

## Auswirkungsanalyse

# zur geplanten Verlagerung und Neuaufstellung des EDEKA-Supermarktes in der Roncallistraße in Troisdorf

---

für die  
EDEKA Handelsgesellschaft Rhein-Ruhr mbH  
Büro Meckenheim

**Ihre Ansprechpartner**

Wirtschaftsgeograph Joachim Schulte, M.A.  
(Projektleitung)

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

**BBE Handelsberatung GmbH**

Goltsteinstraße 87a  
50968 Köln  
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160  
Fax +49 221 789 41 169  
E-Mail [schulte@bbe.de](mailto: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.**

Köln, im Januar 2015

## Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1	Ausgangssituation, Zielsetzung und methodische Vorgehensweise ..... 4
1.1	Aufgabenstellung und Zielsetzung ..... 4
1.2	Methodische Vorgehensweise ..... 5
2	Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel ..... 6
2.1	Marktbedeutung der unterschiedlichen Betriebstypen..... 6
2.2	Unterschiede der Betriebstypen..... 7
2.3	Flächenbedarf des Betriebstyps Supermarkt..... 10
3	Standortseitige Aspekte ..... 11
3.1	Makrostandort ..... 11
3.2	Mikrostandort..... 13
4	Projektplanung ..... 15
5	Wettbewerbssituation ..... 17
5.1	Projektrelevanter Wettbewerb in der Stadt Troisdorf ..... 17
5.2	Projektrelevanter Wettbewerb außerhalb der Stadt Troisdorf ..... 21
6	Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftvolumen ..... 23
7	Auswirkungsanalyse ..... 24
7.1	Marktaberschöpfung und Umsatzleistung des Planvorhabens ..... 24
7.2	Umsatzumlenkungseffekte..... 25
7.3	Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung..... 29
7.4	Einordnung des Vorhabens in die Ziele/ Grundsätze des Landesentwicklungsplanes ..... 31
7.5	Einordnung in das Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept für die Stadt Troisdorf ... 34
8	Fazit der Auswirkungsanalyse ..... 36

**Abbildungsverzeichnis:**

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel..... 7

Abbildung 2: Durchschnittliche Artikelanzahl nach Betriebstyp ..... 8

Abbildung 3: Eigenschaften von Supermärkten und Lebensmitteldiscountern aus Verbrauchersicht  
..... 9

Abbildung 4: Lage der Stadt Troisdorf und zentralörtliche Gliederung ..... 11

Abbildung 5: Rahmenplanung Friedrich-Wilhelmshütte, westlicher Ortsrand..... 13

Abbildung 6: Mikrostandort ..... 14

Abbildung 7: Fotos vom Bestandsmarkt und seinen Umfeldnutzungen ..... 16

Abbildung 8: Projektierte Verkaufsfläche des Planvorhabens ..... 16

Abbildung 9: Wettbewerbssituation..... 20

Abbildung 10: Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet nach Standortlagen ..... 22

Abbildung 11: Umsatzprognose für das Planvorhaben..... 25

Abbildung 12: Umverteilungseffekte des Planvorhabens ..... 28

# **1 Ausgangssituation, Zielsetzung und methodische Vorgehensweise**

## **1.1 Aufgabenstellung und Zielsetzung**

Die EDEKA Handelsgesellschaft Rhein-Ruhr plant den heute an der Roncallistraße 55 in Troisdorf ansässigen Supermarkt neu aufzustellen. Die Bestandsfiliale verfügt derzeit über eine Verkaufsfläche von lediglich rd. 530 m<sup>2</sup>, so dass die Voraussetzungen zur Umsetzung eines modernen Supermarkt-Vertriebskonzepts fehlen. Der neue Supermarkt soll eine Verkaufsfläche von rd. 1.800 m<sup>2</sup> aufweisen.

Die Neuerrichtung eines größeren Gebäudes ist auf dem Grundstück der Bestandsfiliale aufgrund fehlender Flächenkapazitäten nicht möglich. Deshalb beabsichtigt die EDEKA auf einem westlich an den Friedhof Friedrich-Wilhelm-Hütte angrenzenden Grundstück einen Neubau zu errichten.

Die Neuerrichtung des Marktes macht die Aufstellung eines Bebauungsplanes mit Festsetzungen gemäß § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) erforderlich. Deshalb ist im Zuge des Genehmigungsverfahrens zu prüfen, ob im Falle einer Realisierung des Planvorhabens nachteilige Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung in der Stadt Troisdorf und in den Nachbarkommunen zu erwarten wären.

Darüber hinaus ist zu klären, ob das Vorhaben mit den Zielen der Landesplanung übereinstimmt. Denn der Supermarkt wird auf eine Verkaufsfläche von über 800 m<sup>2</sup> projektiert und ist deshalb als großflächiger Einzelhandelsbetrieb einzuordnen. Da sich der Vorhabenstandort außerhalb eines mit der Bezirksregierung Köln abgestimmten zentralen Versorgungsbereichs befindet, hat die Genehmigungsbehörde gemäß Ziffer 5.6 Einzelhandelserlass NRW zu prüfen, ob sich die Planung auf die Ziele der Raumordnung auswirken kann. Dabei bilden die Grundsätze und Ziele des seit 13. Juli 2013 wirksamen „Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen - Sachlicher Teilplan zum großflächigen Einzelhandel“ den Prüfmaßstab.

Die BBE Handelsberatung legt hiermit eine absatzwirtschaftliche Auswirkungsanalyse vor, die im weiteren Genehmigungsverfahren als Entscheidungsgrundlage Verwendung finden kann.

## 1.2 Methodische Vorgehensweise

Das vorliegende Gutachten basiert auf Vor-Ort-Recherchen im Untersuchungsgebiet. Das Untersuchungsgebiet umfasst weite Bereiche der Stadt Troisdorf sowie das angrenzende Stadtgebiet von Sankt Augustin im Süden und Siegburg im Osten. In Ergänzung erfolgte eine Aufbereitung von sekundärstatistischen Daten. Im Einzelnen wurden folgende Erhebungen und Recherchen durchgeführt:

- Durchführung von Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung des Projektstandortes im Mai 2014,
- Erhebung relevanter Anbieter von nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Mai 2014. Hierzu gehören vor allem strukturprägende Lebensmittelmärkte (v. a. Lebensmittel-Discounter und Supermärkte) 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 sortimentsspezifische Pro-Kopf-Ausgaben).

Die Untersuchung basiert in einem **ersten Arbeitsschritt** auf einer Markt- und Standortanalyse, die im Wesentlichen folgende Aspekte beleuchtet:

- Bewertung der makro- und mikroräumlichen Standortsituation,
- Darstellung und Bewertung der projektrelevanten Angebotssituation im Untersuchungsraum unter quantitativen und qualitativen Aspekten,
- Ermittlung des Einzugsgebietes des Planvorhabens und Berechnung des Nachfragevolumens.

Im **zweiten Arbeitsschritt** 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.

## 2 Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel

Zur Einordnung des projektierten großen Supermarktes in einen übergeordneten Rahmen innerhalb der deutschen Handelslandschaft werden im Folgenden wesentliche Entwicklungen und Trends im Lebensmitteleinzelhandel sowie die Unterschiede in den Marktsegmenten „Supermarkt“ und „Discountmarkt“ aufgezeigt.

Der Ausgabenanteil für Lebensmittel hat im Gegensatz zu anderen Bereichen des Handels in den letzten Jahren leicht zugenommen. Der Grund dafür liegt zum einen in Veränderungen der Nachfrage und steigenden Preisen begründet, zum anderen in einer Diversifizierung des Angebotes. Nachfrageseitig haben verschiedene Lebensmittelskandale ein Umdenken in Gang gesetzt, die bei den Verbrauchern zu einer leicht gestiegenen Ausgabebereitschaft für qualitativ hochwertige Lebensmittel geführt haben. 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 436 Mrd. €, die die 82 Mio. Einwohner in Deutschland im Einzelhandel (inkl. Apotheken) ausgeben, entfallen rd. 217 Mrd. € auf die Kernsortimente der Nahversorgung (Lebensmittel, Getränke, Drogeriewaren, Apothekenwaren, Blumen). Dies entspricht einem Anteil von knapp 50 % und dokumentiert die hohe Bedeutung dieses Marktsegmentes. Keine andere Branche hat eine so hohe Konzentration auf Handels- wie auch auf Lieferantenseite. Allerdings setzen die großen Betreiber von Supermärkten, die Rewe-Group und Edeka, zunehmend auf selbständige Kaufleute, die mit ihrer lokalen Präsenz auf Besonderheiten des regionalen Marktes besser reagieren können.

Die Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel ist insgesamt durch eine starke Dynamik geprägt, wobei das Wachstum der Branche v. a. durch zunehmende Nachverdichtung, Flächenausweitungen und Diversifikation des Angebots generiert wird.

### 2.1 Marktbedeutung der unterschiedlichen Betriebstypen

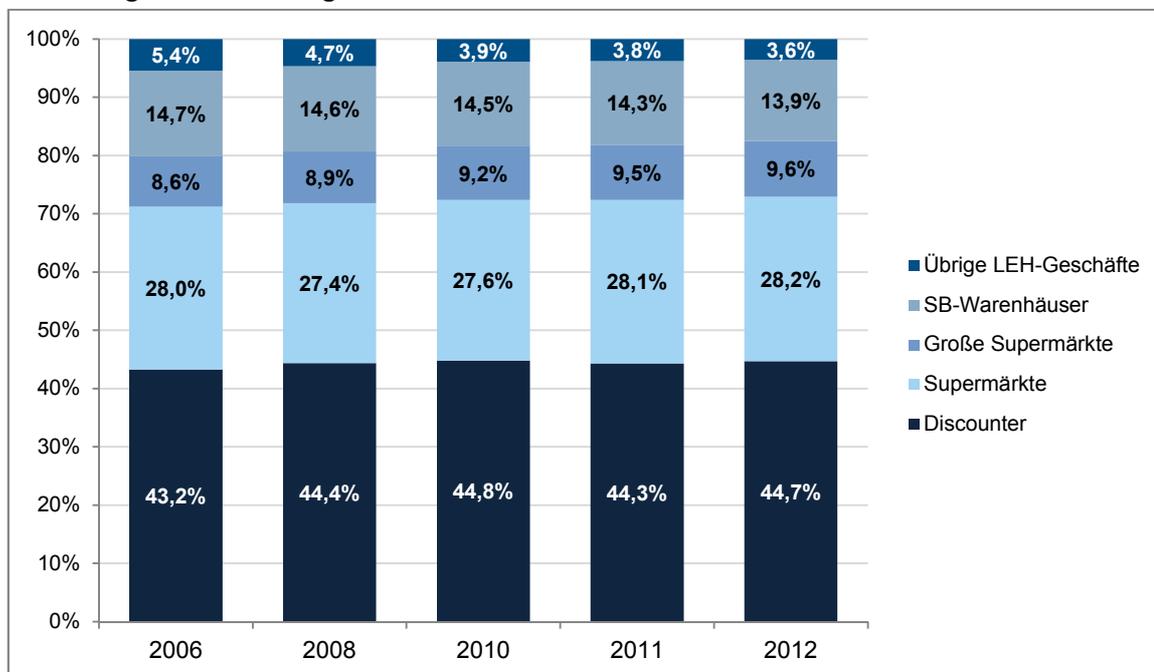
Durch veränderte Verbraucherwünsche und eine hohe Preisorientierung der deutschen Kunden haben die Lebensmitteldiscounter in den letzten Jahren stark an Marktanteilen gewinnen können und sind heute mit einem Marktanteil von über 44 % der am stärksten präsente Betriebstyp des Lebensmittelhandels.

