfunktion des Marktes weiter gestärkt.

Die vorab skizzierte Faktenlage begründet somit eine Abweichung von Ziel 58 LEP IV:

Gemäß § 8 Abs. 3 Landesplanungsgesetz Rheinland-Pfalz kann von einem landesplanerischen Ziel abgewichen werden, wenn veränderte Tatsachen oder Erkenntnisse vorliegen, die Abweichung unter raumordnerischen Gesichtspunkten vertretbar ist und das Landesentwicklungsprogramm in seinen Grundzügen nicht berührt wird.

Diese Voraussetzungen sind aus Sicht der BBE Handelsberatung gegeben:

- Gegenüber den Zielsetzungen des kommunalen Einzelhandelskonzeptes ergeben sich **veränderte Tatsachen**:

Das kommunale Einzelhandelskonzept der Stadt Andernach aus dem Jahr 2012 konnte aufgrund der nur marginalen Angebotsstrukturen keinem Standortbereich im Stadtteil Miesenheim die Funktion eines zentralen Versorgungsbereiches zuweisen.

Vor diesem Hintergrund und mit Blick auf die defizitären Nahversorgungsstrukturen wurde mit dem Konzept stattdessen eine Gewerbebrache an der Plaidter Straße im Umfeld des Bürgerhauses als Entwicklungsbereich für den Lebensmitteleinzelhandel vorgeschlagen. Mit Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes hätte sich hier die Möglichkeit geboten, weitere Angebote zur Grundversorgung der Ortsbevölkerung zu konzentrieren und perspektivisch einen zentralen Versorgungsbereich zu entwickeln.

Zwischenzeitlich wurde dieses Areal jedoch vollständig mit einer Wohnbebauung belegt. Somit sind in der Ortsmitte von Miesenheim keine Entwicklungsflächen mehr vorhanden, die einen Lebensmittelmarkt aufnehmen könnten.
- Die geplante Erweiterung des Netto-Marktes, die sich im Wesentlichen auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren bezieht, ist als bestandsichernde Maßnahme eines strukturprägenden Nahversorgungsbetriebes zu bewerten, der wesentliche Nahversorgungsfunktionen für den Stadtteil Miesenheim übernimmt. Da im Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Stadt Andernach die Sicherung bzw. Wiederherstellung der Grundversorgung in allen Stadtteilen empfohlen wird, stimmt das Planvorhaben mit dem Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Stadt Andernach überein.

- Aufgrund der gegebenen städtebaulichen Rahmenbedingungen wird es in Miesenheim nicht möglich sein, einen zentralen Versorgungsbereich zu entwickeln, der die wohnungsnaher Versorgung im Stadtteil sicherstellen könnte. Somit wird der Netto-Markt auch perspektivisch den wichtigsten Träger der Grundversorgung im Stadtteil Miesenheim darstellen.

Diese Funktion wird bei Realisierung der Erweiterung gesichert und gestärkt, ohne dass negative städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die wohnungsnaher Versorgung in anderen Andernacher Stadtteilen oder in Nachbarkommunen ausgelöst werden.

Vor diesem Hintergrund erscheint in diesem Fall eine **Abweichung vom städtebaulichen Integrationsgebot (Ziel 58) unter raumordnerischen Gesichtspunkten vertretbar**.

- Die vorliegende gutachterliche Prognose zeigt auf, dass auch ein großflächiger Netto-Markt nur etwa ein Drittel der in Miesenheim verfügbaren nahversorgungsrelevanten Kaufkraft binden würde und damit standortgerecht dimensioniert wäre. Die Erweiterung würde somit im Wesentlichen der Stabilisierung der Versorgungsfunktion des Marktes innerhalb des Stadtteils Miesenheim dienen, ohne dadurch in größerem Maße Kaufkraft aus der Kernstadt Andernach oder aus Nachbarkommunen abzuziehen.

Das Erweiterungsvorhaben dient somit überwiegend der Nahversorgung und tangiert deshalb auch nicht die den umliegenden zentralen Orten durch die Regional- und Landesplanung zugewiesenen Versorgungsfunktionen. **Das Landesentwicklungsprogramm wird deshalb in seinen Grundzügen nicht berührt** und auch diese Vorgabe des § 8 Abs. 3 Landesplanungsgesetz Rheinland-Pfalz ist erfüllt.