Auch die Supermärkte konnten in den letzten Jahren aufgrund ihrer Anstrengungen bei der Weiterentwicklung der Konzepte wieder Marktanteile hinzugewinnen. Die aktuellen Zahlen des EHI weisen für Supermärkte und große Supermärkte für 2012 einen Marktanteil von ca. 38 % aus.

Um sich gegenüber den konkurrierenden Vertriebstypen wie den Lebensmitteldiscountern und den Verbrauchermärkten besser profilieren zu können, wurden Supermarktkonzepte aller Betreiber in

der Vergangenheit strukturellen Veränderungen unterzogen.<sup>1</sup> So hat beispielsweise die Gestaltung der Bedientheken für Frischeprodukte (Wurst, Fleisch, Käse, Delikatessen, etc.) deutlich an Qualität gewonnen.

**Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel**



Quelle: EHI, eigene Bearbeitung durch BBE Handelsberatung 2014

## 2.2 Unterschiede der Betriebstypen

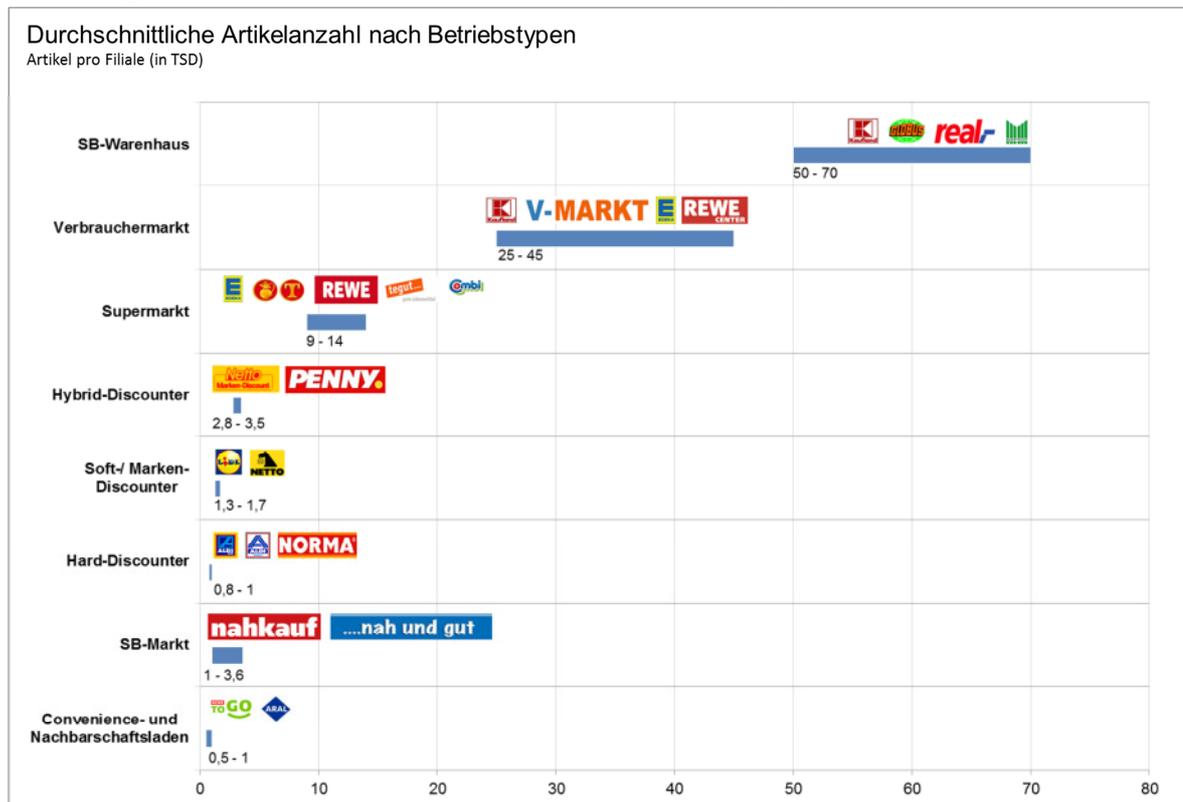
Anders als Supermärkte, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser stellen die Lebensmitteldiscounter keine Vollsortimenter dar. Auf einer Verkaufsfläche von i. d. R. 400 bis 1.200 m<sup>2</sup> bieten Lebensmitteldiscounter ein schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl an. Die Attraktivität der Lebensmitteldiscounter basiert also auf einem preislichen Vorteil, kombiniert mit einer überschaubaren Anzahl an Artikeln.

Der Umfang eines durchschnittlichen Supermarktsortiments weist knapp 12.000 Artikel (bei großen Supermärkten ca. 35.000 – 40.000 Artikel) auf, so dass ein umfassendes nahversorgungsbezogenes Angebot vorhanden ist. Damit stehen Supermärkte zwischen den preisorientierten Lebensmitteldiscountern mit eng umgrenztem Sortiment und den Verbrauchermärkten bzw. SB-Warenhäusern, deren Sortiment weit über das der Nahversorgung hinausgeht und bereits den mit-

<sup>1</sup> Große Supermärkte grenzen sich gegenüber Verbrauchermärkten und SB-Warenhäusern durch eine weitgehende Angebotskonzentration auf Nahrungs- und Genussmittel/ Drogeriewaren ab, während Non-food-Sortimente nur in sehr geringem Maße angeboten werden.

tel- bis langfristigen Bedarfsbereich abdeckt. SB-Warenhäuser zielen mit ihrem erweiterten Sortiment somit nicht primär auf eine Nahversorgung ab, sondern führen ein deutlich erweitertes Angebot.

**Abbildung 2: Durchschnittliche Artikelanzahl nach Betriebstyp**



Quelle: BBE Handelsberatung 2014

Während Lebensmitteldiscounter von den Konsumenten in der Regel zum preisgünstigen Grund-einkauf aufgesucht werden, sind Supermärkte v. a. wegen ihres umfassenden Sortiments und kleineren Einzelmengen, einer großen Auswahl an Frischeartikeln und Markenprodukten, der attraktiveren Warenpräsentation und Ladenatmosphäre, des fachkundigen Personals und der Service-Elemente gefragt. Aus der zunehmenden Bedeutung der Faktoren Übersichtlichkeit und angenehme Atmosphäre sowie einer Zunahme der Artikelzahl resultiert der steigende Flächenbedarf der Lebensmittelmärkte.

Bei den Discountmärkten ist zwischen den Hard-Discountern und den Soft- bzw. Markendiscoun-tern zu unterscheiden (vgl. Abb. 2). Hard-Discounters führen etwa 800 verschiedene Artikel, wo hin-gegen die Soft-Lebensmitteldiscounter mit bis zu 1.700 Artikeln, mehr als die doppelte Artikelzahl anbieten. Der Schwerpunkt liegt bei beiden Lebensmitteldiscounterarten im Trockensortiment, das um Getränke (v. a. in Einwegverpackung) ergänzt wird. Bedienungsabteilungen wie Frischetheken und andere Dienstleistungen sind in Lebensmitteldiscountern nicht vorzufinden. Charakteristisch für Lebensmitteldiscounter, insbesondere Hard-Discounters, ist der hohe Anteil an Eigenmarken, die sehr preiswert angeboten werden können.

Der Betriebstyp des Discounters weist eine preisorientierte und werbeintensive Unternehmensphi-losophie auf. Die Warenpräsentation wird daher in der Regel eher nüchtern gestaltet, wobei ver-

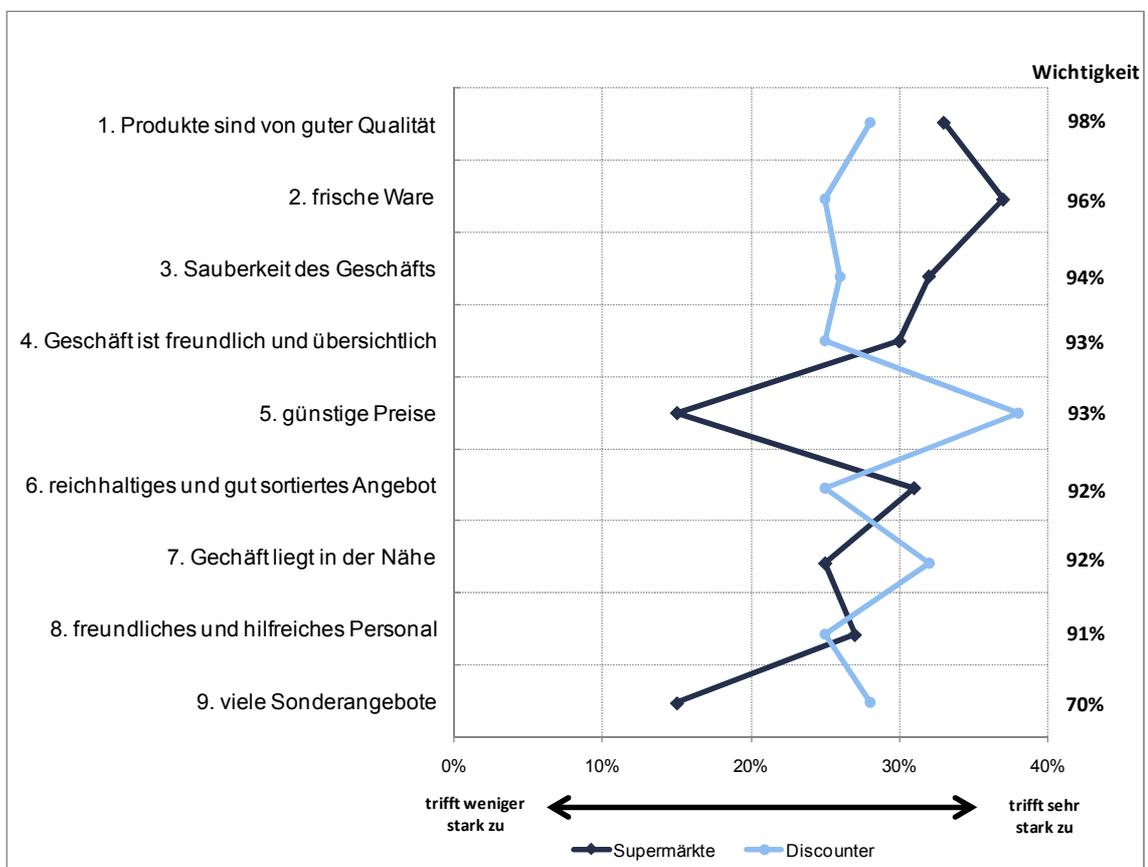
einzel ausgewählte Warengruppen (z. B. Drogerieartikel) aufwendiger präsentiert werden. Die Soft- bzw. Markendiscouter verfolgen dabei das Discount-Konzept weniger strikt als die Hard-Discouter. Der Nonfood-Bereich, der sich neben festen Nonfood-Artikeln zu einem Großteil aus wöchentlich wechselnden Aktionsangeboten zusammensetzt, umfasst durchschnittlich einen Umsatzanteil von 9 % bis 13 %.

Die Lebensmitteldiscouter besitzen in der Regel einen einheitlichen Marktauftritt, so dass der Kunde in jedem Markt dasselbe Sortiment vorfindet. Abgeleitete Betriebsformen wie beispielsweise bei den Supermärkten (z. B. City-Supermarkt) sind bei Lebensmitteldiscountern i. d. R. nicht vorzufinden.

Eine Ausnahme bilden die Supermarkt-Discount-Hybriden (oder Hybrid-Discouter), zu denen in Deutschland Netto zählt. Netto positioniert sich hinsichtlich der Artikelzahl aber auch der Bedienform und des Getränkesortiments zwischen Supermarkt und Lebensmitteldiscouter.

In der Praxis versorgt sich der Verbraucher nicht nur bei einer, sondern bei durchschnittlich 4,25 Betriebsformen. Idealtypischer Weise wird der Grundbedarf beim Lebensmitteldiscouter eingekauft, die Produkte, die dort nicht erhältlich sind oder die man dort nicht kaufen möchte, werden bei ergänzenden Wettbewerbern besorgt. Supermärkte bedienen andere Verbraucherbedürfnisse als beispielsweise Lebensmitteldiscouter, wie die folgende Abbildung veranschaulicht:

**Abbildung 3: Eigenschaften von Supermärkten und Lebensmitteldiscountern aus Verbrauchersicht**



Quelle: ZMG (Branchenreport LEH), Bearbeitung BBE Handelsberatung GmbH.

## 2.3 Flächenbedarf des Betriebstyps Supermarkt

Ein Grund für die Entwicklung von größeren Flächen bei Supermärkten ist die Notwendigkeit, sich stärker von Lebensmitteldiscountern abzusetzen, deren Flächengrößen seit Jahren wachsen. Übersichtlichkeit und angenehme Atmosphäre sind bei der deutlich größeren Artikelzahl der Supermärkte nur auf einer größeren Verkaufsfläche zu realisieren.

Daneben sind noch andere Entwicklungen für einen größeren Flächenbedarf entscheidend:

- Die Nachfrage nach Convenience-Produkten (z. B. Tiefkühl- und Halbfertigware) ist in den letzten Jahren sprunghaft angestiegen. Daher sind größere Kühlregale und Tiefkühlbereiche erforderlich. Auch die gestiegene Nachfrage nach Bio-Produkten erfordert, dass der Supermarkt das gleiche Produkt als Bio- und als traditionelle Qualität anbietet.
- Der Preiswettbewerb führt dazu, dass Supermärkte verstärkt günstige Eigenmarken anbieten, die auf dem Preisniveau von Lebensmitteldiscountern liegen. Damit werden gleichartige Produkte als Industriemarke und als Eigenmarke angeboten, so dass ein zusätzlicher Flächenbedarf resultiert.
- Die Kunden erwarten möglichst geringe Wartezeiten in den Bedienabteilungen. Daher wird bei Supermärkten zunehmend ein Teil der Frischwaren (insbesondere Fleisch- und Wurstwaren sowie Käse) zusätzlich in Kühlmöbeln zur Selbstbedienung angeboten, um den Personalaufwand zu begrenzen.
- Um eine angenehmere Ladenatmosphäre und attraktivere Warenpräsentation bei gleichzeitig besserem Überblick und besserer Orientierung zu erreichen, wird bei neuen Supermärkten eine niedrigere Regalhöhe gewählt. Dies führt bei gleichem Sortiment zu einer größeren Verkaufsfläche.
- Im Sinne der Verbesserung der Ladenatmosphäre und einer vereinfachten, zeitsparenden Warenbestückung werden die Laufwege und Gänge in den Märkten breiter als früher gestaltet. Als Faustregel wird hier im Idealfall eine Breite gewählt, die drei Einkaufswägen nebeneinander zulässt. Der Kunde soll sich in Ruhe im Regal umsehen können, ohne sich von anderen Kunden zum Weiterfahren gedrängt zu fühlen. Auch der Kassenbereich soll nicht den Charakter einer reinen „Warteschlange“ haben, sondern ein offener Bereich sein, der zu Zusatzkäufen anregt. Angebote für ältere Kundengruppen (Ruhezonen, Sitzbänke) erfordern weitere Flächen.
- Den Kunden werden verstärkt saisonale und regionale Artikel außerhalb der Regale auf Zusatzflächen in Form von Sonder-, Aktions- und Zweitplatzierungen präsentiert. Außerdem werden Abteilungen, die eine besondere Lebensqualität (z. B. Wein, Feinkost, Obst) vermitteln sollen, entsprechend aufwendig und großzügiger gestaltet.

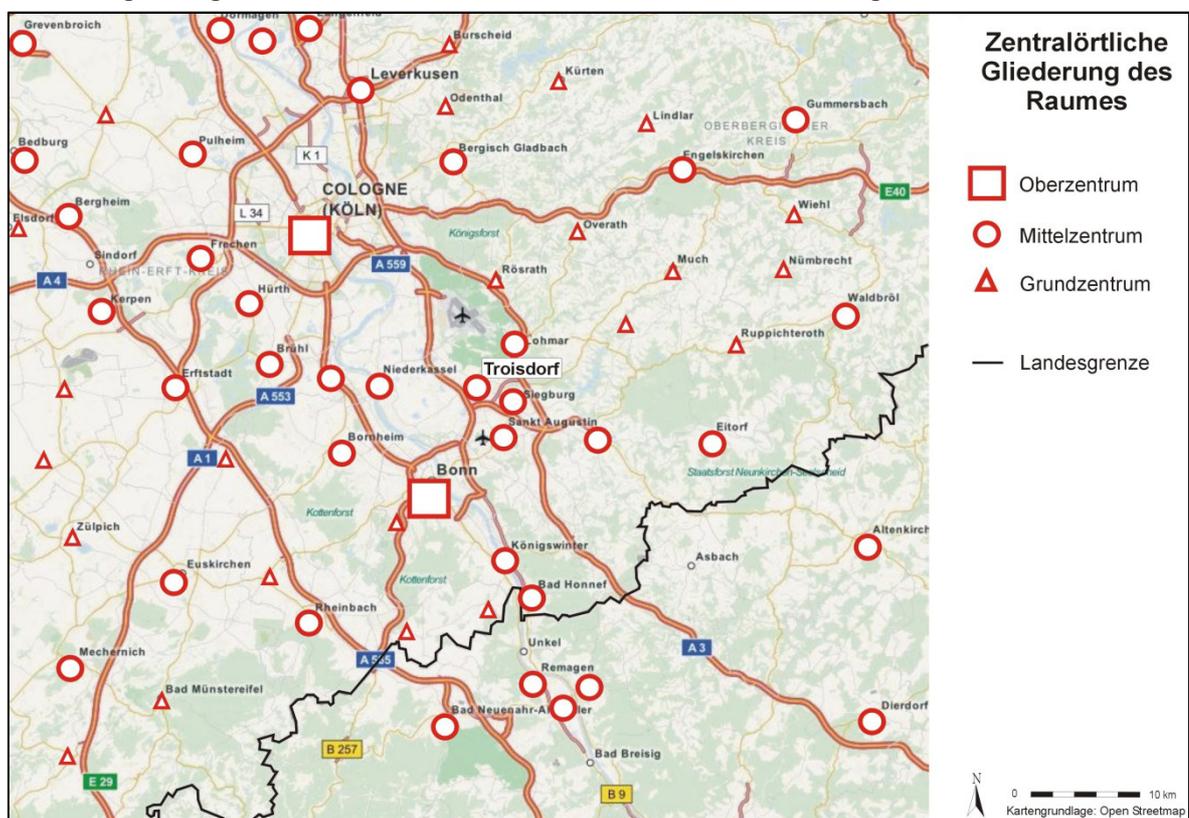
### 3 Standortseitige Aspekte

#### 3.1 Makrostandort

##### Lage und Siedlungsstruktur

Die kreisangehörige Stadt Troisdorf liegt rechtsrheinisch im Norden des Rhein-Sieg-Kreises, in dem Troisdorf die größte Stadt darstellt. Im Norden grenzt Troisdorf an Köln und Rösrath, im Osten an Lohmar und Siegburg, im Südosten an Sankt Augustin, im Süden an Bonn und im Westen an Niederkassel. Der Stadt wird gemäß Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) die Funktion eines Mittelzentrums zugewiesen.

**Abbildung 4: Lage der Stadt Troisdorf und zentralörtliche Gliederung**



##### Bevölkerungsdaten

Die Stadt Troisdorf, die sich aus zwölf Stadtteilen zusammensetzt, verfügt über 72.784 Einwohner.<sup>2</sup> Die beiden einwohnerstärksten Stadtteile Troisdorf-Mitte und Spich verfügen über rd. 21 bzw. 17 %

<sup>2</sup> it.nrw, Stand: 31.12.2012

der Bevölkerung. Der Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte, in dem sich der Planstandort befindet, weist 7.154 Einwohner bzw. rd. 10 % der Stadtbevölkerung auf.

### **Erreichbarkeit und Verkehr**

Troisdorf ist verkehrlich gut an das überregionale Straßennetz angebunden. So verfügt die Stadt über zwei Autobahnanschlussstellen an die Bundesautobahn A 59 (Köln – Königswinter). Zudem verläuft die Bundesstraße B 8 durch das Stadtgebiet.

Auch die ÖPNV-Anbindung lässt sich als gut bewerten, da Troisdorf DB-Haltepunkt von mehreren Regionalexpress- und Regionalbahnlinien ist und mit den Bahnhöfen Troisdorf und Spich über zwei S-Bahn-Haltepunkte verfügt. Der Haltepunkt Friedrich-Wilhelms-Hütte wird von der Regionalbahnlinie Köln – Bonn-Beuel – Koblenz angefahren. Auch das örtliche und regionale Busnetz ist als leistungsfähig zu charakterisieren.

### **Einzelhandelsstrukturen**

Gemäß CIMA-Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept für die Stadt Troisdorf aus dem Jahr 2010 verfügt das Mittelzentrum Troisdorf mit einem Hauptzentrum (Troisdorf Innenstadt), zwei Nebenzentren (Spich und Sieglar) und zwei Nahversorgungszentren (Friedrich-Wilhelms-Hütte und Oberlar) über fünf zentrale Versorgungsbereiche. Die abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche übernehmen aufgrund ihres Angebotsspektrums unterschiedliche Versorgungsfunktionen.

Die Einzelhandelszentralität stellt das Verhältnis von einzelhandelsrelevanter Kaufkraft vor Ort und getätigten Umsätzen vor Ort dar. Die Zentralitätskennziffer wird von BBE!CIMA!MB-Research regelmäßig für Gemeinden ab 10.000 Einwohnern ermittelt. Eine Zentralität über 100 zeigt an, dass die Gemeinde per Saldo von Kaufkraftzuflüssen profitiert, bei einer Zentralität von genau 100 halten sich Zu- und Abflüsse die Waage.<sup>3</sup> Die Stadt Troisdorf weist eine Einzelhandelszentralität von insgesamt rd. 79,6 % auf. Dies sagt aus, dass der Gesamtumsatz rd. 20,1 % unter dem vor Ort vorhandenen Kaufkraftpotenzial liegt und somit per Saldo Kaufkraftabflüsse festzustellen sind. Eine Einzelhandelszentralität von rd. 76,6 % ist für ein Mittelzentrum als unterdurchschnittlich einzustufen. Die direkte Konkurrenz durch die in der Nachbarschaft liegenden Oberzentren Bonn und Köln erklärt teilweise die insgesamt eher geringe Ausstrahlungskraft des Troisdorfer Einzelhandels.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer der Stadt Troisdorf liegt bei 100,3. Damit verfügt die Stadt über ein im Vergleich zum Bundesdurchschnitt geringfügig unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau.