Die Faktenlage begründet somit eine Abweichung vom landesplanerischen Integrationsgebot gemäß Ziel 58 LEP IV.

- **Nichtbeeinträchtigungsgebot (Ziel 60):**

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

Im Falle der Erweiterung des Netto-Lebensmitteldiscountmarktes in Andernach-Miesenheim werden sich die wettbewerblichen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel in der Stadt Andernach 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 geplanten Einzelhandelsvorhabens auszuschließen.

7 Fazit der Auswirkungsanalyse

Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen auf, dass infolge der in Andernach-Miesenheim geplanten Erweiterung eines Netto-Lebensmitteldiscountmarktes keine städtebaulich oder raumordnerisch relevanten beeinträchtigenden Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind.

Diese Beurteilung beruht im Wesentlichen auf folgenden Punkten:

- In Andernach-Miesenheim ist die Erweiterung des hier ansässigen Netto-Lebensmitteldiscountmarktes von heute rd. 760 m² auf künftig maximal 1.000 m² Verkaufsfläche geplant.
- Das Vorhaben stellt einen Nahversorgungsbetrieb in einer marktüblichen Größe dar. Die Ausrichtung der im Bestandsobjekt und auch im erweiterten Lebensmitteldiscountmarkt vorgehaltenen Waren liegt primär bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten.
Die geplante Neuaufstellung bzw. Erweiterungsmaßnahme zielt somit nicht auf eine Veränderung des Sortimentsschwerpunktes, der auch nach der Erweiterung eindeutig bei Nahrungs- und Genussmitteln sowie Drogeriewaren liegen wird, ab. Vielmehr sollen durch die Erweiterungsmaßnahme die Voraussetzungen für eine großzügigere Warenpräsentation, eine verbesserte Kundenführung und eine Optimierung der internen Logistikabläufe geschaffen werden. Die geplante Einzelhandelsentwicklung und die damit verbundene Optimierung des Marktauftrittes sind somit als Maßnahmen zu bewerten, die vor allem der Stabilisierung der erreichten Marktposition dienen.
- Im Einzugsbereich des Erweiterungsvorhabens, das sich aufgrund der siedlungsräumlichen Gegebenheiten und der Entfernung zu den nächstgelegenen Versorgungsstandorten auf den Stadtteil Andernach-Miesenheim bezieht, wohnen insgesamt rd. 3.180 Einwohner. Für die hier lebende Bevölkerung stellt die zu erweiternde Netto-Filiale einen verkehrlich gut zu erreichenden, attraktiven Nahversorgungsstandort dar.

Darüber hinausreichende Einkaufsbeziehungen werden als „Streuumsätze“ quantifiziert.

Die Einwohner im Einzugsbereich verfügen in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren über ein Nachfragevolumen in Höhe von rd. 9,5 Mio. € p. a.

Mit einer Ausdehnung des Einzugsgebietes wird infolge der Neuaufstellung und Erweiterung des Netto-Marktes vonseiten der Gutachter nicht gerechnet. So wird der Lebensmittelmarkt auch nach der Neuaufstellung und Erweiterung den Großteil seines nahversorgungsrelevanten Umsatzes mit Kunden aus dem Einzugsgebiet, d.h. aus dem Stadtteil Andernach-Miesenheim generieren.

- Die Gutachter gehen davon aus, dass die Bestandsfiliale aktuell einen Umsatz von rd. 3,8 Mio. € p.a. erwirtschaftet (inkl. Café mit Backwarenverkauf).

Gemäß den Prognoseberechnungen erreicht der erweiterte Markt eine jährliche Umsatzleistung von insgesamt rd. 5,0 Mio. € p.a. Auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) entfällt hiervon ein Anteil von rd. 4,3 Mio. € p.a.

Durch das Erweiterungsvorhaben wird somit ein Mehrumsatz von jährlich insgesamt max. 1,2 Mio. € p.a. generiert.