---

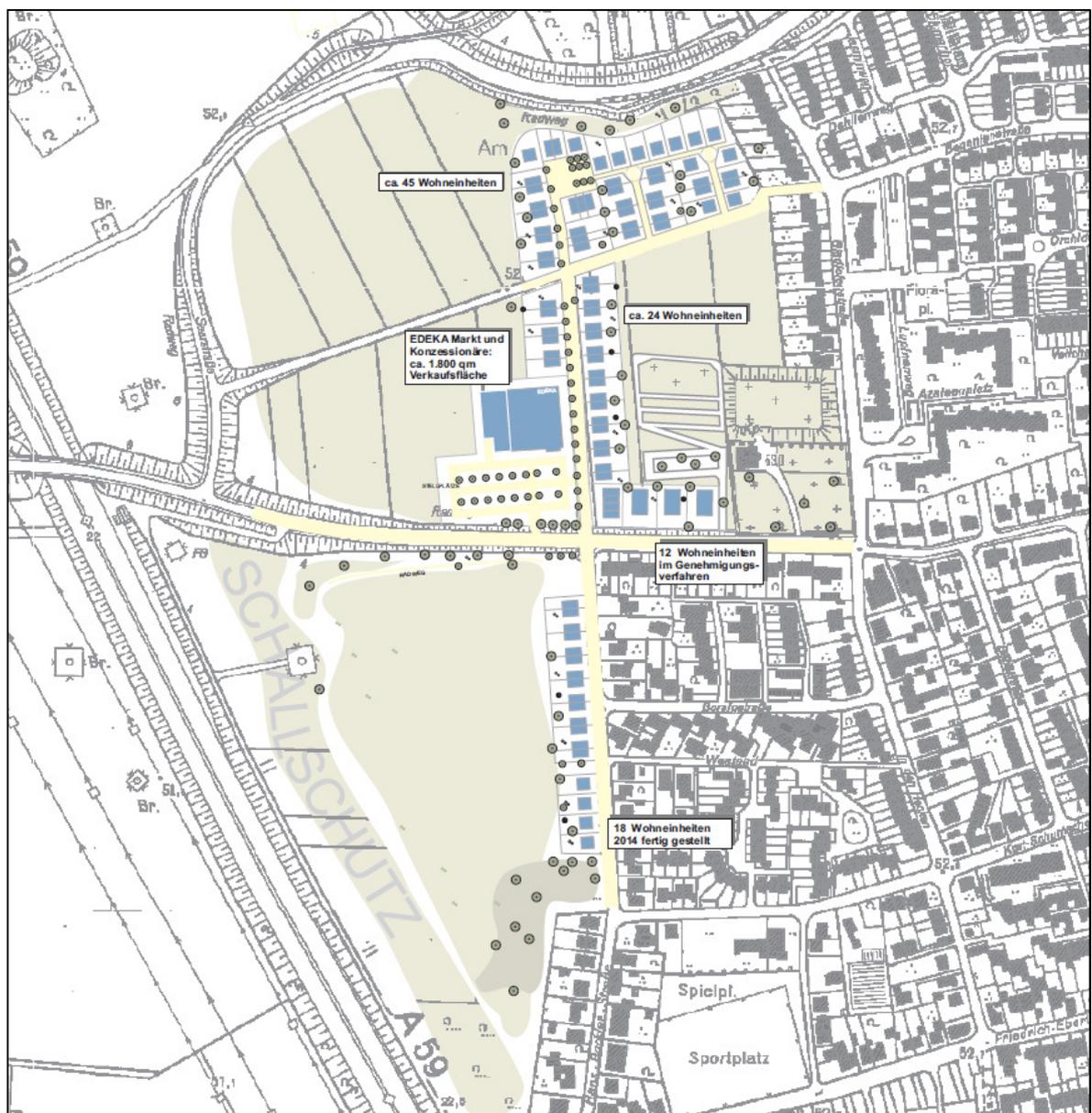
<sup>3</sup> Die Einzelhandelszentralität kann für den Einzelhandel einer Stadt oder eine Gebietseinheit (z. B. Landkreis, Bundesland) insgesamt, aber auch nur für einzelne Sortimente / Warengruppen berechnet werden.

### 3.2 Mikrostandort

#### Lage des Projektgrundstücks und Nutzungsumfeld

Der Planstandort liegt nördlich der Roncallistraße in einer westlichen Randlage des Stadtteils Friedrich-Wilhelms-Hütte. Derzeitig wird das Areal landwirtschaftlich genutzt. Im Osten grenzt das Planareal an einen Friedhof mit seinen Erweiterungsflächen. Weiter östlich und südlich schließt sich Wohnbebauung an. Der Standort ist eingebettet in die dortigen Entwicklungsflächen des Stadtteils für den Wohnungsbau, wo zunächst ca. 100 neue Wohnungen entstehen sollen. Ein erster Bauabschnitt mit 30 Wohnungen an der Fritz-Erler-Straße befindet sich bereits in der Realisierung (siehe folgende Abbildung).

**Abbildung 5: Rahmenplanung Friedrich-Wilhelmshütte, westlicher Ortsrand**



Quelle: Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH, Stand: Dezember 2014

Auswirkungsanalyse • EDEKA-Neuaufstellung • Troisdorf, Roncallistraße

Nach den städtebaulichen Entwicklungsvorstellungen der Stadt Troisdorf ist der westliche Stadtrand von Friedrich-Wilhelms-Hütte für eine Abrundung des Siedlungsbereiches geeignet. Zurzeit fehlen dafür die Voraussetzungen auf der Ebene der Raumordnung und Landesplanung. Die Stadt Troisdorf wird auf dieser Ebene ihre Planungsvorstellungen mit dem Ziel einbringen, für eine erweiterte Rahmenplanung die planungsrechtlichen Voraussetzungen zu schaffen.

Das Grundstück des neuen EDEKA Supermarktes soll nach den kommunalen Planungsvorstellungen langfristig von einem neuen Wohnquartier umschlossen und somit in den erweiterten Wohnsiedlungsbereich einbezogen werden. Die heutige Randlage des Standorts damit aufgelöst und das Grundstück stärker in den Siedlungskörper von Friedrich-Wilhelms-Hütte einbezogen.

**Abbildung 6: Mikrostandort**



**Funktionale Lage**

Im Hinblick auf die funktionale Lagesituation des Planstandortes lässt sich festhalten, dass dieser in nur etwa 450 Metern Entfernung zu dem nach den Empfehlungen des kommunalen Einzelhandelskonzepts zu entwickelnden Nahversorgungszentrum Friedrich-Wilhelms-Hütte liegt. Die Lage-

beziehung des Planstandorts zu den umliegenden Wohngebieten entspricht somit der Lagesituation der Bestandsfiliale. Sollte nach Verlagerung des EDEKA-Marktes ein Nachnutzer für den Altstandort gefunden werden, könnte dieser Betrieb aufgrund der Nähe zum Planstandort noch in begrenztem Maße von der Frequenzwirkung des neuen Supermarktes profitieren.

Das mit dem kommunalen Einzelhandelskonzept abgegrenzte Nahversorgungszentrum Friedrich-Wilhelms-Hütte wird im Norden durch die Kreuzung Lahnstraße / Mendener Straße begrenzt. In südlicher Richtung sind die Grundstücke zwischen Mendener Straße und Bahntrasse rund um den DB-Haltepunkt Friedrich-Wilhelms-Hütte mit einbezogen. In westlicher Richtung findet das Nahversorgungszentrum an der Roncallistraße mit dem zu verlagernden EDEKA-Markt seinen Abschluss.

Mit einem Supermarkt (EDEKA, Roncallistraße) im Westen des Zentrums und zwei Lebensmittel-Discountmärkten (ALDI und PENNY, Mendener Straße) im Nordosten des Zentrums befinden sich im Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte die wesentlichen Träger der Nahversorgung innerhalb des abgegrenzten Nahversorgungszentrums. Unter räumlich-funktionalen Gesichtspunkten ist allerdings festzustellen, dass sich der EDEKA-Markt an der Roncallistraße innerhalb des vorgesehenen Nahversorgungszentrums in einer Alleinlage befindet und fußläufig nicht an den Standortbereich Mendener Straße mit den Betrieben ALDI, PENNY und TRINKGUT angebunden ist.

#### **Verkehrliche Situation und Sichtbarkeit des Planstandortes**

Durch seine Lage an der Roncallistraße ist der Mikrostandortbereich verkehrlich gut in das Stadtgebiet integriert. Mit dem ÖPNV ist das Areal durch Bushaltepunkte in unmittelbarer Nähe gut angebunden. Die Außenwirkung und Einsehbarkeit des Vorhabenstandortes ist aufgrund der Verbindungsfunktion der Roncallistraße als gut zu bewerten. Die fußläufige Erreichbarkeit für die umgebende Wohnbevölkerung ist durch straßenbegleitende Fußgänger- und Fahrradwege gesichert.

## **4 Projektplanung**

Wie bereits dargelegt, sieht die Planung vor, an der Roncallistraße auf einem westlich an den Friedhof Friedrich-Wilhelms-Hütte angrenzenden Grundstück einen EDEKA-Supermarkt neu zu errichten. Die Bestandsfiliale an der Roncallistraße 55 verfügt derzeit über eine Verkaufsfläche von lediglich rd. 530 m<sup>2</sup>, so dass die Voraussetzungen zur Umsetzung eines modernen Supermarkt-Vertriebskonzeptes fehlen. Die Neuerrichtung eines größeren Gebäudes ist auf dem Grundstück der Bestandsfiliale aufgrund fehlender Flächenkapazitäten nicht möglich.

Für den Standort wurde bereits vor einigen Jahren eine Planung erarbeitet, die eine Verkaufsflächenenerweiterung vorsah. Dazu sollte das Parken auf das Dach des erweiterten Marktes verlegt werden. In diesem Zusammenhang wurde auch darüber nachgedacht, Teile der angrenzenden Dienstleistungsflächen kleinräumig zu verlagern. Da die Umsetzung dieser Planung am fehlenden Einverständnis mehrerer Teileigentümer gescheitert ist, beabsichtigt die EDEKA nun, auf einem westlich an den Friedhof Friedrich-Wilhelms-Hütte angrenzenden Grundstück einen Neubau zu errichten.

**Abbildung 7: Fotos vom Bestandsmarkt und seinen Umfeldnutzungen**


Quelle: Eigene Fotos

Das Erweiterungs- und Verlagerungsvorhaben wird auch damit begründet, dass die gegenwärtig genutzte Betriebsstätte den heutigen Anforderungen an die Verkaufsfläche und damit korrespondierend an die Warenvielfalt eines Supermarktes sowie an die Stellplatzsituation nicht mehr Rechnung trägt und am Bestandsstandort keine Entwicklungsflächen zur Verfügung stehen. Aufgrund der fehlenden Rentabilität soll die bestehende Filiale auch dann geschlossen werden, wenn keine Standortalternative für einen marktgerechten Supermarkt im Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte gefunden werden kann.

Bei der Ansiedlung handelt es sich somit um eine kleinräumige Betriebsverlagerung eines bereits am Markt etablierten EDEKA-Supermarktes. Im Zuge der Neuaufstellung soll der Markt auf rd. 1.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (inklusive Vorkassenzone mit Backshop / Bistro, Blumen-Shop und Zeitschriften- / Lotto-Toto-Geschäft) erweitert werden. In den rd. 1.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ist ein rd. 400 m<sup>2</sup> großer Getränkemarkt enthalten, der zum Betriebskonzept eines Vollsortimenters gehört.

**Abbildung 8: Projektierte Verkaufsfläche des Planvorhabens**

Sortiment	Supermarkt
Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren	1.500
Sonstige Sortimente / Vorkassenzone	300
<b>Summe</b>	<b>1.800</b>

Quelle: Angaben des Auftraggebers, eigene Berechnungen

## 5 Wettbewerbssituation

Um Aussagen über die wettbewerblichen Rahmenbedingungen sowie mögliche durch die geplante Ansiedlung des Supermarktes hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen treffen zu können, ist eine Betrachtung der Angebotsstrukturen im Umfeld des Planstandortes notwendig.

Die Wettbewerbssituation wird wesentlich durch die größeren Lebensmittelmärkte geprägt, während der kleinteilige Einzelhandel (Lebensmittelfachgeschäfte) nur in begrenztem Maße von der Neuaufstellung und Vergrößerung des EDEKA-Marktes betroffen sein wird. Dies resultiert daraus, dass die Systemwettbewerber (= Supermärkte, Discountmärkte, Verbrauchermärkte / SB-Warenhäuser) überwiegend dem Versorgungseinkauf dienen und eine große Sortimentsüberschneidung mit dem Vorhaben aufweisen. Damit wird der geplanten Supermarkt in erster Linie mit systemgleichen Betrieben in Wettbewerb treten.

Im Folgenden wird die Wettbewerbsbetrachtung auf die strukturprägenden Hauptwettbewerber bezogen. Im Stadtgebiet von Troisdorf und in angrenzenden Kommunen sind dies vor allem folgende Betriebe:

### 5.1 Projektrelevanter Wettbewerb in der Stadt Troisdorf

#### Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte

Im Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte befinden sich neben dem zu verlagernden EDEKA-Markt an der Roncallistraße im Westen des Zentrums noch zwei Lebensmittel-Discountmärkte (ALDI und PENNY) im Nordosten des Zentrums, die stadtteilbezogen als Hauptwettbewerber des Planvorhabens zu bewerten sind. Darüber hinaus werden ein hier ansässiger TRINKGUT-Getränkemarkt, zwei Lebensmittelgeschäfte (W-Markt, russische Lebensmittel und Kaufsaray, türkische Lebensmittel) sowie drei Bäckereien als Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten in der Untersuchung berücksichtigt.

Die Bestandsfiliale, die mit Umsetzung des Planvorhabens verlagert und erweitert werden soll, verfügt derzeit über eine Verkaufsfläche von rd. 530 m<sup>2</sup> einschließlich einer Mietfläche für einen Bäcker als Konzessionär. Der Marktauftritt ist sowohl im Hinblick auf die Außengestaltung als auch bezüglich der Innengestaltung und Raumaufteilung als modernisierungsbedürftig zu bewerten und entspricht nicht mehr den Kundenansprüchen an einen modernen Supermarkt. Auch ist kritisch anzumerken, dass der bestehende EDEKA-Markt über keinen eigenen Kundenparkplatz verfügt. Aktuell werden von den Kunden die wenigen öffentlichen Pkw-Stellplätze genutzt.

Die beiden Lebensmittel-Discountmärkte ALDI und PENNY sowie der Getränkemarkt TRINKGUT sind moderne Betriebe in Randlage des zentralen Versorgungsbereichs mit einem großzügigen Pkw-Stellplatzangebot.

Alle untersuchungsrelevanten Betriebe im Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte, die zusammen über eine Verkaufsfläche von rd. 3.450 m<sup>2</sup> verfügen, befinden sich innerhalb des mit dem kommunalen

Einzelhandelskonzept abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs „Friedrich-Wilhelms-Hütte“. Nach eigener Prognose erwirtschaften die genannten Betriebe derzeit einen nahversorgungsrelevanten Umsatz von insgesamt rd. 16,8 Mio. €.

Unter räumlich-funktionalen Gesichtspunkten ist allerdings festzustellen, dass sich der EDEKA-Markt an der Roncallistraße innerhalb des vorgesehenen Nahversorgungszentrums in einer Alleinlage befindet und fußläufig nicht an den Standortbereich Mendener Straße mit den Betrieben ALDI, PENNY und TRINKGUT angebunden ist. Entlang der Roncallistraße befinden sich insgesamt nur wenige Handelsnutzungen, die sich als lockerer Streubesatz und häufig durch Wohnnutzungen unterbrochen anordnen. Neben dem EDEKA-Markt sind entlang der Roncallistraße als weitere gewerbliche Nutzungen eine VR-Bank Rhein-Sieg, eine Kreissparkasse und ein W-Markt, ergänzt um wenige kleinteilige Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe ansässig.

Trotz des hier ansässigen EDEKA-Marktes ist somit die Frage zu stellen, ob der im Einzelhandelskonzept abgegrenzte Standortbereich Roncallistraße tatsächlich die Funktion eines Nahversorgungszentrums erfüllt, da keine fußläufige und funktionale Verknüpfung zwischen dem Umfeld des EDEKA-Marktes und der Mendener Straße gegeben ist. Vielmehr kann von einer Dipolstruktur der wohnungsnahen Versorgung im Stadtteil gesprochen werden, die aus zwei Nahversorgungsschwerpunkten besteht, die sich räumlich unabhängig von einander jeweils in wohngebietsorientierten Alleinlagen befinden.

### **Stadtteile Troisdorf und Troisdorf-West**

Die Stadtteile Troisdorf und Troisdorf-West befinden sich nördlich vom Planstandort. Als strukturprägende Lebensmittelmärkte sind hier ein SB-Warenhaus (KAUFLAND), zwei Supermärkte (REWE, EDEKA) und drei Lebensmittel-Discountmärkte (zwei ALDI, ein LIDL) ansässig, die alleamt als leistungsstark zu bewerten sind.

Im zentralen Versorgungsbereich „Troisdorf Innenstadt“ sind hiervon das SB-Warenhaus (KAUFLAND), die beiden Supermärkte (REWE, EDEKA) und ein Lebensmittel-Discountmarkt (ALDI) ansässig. Die in der Troisdorfer Innenstadt ansässigen strukturprägenden Lebensmittelanbieter verfügen über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 10.000 m<sup>2</sup>, auf der in den untersuchungsrelevanten nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren ein jährlicher Gesamtumsatz von rd. 38,5 Mio. € erwirtschaftet wird.

Zwei Lebensmittel-Discountmärkte (ALDI, LIDL) sind an Nahversorgungsstandorten mit stadtteilbezogener Nahversorgungsfunktion ansässig.

### **Stadtteil Oberlar**

Im Stadtteil Oberlar ist ein NETTO-Lebensmittel-Discountmarkt als Hauptwettbewerber ansässig, der sich innerhalb des Nahversorgungszentrums Oberlar befindet. Dieser Anbieter ist als modernisierungsbedürftig zu bewerten und verfügt über keine eigenen Pkw-Stellplätze für seine Kunden.

**Stadtteil Sieglar**

Im Stadtteil Sieglar, der sich westlich an den Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte anschließt, befinden sich vier Lebensmittelmärkte (HIT, ALDI, LIDL, NETTO). Die modernen Anbieter HIT, ALDI und LIDL liegen innerhalb der dezentralen Fachmarkttagglomeration „Spicher Straße“, in der darüber hinaus weitere größere Einzelhandelsbetriebe (Knauber-Hobby- und Freizeitmarkt, Fressnapf, dm, Takko und Schuh-Center) ansässig sind.

Der NETTO-Markt befindet sich mit einem Bäcker als Konzessionär an einem Nahversorgungsstandort mit stadtteilbezogener Nahversorgungsfunktion.

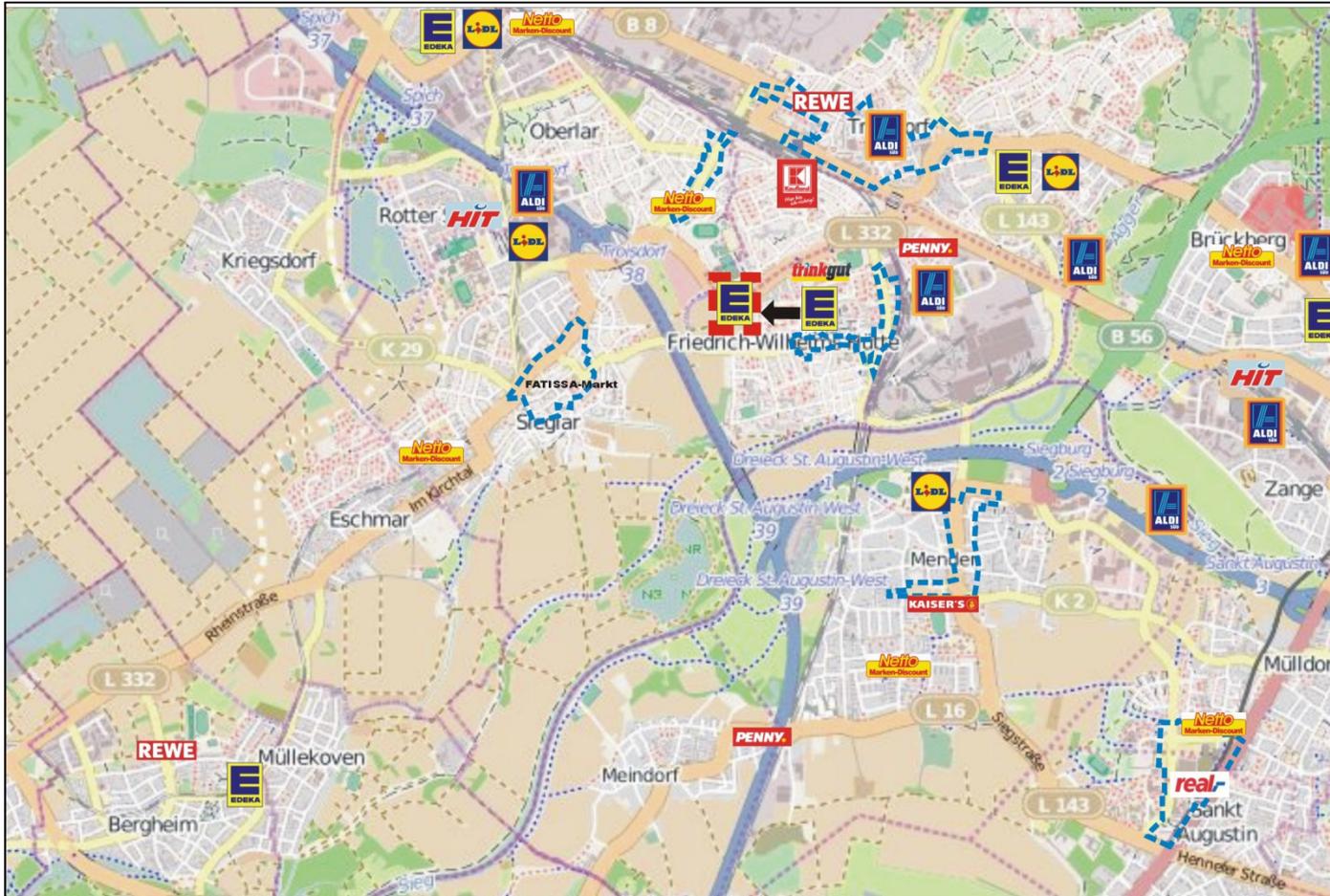
Innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches „Sieglar“, der die Versorgungsfunktion eines Neben zentrums übernehmen soll, sind keine strukturprägenden Lebensmittelmärkte ansässig. Mit dem „FATISSA-Markt“ ist jedoch auf einen Lebensmittelanbieter mit rd. 350 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zu verweisen, der neben einer Vielzahl landesüblicher türkischer Produkte auch deutsche und europäische Produkte anbietet.