- Die Netto-Bestandsfiliale hat ihre Wettbewerbswirkungen bereits in der Vergangenheit entfaltet, sodass im Zuge des Erweiterungsvorhabens nur der – im Worst-Case-Szenario – zu erwartende Mehrumsatz zu berücksichtigen ist. Die Beurteilung etwaiger Auswirkungen der geplanten Einzelhandelsentwicklung ist vor diesem Hintergrund nur auf die Umsatzumverteilungseffekte abzustellen, die sich aus der Erweiterung des Lebensmitteldiscountmarktes ergeben.
- Der prognostizierte Mehrumsatz wird in erster Linie zu Lasten größerer Lebensmittelmärkte umverteilt. Es lässt sich festhalten, dass durch die Realisierung des Erweiterungsvorhabens keine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der wohnungsnahen Versorgung in der Stadt Andernach oder in umliegenden Kommunen ausgelöst wird.

Mit der Auswirkungsanalyse konnte aufgezeigt werden, dass die durch die Erweiterung des Lebensmitteldiscountmarktes maximal zu erwartenden Wettbewerbswirkungen in keinem Fall die wirtschaftliche Tragfähigkeit einzelner Betriebe infrage stellen werden. Auch wird der am Standort Sankt-Thomaser-Hohl 4 - 6 geplante Norma-Lebensmittelmarkt in seiner Umsatzerwartung allenfalls geringfügig eingeschränkt und dieses Ansiedlungsvorhaben durch die Netto-Erweiterung in Miesenheim nicht infrage gestellt.

- Negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahen Versorgung im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO können nach den Ergebnissen der Analyse somit ausgeschlossen werden.
- Im Hinblick auf die funktionale Lagesituation des Planstandortes ist festzuhalten, dass sich das Projektareal außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches befindet. Vor diesem Hintergrund widerspricht das Erweiterungsvorhaben dem Integrationsgebot gemäß Ziel 58 LEP IV, sodass eine Genehmigung nur erfolgen kann, wenn der Abweichung vom Integrationsgebot seitens der Landesplanungsbehörden entsprochen wird.

Gemäß § 8 Abs. 3 Landesplanungsgesetz Rheinland-Pfalz kann von einem landesplanerischen Ziel abgewichen werden, wenn die Abweichung unter raumordnerischen Gesichtspunkten vertretbar ist und das Landesentwicklungsprogramm in seinen Grundzügen nicht berührt wird.

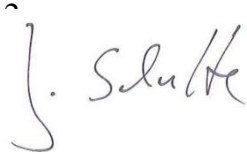
Diese Sachlage ist aus Sicht der BBE Handelsberatung gegeben. Denn die städtebaulichen Rahmenbedingungen lassen es nicht zu, in Miesenheim einen zentralen Versorgungsbereich zu entwickeln, der die wohnungsnahen Versorgung im Stadtteil sichern könnte. Somit übernimmt der Netto-Markt wichtige kompensatorische Funktionen für die Nahversorgung. Die vorliegend gutachterliche Prognose zeigt auf, dass auch ein großflächiger Netto-Markt nur etwa ein Drittel der in Miesenheim verfügbaren nahversorgungsrelevanten Kaufkraft binden würde und deshalb standortangemessen dimensioniert wäre. Die Erweiterung würde somit im Wesentlichen dazu dienen, die Versorgungsfunktion des Marktes innerhalb des Stadtteils Miesenheim zu stabilisieren, ohne dadurch in größerem Maße Kaufkraft aus der Kernstadt oder aus Nachbarkommunen abzuziehen.

Die Faktenlage begründet somit eine Abweichung vom landesplanerischen Integrationsgebot gemäß Ziel 58 LEP IV.

- Darüber hinaus kann mit vorliegender Auswirkungsanalyse detailliert nachgewiesen werden, dass im Realisierungsfall keine zentralen Orte in ihren Versorgungsfunktionen gefährdet werden und somit das mit Ziel 60 LEP IV vorgegebene Nichtbeeinträchtigungsgesetz gewahrt bleibt.

Köln, im Januar 2024

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Joachim Schulte



i. V. Rainer Schmidt-Ilguth