**Stadtteil Bergheim**

Im Stadtteil Bergheim sind die beiden Supermärkte REWE und EDEKA untersuchungsrelevant, die zusammen über eine Verkaufsfläche von rd. 2.200 m<sup>2</sup> verfügen. Hierbei handelt es sich bei dem REWE-Supermarkt um einen modernen Anbieter mit rd. 1.600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in verkehrsgünstiger Lage am Ortsausgang von Troisdorf-Bergheim. Dagegen ist der EDEKA-Supermarkt mit rd. 600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche klein dimensioniert und als modernisierungsbedürftig anzusehen. Beide Anbieter liegen gemäß Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept der Stadt Troisdorf aus dem Jahr 2010 an Nahversorgungsstandorten mit stadtteilbezogener Nahversorgungsfunktion.

Aufgrund der Zeit-Wege-Distanzen und der gegebenen Angebotsstrukturen sind die Wettbewerber in Troisdorf-Spich als nur nachrangig untersuchungsrelevant zu betrachten, so dass die Angebotsstrukturen in diesem Stadtteil hier nicht näher thematisiert werden.

Abbildung 9: Wettbewerbssituation



**Angebotsstrukturen im Standortumfeld**



Planstandort



Zentraler Versorgungsbereich

Nach dem Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept der Stadt Troisdorf von 2010 (CIMA) und dem Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept der Stadt Sankt Augustin von 2008 (BBE)



0 1.000 m

Kartengrundlage: Open Streetmap

## 5.2 Projektrelevanter Wettbewerb außerhalb der Stadt Troisdorf

Südlich des Planvorhabens grenzt die Stadt Sankt Augustin mit dem Ortsteil Menden an die Stadt Troisdorf. Die Wettbewerbssituation im Ortsteil Menden ist durch das Nahversorgungszentrum Burgstraße / Siegstraße geprägt, das im Lebensmittelsegment neben kleinteiligen Einzelhandelsangeboten einen KAISER'S-Markt (Burgstraße, rd. 600 m<sup>2</sup> VKF)<sup>1</sup>, einen LIDL-Markt (Siegstraße, rd. 800 m<sup>2</sup> VKF) und den Biomarkt „Vier Jahreszeiten“ (Siegstraße, rd. 450 m<sup>2</sup> VKF) aufweist.

Außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches ist im Gewerbegebiet Menden ein ALDI-Markt (Einsteinstraße, rd. 850 m<sup>2</sup> VKF) ansässig.

Im Westen sind zudem die angrenzenden Stadtbereiche von Siegburg untersuchungsrelevant. Hier befinden sich in einem mit dem kommunalen Einzelhandelskonzept festgelegten Nahversorgungszentrum im nördlichen Kernstadtbereich von Siegburg im Bereich der Luisenstraße als Hauptwettbewerber ein EDEKA-Supermarkt sowie die beiden Lebensmittel-Discounter ALDI und NETTO, die zusammen über eine Verkaufsfläche rd. 3.150 m<sup>2</sup> verfügen.

Innerhalb der Siegburger Innenstadt wird auf dem Eckgrundstück Grimmelsgasse / Cecilienstraße zurzeit ein KAISER'S-Supermarkt errichtet, der über eine Verkaufsfläche von rd. 1.000 m<sup>2</sup> verfügen wird. Da der neue Markt nach aktuellen Pressemeldungen (u. a. General Anzeiger vom 16.05.2014) bereits im Juni 2014 eröffnet werden soll, ist der Markt als wettbewerbsrelevant für das hier betrachtete Vorhaben zu bewerten.

An einem dezentralen Standort (Gewerbegebiet Industriestraße) sind zudem ein HIT-Verbrauchermarkt (inkl. Getränkemarkt) und ein ALDI-Lebensmittel-Discountmarkt ansässig, denen auch eine hohe Ausstrahlungskraft beizumessen ist, so dass diese in vorliegender Untersuchung berücksichtigt werden.

Darüber hinaus wird zukünftig im so genannten Mühlengrabenquartier am Westrand der Siegburger Innenstadt das Angebot durch einen LIDL-Discountmarkt mit ca. 1.300 m<sup>2</sup> VKF ergänzt. Das Vorhaben befindet sich im Geltungsbereich eines rechtskräftigen Bebauungsplans und soll bis Herbst 2015 realisiert werden. Somit ist zu unterstellen, dass diese neue LIDL-Filiale bereits vor der Fertigstellung des EDEKA-Planvorhabens den Markteintritt vollzogen hat und deshalb ebenfalls als Bestand in der Auswirkungsanalyse zu bewerten ist.

---

<sup>1</sup> Nach Veröffentlichungen der regionalen Presse (siehe Artikel „Kaisers-Filiale droht die Schließung“, Rhein-Sieg-Anzeiger vom 13.05.2014) steht die Kaisers-Filiale zur Disposition und könnte zum Jahresende 2014 geschlossen werden. Eine endgültige Entscheidung steht allerdings noch aus. Ebenso ist nicht abzusehen, ob das Objekt durch einen anderen Betreiber nachgenutzt werden wird. Vor diesem Hintergrund wird der Kaiser's-Markt als Bestandsbetrieb in die Auswirkungsanalyse eingestellt.

Aufgrund der Zeit-Wege-Distanzen und der gegebenen Angebotsstrukturen sind die Wettbewerber in den weiteren Stadtbereichen von Sankt Augustin und Siegburg als nur nachrangig untersuchungsrelevant zu betrachten, so dass für diese Bereich keine Wettbewerbsbetrachtung erfolgt.

**Abbildung 10: Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet nach Standortlagen**

Standorte der Hauptwettbewerber	nahversorgungsrelevanter Umsatz (in Mio. €)
Stadt Troisdorf, davon	101,5
■ NVZ Friedrich-Wilhelms-Hütte	17,0
■ Innenstadt von Troisdorf	38,5
■ Nebenzentrum Sieglar	1,1
■ Nahversorgungszentrum Oberlar	3,0
■ Siedlungsintegrierte Lagen	20,5
■ Dezentrale Standorte	22,5
Stadtteil Sankt Augustin-Menden, davon	14,5
■ Nahversorgungszentrum Menden	8,5
■ Dezentrale Standorte	6,0
Stadt Siegburg, davon	42,8
■ Innenstadt von Siegburg inkl. Ergänzungsstandort Mühlengrabenquartier	10,3
■ Nahversorgungszentrum Luisenstraße	17,0
■ Gewerbegebiet Industriestraße	15,5
<b>Summe</b>	<b>158,8</b>

Quelle: Eigene Erhebung, Darstellung und Berechnung

## 6 Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftvolumen

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,<sup>2</sup>
- 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 topographischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten,
- traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung,
- die zentralörtliche Funktion der Stadt.

Vor allem aufgrund bestehender Wettbewerbsstrukturen, der Lage des Planvorhabens, des größeren Bevölkerungspotenzials im direkten Standortumfeld und der Nahversorgungsfunktion des geplanten Supermarktes ist von einem Einzugsgebiet auszugehen, welches sich im Wesentlichen auf den Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte beschränkt. So werden in diesem Nahbereich die größten Einkaufsverflechtungen vorliegen.

Unter Berücksichtigung der Einwohner des Stadtteils Friedrich-Wilhelms-Hütte (7.154 Einwohner) und der geplanten Wohneinheiten im unmittelbaren Standortumfeld des Planvorhabens (rd. 150 Einwohner) ist von einem **Bevölkerungspotenzial von überschlägig max. 7.300 Einwohnern** auszugehen.

---

<sup>2</sup> 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).

Über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinaus sind in nachgeordnetem Maße zusätzlich Kunden von außerhalb zu erwarten. Diese werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als sogenannte „**diffuse Umsatzzuflüsse**“ berücksichtigt.

Das vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag von aktuell rd. 2.575 € für nahversorgungsrelevante Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren), gewichtet mit der sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffer (BBE!CIMA!MB-Research).

Die Höhe der Kaufkraftkennziffer wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer gibt unabhängig von der Gemeindegröße das verfügbare Nettoeinkommen pro Einwohner im Verhältnis zum Gesamteinkommen der Bundesrepublik an, welches für die Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht. Die Kaufkraftkennziffer der Stadt Troisdorf liegt im Jahr 2014 bei 100,3 und somit leicht über dem Bundesdurchschnitt (= 100,0).

Nach den Zahlen der BBE-Marktforschung steht unter Berücksichtigung der erläuterten Einflussgrößen im Nahbereich in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren ein **Kaufkraftvolumen in Höhe von rd. 18,9 Mio. € im Jahr** zur Verfügung.

## 7 Auswirkungsanalyse

### 7.1 Marktabschöpfung und Umsatzleistung des Planvorhabens

Aufbauend auf der Wettbewerbssituation ist eine Umsatzprognose für die Planvorhaben vorzunehmen. Die Berechnung erfolgt unter Heranziehung der zu erwartenden Anteile vom Kaufkraftpotenzial (= Abschöpfungsquote), die die Vorhaben im Einzugsgebiet binden können. Wesentliche Rahmenbedingungen sind dabei die Marktbedeutung der projektierten Betriebsform (Supermarkt), die Größe des Vorhabens (rd. 1.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und damit die Ausstrahlungskraft sowie die Erreichbarkeit des Vorhabenstandortes.

Unter Berücksichtigung von Umsätzen mit den sonstigen Nonfood-Artikeln kann der projektierte Supermarkt einen Umsatz von rd. 7,4 Mio. € erzielen. Ein Supermarkt mit rd. 1.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche erreicht am Planstandort nach eigener Prognose eine Flächenproduktivität von rd. 4.110 € je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Damit kann der geplante Supermarkt einen Umsatz erzielen, der leicht über den Durchschnittswerten deutscher Supermärkte liegt. So erreichen die Supermärkte in den Filialnetzen von EDEKA und REWE durchschnittliche Flächenleistungen von rd. 3.710 bis 4.080 € je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Vgl. Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report – Germany, Ausgabe 2013 / 2014

Für die nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) ist davon auszugehen, dass der Großteil des Umsatzes (rd. 5,6 Mio. €) mit Kunden aus dem (Nah-) Einzugsgebiet (Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte) erzielt wird, während rd. 12 – 13 % des nahversorgungsrelevanten Umsatzes als Streuumsätze mit Kunden aus einem größeren Umfeld erzielt werden (vgl. Abbildung 11).<sup>4</sup>

**Abbildung 11: Umsatzprognose für das Planvorhaben**

Zone	Kaufkraftpotenzial in Mio. €	Kaufkraftbindung in %	Planumsatz in Mio. €
Einzugsgebiet	18,9	30	5,6
diffuse Herkunft	./.	./.	0,8
Nonfood-Sortimente			1,0
<b>Planvorhaben gesamt</b>	./.	./.	<b>7,4</b>

Quelle: eigene Berechnungen (Rundungsdifferenzen möglich)

## 7.2 Umsatzzumlenkungseffekte

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

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

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

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

- Einwohnerzahlen und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsgebiet
- Zeitdistanzen im Einkaufsverkehr zwischen den Kundenwohnorten im Untersuchungsgebiet und den relevanten Wettbewerbsstandorten

<sup>4</sup> Die Höhe der Streuumsätze begründet sich u. a. aus der Lage des Planstandorts zu den Mannstaedt-Werken an der Mendener Straße, die etwa 700 Mitarbeiter beschäftigen (Quelle: wer-zu-wem.de/firma/mannstaedt.htm, Abfrage vom 26.05.2014).

- Standorte, Dimension und Attraktivität der relevanten Wettbewerber
- Synergieeffekte des geplanten Supermarktes mit den Angeboten des Nahversorgungszentrums.

Im Falle der Neuaufstellung des EDEKA-Supermarktes an der Roncallistraße in Troisdorf mit rd. 1.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ist ein Planumsatz in Höhe von max. 7,4 Mio. € zu prognostizieren. Davon wird der Großteil (rd. 6,4 Mio. €) auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente entfallen, die sonstigen Sortimente werden voraussichtlich rd. 1,0 Mio. € erzielen.

Bei der Einschätzung der zu erwartenden Umsatzumverlagerungseffekte 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 Planvorhabens in erster Linie größere Lebensmittelanbieter anzusehen sind.
- Mit zunehmender Entfernung des Projektstandortes nimmt die Stärke der Umsatzumverlagerungseffekte 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.

Auf Basis dieses Simulationsmodells können Aussagen darüber getroffen werden, welche Standorte durch die Realisierung des geplanten Supermarktes in welchem Umfang durch Umsatzeinbußen in den relevanten Sortimentsbereichen betroffen sein werden.

Die nachfolgenden Betrachtungen verstehen sich als Worst-Case-Szenario. Dabei werden maximale Verkaufsflächen, eine hohe Leistungsfähigkeit des Vorhabens, bedeutsame Synergieeffekte und damit die denkbar stärksten Auswirkungen auf städtebaulich integrierte Wettbewerber (in zentralen Versorgungsbereichen) zugrunde gelegt.

Die vorstehenden Annahmen haben im Hinblick auf die durch die geplante Ansiedlung eines Supermarktes (rd. 1.800 m<sup>2</sup> VKF) zu erwartenden Umsatzverlagerungen folgende Konsequenzen:

- Das Planobjekt wird mit rd. 5,3 Mio. € in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten den wesentlichen Umsatz durch Umsatzumlenkungen innerhalb der untersuchungsrelevanten Stadtteile der Stadt Troisdorf generieren. Dies entspricht einer Umsatzreduzierung bei den

hier ansässigen Wettbewerbern in Höhe von durchschnittlich max. 5 % des derzeitigen Umsatzes.

- Von den Umverteilungseffekten wird mit einer Umverteilung von rd. 14 % des derzeitigen Umsatzes (max. 2,4 Mio. €) in besonderem Maße der Wettbewerb in Friedrich-Wilhelms-Hütte betroffen sein. Dies ist im Wesentlichen damit zu begründen, dass der Umsatz des an der Roncallistraße ansässigen EDEKA-Supermarktes im Zuge des Erweiterungs- und Verlagerungsvorhabens mit rd. 90 % des derzeitigen Umsatzes zum Großteil auf den neuen Standort verlagert wird. Für die sonstigen im Stadtteil ansässigen Wettbewerber beläuft sich die Umsatzumverteilung auf voraussichtlich max. 5 % des derzeitigen Einzelhandelsumsatzes (max. 0,6 Mio. €).
- Bei den strukturprägenden Lebensmittelanbietern innerhalb der Troisdorfer Innenstadt (max. 4 % des derzeitigen Umsatzes, max. 1,5 Mio. €) sind dagegen deutlich geringere Umsatzumverteilungsquoten zu erwarten.
- An sonstigen Standorten in den untersuchungsrelevanten Stadtteilen von Troisdorf liegen die Umsatzumverteilungseffekte bei den Hauptwettbewerbern bei max. 2 - 3 % des derzeitigen nahversorgungsrelevanten Umsatzes (max. 0,3 Mio. €) an siedlungsintegrierten Standorten und bei max. 4 % (max. 0,9 Mio. €) an dezentralen Standorten.
- Die Umsatzumlenkung bei Lebensmittelmärkten in den angrenzenden Stadtbereichen von Sankt Augustin (Stadtteil Menden) liegt bei rd. 3 - 4 % des derzeitigen Umsatzes (max. 0,3 Mio. €) im zentralen Versorgungsbereich Menden. Dagegen sind die Wettbewerbswirkungen an den dezentralen Standorten als marginal zu bewerten.
- In den angrenzenden untersuchungsrelevanten Stadtbereichen der Stadt Siegburg liegen die Umsatzumverteilungen insgesamt bei max. 1 - 2 % des derzeitigen Umsatzes. Die Umverteilungseffekte sind auch unterschieden nach Standortlagen in den angrenzenden Stadtbereichen von Siegburg insgesamt sehr gering. Mit max. 2 % des derzeitigen Umsatzes sind noch die höchsten Umverteilungsquoten im Nahversorgungszentrum Luisenstraße und im Gewerbegebiet Industriestraße zu erwarten.
- Die Umsatzumlenkung bei Betrieben mit Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben außerhalb des Untersuchungsgebietes (diffuse Umverteilung) liegt bei max. 0,1 Mio. € und verteilt sich auf eine größere Anzahl von Anbieter.
- Die geplanten **Nonfood-Sortimente** des Lebensmittelmarktes stellen eine Abrundung des nahversorgungsbezogenen Angebotes am Standort dar. Aufgrund des geringen sortimentsbezogenen Umsatzvolumens sind städtebaulich relevante Auswirkungen auszuschließen.

**Abbildung 12: Umverteilungseffekte des Planvorhabens**

Standort / Lage	Derzeitiger Umsatz (Nahversorgung)* in Mio. €	Umsatzverlagerung im nahversorgungsrelevanten Sortiment	
		in Mio. €	in %
Stadt Troisdorf, davon	101,5	5,3	5
■ NVZ Friedrich-Wilhelms-Hütte	17,0	2,4	14
■ Innenstadt von Troisdorf	38,5	1,5	4
■ Nebenzentrum Sieglar	1,1	< 0,1	< 1
■ Nahversorgungszentrum Oberlar	3,0	< 0,1	1
■ Siedlungsintegrierte Lagen	20,5	0,5	2
■ Dezentrale Standorte	22,5	0,9	4
Stadtteil Sankt Augustin-Menden, davon	14,5	0,3	2
■ Nahversorgungszentrum Menden	8,5	0,3	4
■ Dezentrale Standorte	6,0	< 0,1	< 1
Stadt Siegburg, davon	42,8	0,7	2
■ Innenstadt von Siegburg inkl. Ergänzungsstandort Mühlengrabenquartier	10,3	0,1	1
■ Nahversorgungszentrum Luisenstraße	17,0	0,3	2
■ Gewerbegebiet Industriestraße	15,5	0,3	2
diffuse Umverteilung	./.	0,1	./.
<b>Summe</b>	./.	<b>6,4</b>	./.

\* derzeitiger Umsatz im nahversorgungsrelevanten Sortiment  
 Quelle: eigene Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

### 7.3 Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnah Versorgung

Für die städtebauliche Bewertung des Verlagerungs- und Erweiterungsvorhabens ist gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden oder die Nahversorgung in Wohngebieten gefährdet wird.

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 zu befürchten sind bzw.
- das Planvorhaben zu Leerständen und damit zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche führt und
- das Planvorhaben (geplante) Ansiedlungen in zentralen Versorgungsbereichen verhindern könnte.

**Die BBE Handelsberatung GmbH vertritt die gutachterliche Einschätzung, dass durch die geplante Verlagerung und Neuaufstellung des EDEKA-Supermarktes mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.800 m<sup>2</sup> an der Roncallistraße in Troisdorf keine nachteiligen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnah Versorgung in der Stadt Troisdorf sowie in umliegenden Städten und Gemeinden zu erwarten sind.**

Für die Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen sind folgende Aspekte von Bedeutung:

- Das Planvorhaben stellt einen Nahversorgungsbetrieb in einer marktüblichen Größe dar (rd. 1.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche inkl. Konzessionäre). Neben den nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren werden nur in untergeordnetem Umfang sonstige Nonfood-Sortimente (u. a. Tierfutter, Haushaltswaren, Schreib- und Spielwaren, Fotoartikel) angeboten.
- Bei dem Planvorhaben handelt es sich konkret um eine kleinräumige Betriebsverlagerung des am Standort Roncallistraße 55 innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs (Nahversorgungszentrum Friedrich-Wilhelms-Hütte) ansässigen EDEKA-Supermarktes.
- Für den projektierten Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ist ein Gesamtumsatz in Höhe von rd. 7,4 Mio. € zu prognostizieren. Auf den Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente wird mit rd. 6,4 Mio. € der größte Umsatzanteil entfallen. Dieser resultiert aus einer intensivierten Abschöpfung im Untersuchungsgebiet. Auf die sonstigen Sortimente wird ein Umsatz von rd. 1,0 Mio. € entfallen.
- Mögliche, durch das Vorhaben hervorgerufene, Umsatzzumlenkungen bewegen sich im Rahmen üblicher Wettbewerbswirkungen. Als Hauptwettbewerber sind die größeren Lebensmittelmärkte zu bewerten, die im Falle der Ansiedlung eines modernen Supermarktes in Friedrich-Wilhelms-Hütte am stärksten von Umsatzverlusten betroffen wären. Hierbei

werden voraussichtlich die größeren Lebensmittelmärkte im (weiteren) Standortumfeld des Planvorhabens am stärksten tangiert.

- Auch gegenüber Wettbewerbern in den zentralen Versorgungsbereichen im Einzugsgebiet des Planvorhabens sind Umsatzverluste zu prognostizieren. Allerdings werden sich die Umsatzverluste gegenüber den Anbietern in diesen Zentren auf einem Niveau bewegen, bei dem die hier ansässigen Betriebe nicht in ihrer Existenz gefährdet werden. Daher kann ausgeschlossen werden, dass die Realisierung des Planvorhabens zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieser Zentren führen würde.
- Höhere Umverteilungseffekte sind nur gegenüber den in Friedrich-Wilhelms-Hütte ansässigen Lebensmittelmärkten zu erwarten. Dies ist damit zu begründen, dass die hier ansässige EDEKA-Filiale im Rahmen des Planvorhabens verlagert und erweitert werden soll. Aufgrund der fehlenden Rentabilität soll die bestehende Filiale allerdings auch dann geschlossen werden, wenn keine Standortalternative für einen marktgerechten Supermarkt in Friedrich-Wilhelms-Hütte gefunden werden kann.

Da es sich insgesamt nur um eine kleinräumige Verlagerung des EDEKA-Marktes handelt und eine Nachnutzung der Bestandsimmobilie mit einem vergleichbaren Angebot aufgrund der ungünstigen Standortbedingungen als nicht wahrscheinlich anzusehen ist, ist davon auszugehen, dass ein Großteil des heute durch den an der Roncallistraße ansässigen EDEKA-Markt generierten Umsatzes auf den neuen Standort verlagert würde.

Die Umsatzumverteilungseffekte bei den weiteren Lebensmittelmärkten im zentralen Versorgungsbereich Friedrich-Wilhelms-Hütte bewegen sich nach der BBE-Prognose in einer Größenordnung von max. 5 % des derzeitigen Umsatzes, so dass hier keine Betriebsgefährdungen zu erwarten sind.

- An den sonstigen Standorten in Troisdorf liegen die Umverteilungseffekte in einer Größenordnung, bei der eine vorhabenbedingte Marktaufgabe bestehender Betriebe ausgeschlossen werden kann.
- Außerhalb der Stadt Troisdorf werden in den angrenzenden Stadtbereichen von Sankt Augustin (Stadtteil Menden) und Siegburg Lebensmittelmärkte lediglich von einer Umsatzumlenkung in einer Größenordnung betroffen sein, bei der Existenzgefährdungen einzelner Betriebe grundsätzlich auszuschließen sind.

Die Umsatzumlenkung bei Betrieben mit Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben außerhalb des Untersuchungsgebietes (diffuse Umverteilung) liegt bei max. 0,2 Mio. € und verteilt sich auf eine größere Anzahl von Anbietern.

Aufgrund der Höhe der Umsatzumlenkung sind negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung in Nachbarkommunen auszuschließen.

- Für die sonstigen Sortimente des geplanten Supermarktes ist davon auszugehen, dass die entsprechende Kaufkraft derzeitig bereits überwiegend von Lebensmittelmärkten und nicht zuletzt vom EDEKA-Markt, der im Rahmen des Planvorhabens verlagert und erweitert werden soll, gebunden wird. Somit kann unterstellt werden, dass die hierdurch hervorgerufenen Umsatzverlagerungen in erster Linie die im Untersuchungsgebiet ansässigen strukturprägenden Lebensmittelmärkte betreffen werden. Sonstige Einzelhandelsbetriebe wären dagegen nur in einem sehr geringen Maß durch Umsatzumverteilungseffekte tangiert. Auf-

grund der geringen Höhe der Umsatzverluste wird die wirtschaftliche Tragfähigkeit der Betriebe nicht gefährdet.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass aufgrund der Höhe der prognostizierten Umverteilungseffekte keine Gefährdung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit der im Untersuchungsraum ansässigen Wettbewerber zu erwarten ist.

In der Summe ist somit festzustellen, dass durch die geplante kleinräumige Verlagerung und Erweiterung eines Supermarktes in Friedrich-Wilhelms-Hütte in Troisdorf weder innerhalb noch außerhalb der Stadt Troisdorf städtebauliche Auswirkungen i. S. d. § 11 Abs. 3 BauNVO hervorgerufen werden.

#### 7.4 Einordnung des Vorhabens in die Ziele/ Grundsätze des Landesentwicklungsplanes

In der Plenarsitzung vom 10. Juli 2013 wurde der Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel – von der Landesregierung mit Zustimmung des Landtags als Rechtsverordnung beschlossen. Die Veröffentlichung der Rechtsverordnung erfolgte im Gesetz- und Verordnungsblatt des Landes Nordrhein-Westfalen am 12. Juli 2013. Damit ist der LEP NRW – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel – am 13. Juli 2013 in Kraft getreten.

Im Hinblick auf das Planvorhaben sind folgende Ziele zu berücksichtigen:

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

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

■ **Ziel 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 festgelegten 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 Versorgungsberieche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

### ■ Ziel 3: Beeinträchtungsverbot

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.

Die landesplanerischen Vorgaben müssen in allen Bauleitplanverfahren für den Einzelhandel eingehalten werden.

Beim Planvorhaben handelt es sich um die Ansiedlung eines großflächigen Betriebes mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment. Ein Abgleich der projektrelevanten landesplanerischen Ziele mit dem Planvorhaben kommt zu folgenden Ergebnissen:

- **zu Ziel 1:** Der Planstandort liegt gemäß Regionalplan am Rande eines Allgemeinen Siedlungsbereiches (ASB). Die Ansiedlung eines großflächigen Einzelhandelsbetriebes ist mit diesem landesplanerischen Ziel nur vereinbar, wenn der Standort in Auslegung der Abgrenzung im Einvernehmen mit der Regionalplanungsbehörde als noch in den ASB einbezogen angesehen wird.

Die Stadt Troisdorf wird im Entwurf zur Neuaufstellung des Flächennutzungsplanes den Standort der Bezirksregierung Köln als Regionalplanungsbehörde vorlegen und die Anpassung an die Ziele der Raumordnung und Landesplanung unter Bezugnahme auf entsprechende Vorgespräche anfragen.

- **zu Ziel 2:** Der Planstandort befindet sich außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches. Insofern ist zu prüfen, ob die Ausnahmeregelung für den Lebensmitteleinzelhandel anzuwenden ist:

Hier ist darauf hinzuweisen, dass die geplante Verlagerung und Erweiterung als bestandsichernde Maßnahme des einzigen Lebensmittel-Vollsortimenters im Stadtteil Friedrich-

Wilhelms-Hütte zu bewerten ist. Nach der Schließung des bestehenden EDEKA-Marktes würde die stadtteilbezogene wohnungsnaher Versorgung im Wesentlichen durch zwei Lebensmittel-Discounter und einen Getränkemarkt, die sich alle im Osten des Stadtteils befinden, sichergestellt, wenn kein adäquater Ersatz für den EDEKA-Markt geschaffen werden kann.

Es ist davon auszugehen, dass das Planvorhaben wichtige (Nah-) Versorgungsfunktionen für die Bevölkerung im Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte übernehmen wird. So wird der geplante Supermarkt aus dem Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte einen nahversorgungsrelevanten Umsatz in Höhe von rd. 5,6 Mio. € generieren, was rd. 90 % des nahversorgungsrelevanten Gesamtumsatzes entspricht. Obwohl der Supermarkt die Grenze zur Großflächigkeit überschreitet, übernimmt der Betrieb in hohem Maße auch Nahversorgungsfunktionen für sein fußläufiges Umfeld und den Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte.

Unter räumlich-funktionalen Gesichtspunkten ist festzustellen, dass sich der EDEKA-Markt an der Roncallistraße innerhalb des vorgesehenen Nahversorgungszentrums in einer Alleinlage befindet und fußläufig nicht an den Standortbereich Mendener Straße mit den Betrieben ALDI, PENNY und TRINKGUT angebunden ist.

Entlang der Roncallistraße befinden sich insgesamt nur wenige Handelsnutzungen, die sich als lockerer Streubesatz und häufig durch Wohnnutzungen unterbrochen anordnen. Neben dem EDEKA-Markt sind entlang der Roncallistraße als weitere Handelsnutzungen eine VR-Bank Rhein-Sieg, eine Kreissparkasse und ein W-Markt ergänzt um wenige kleinteilige Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe ansässig. Eine funktionsfähige Anbindung an die beiden Lebensmittel-Discountmärkte im Nordosten des Zentrums besteht somit nicht.

Insgesamt ist somit eher von einer Dipolstruktur der wohnungsnahen Versorgung im Stadtteil zu sprechen als von einem Nahversorgungszentrum.

Durch das Planvorhaben würde diese Dipolstruktur durch die kleinräumige Verlagerung nur geringfügig verändert, so dass die räumliche Gliederung der stadtteilbezogenen Versorgungsstruktur erhalten bleibt. Gleichzeitig würde durch die Neuaufstellung des Supermarktes die Nahversorgung insbesondere in den bevölkerungsreichen westlichen Wohnquartieren von Friedrich-Wilhelms-Hütte deutlich verbessert. Zumal die Neuaufstellung des Supermarktes an einem Standort erfolgen soll, der sowohl zu Fuß, mit dem Fahrrad als auch mit dem ÖPNV (Bushaltestelle direkt am Grundstück) sehr gut zu erreichen ist.

Gleichzeitig ist darauf zu verweisen, dass innerhalb des abgegrenzten Nahversorgungszentrums Friedrich-Wilhelms-Hütte keine Entwicklungsflächen verfügbar sind, die einen Supermarkt in marktfähiger Größenordnung aufnehmen könnten. Zwar stehen und standen an der Mendener Straße einzelne Grundstücke zum Verkauf, jedoch nicht in der notwendigen Größe oder nicht mit ausreichenden Arrondierungsmöglichkeiten. Das einzige ausreichend große Standortareal an der Mendener Straße wurde planungsrechtlich in der Größe beschränkt und vom PENNY-Markt und dem Getränkemarkt besetzt. Der Standort steht nach den Planungsvorstellungen der Stadt Troisdorf wegen der Nähe zur Innenstadt für eine wesentliche Weiterentwicklung nicht zur Verfügung, um das Angebot im zentralen Versorgungsbereich zu erhalten.

Und nicht zuletzt ist zu beachten, dass mit der Schließung des EDEKA-Marktes als einzigem Vollsortimenter die wohnungsnahе Versorgung innerhalb des Stadtteils ohne adäquaten Ersatz des Supermarktes im Wesentlichen nur noch durch Lebensmittel-Discountmärkte und Getränkemarkte abgedeckt würde, was zu einer deutlichen Herabsetzung der Nahversorgungsqualität im Stadtteil führen würde.

Auch käme es bei der wohnungsnahen Versorgung zu einem Ungleichgewicht innerhalb des Stadtteils, da alle strukturprägenden Lebensmittelanbieter nach der Schließung des Supermarktes nur noch im Osten des Stadtteils an der Mendener Straße ansässig wären.

- **zu Ziel 3:** Im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse konnte nachgewiesen werden, dass von dem Vorhaben keine wesentliche Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche von Gemeinden zu erwarten sind.

## 7.5 Einordnung in das Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept für die Stadt Troisdorf

Die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Troisdorf zur Einzelhandelsentwicklung spiegelt das Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept für die Stadt Troisdorf aus dem Jahr 2010 wider. Zur Steuerung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Troisdorf wurden im Einzelhandelskonzept Troisdorf die zentralen Versorgungsbereiche räumlich und funktional festgelegt sowie eine Liste mit den zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Sortimenten vorgeschlagen.

Gemäß Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept besteht im Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte Handlungsbedarf v. a. in der Absicherung des einzigen Lebensmittelvollsortiments (EDEKA). Dieser EDEKA-Markt, der an der Roncallistraße liegt, entspricht nach Einschätzung der CIMA nicht mehr den heute typischen betrieblichen Anforderungen. Vorgeschlagen wird, in integrierter oder integrierbarer Standortlage für den EDEKA-Markt eine Ersatzlösung zu suchen.

Im Rahmen der Projektentwicklung soll der bestehende EDEKA-Vollsortimenter (rd. 530 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) um rd. 450 Meter weiter westlich verlagert und inklusive Vorkassenzone (rd. 300 m<sup>2</sup> VKF) auf rd. 1.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche erweitert werden. Der Projektstandort befindet sich knapp außerhalb des dargestellten Nahversorgungszentrums Friedrich-Wilhelms-Hütte. Beim Planstandort kann von einer integrierbaren Standortlage gesprochen werden.

Im Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte würden sich nach der Schließung des EDEKA-Marktes noch zwei Lebensmittel-Discountmärkte und weitere ergänzende Nahversorgungsangebote innerhalb des Nahversorgungszentrums befinden, die nur noch unter quantitativen Gesichtspunkten eine adäquate Versorgung für den Stadtteil gewährleisten könnten. Eine qualitativ und lagemäßig ausgewogene wohnungsnahе Versorgung kann nur durch einen Ergänzungsstandort im Westen von Friedrich-Wilhelms-Hütte sichergestellt werden.

Unter Berücksichtigung der Einwohner des Stadtteils Friedrich-Wilhelms-Hütte (7.154 Einwohner) und der geplanten Wohneinheiten im unmittelbaren Standortumfeld des Planvorhabens (rd. 150

Einwohner) ist von einem Bevölkerungspotenzial von überschlägig max. 7.300 Einwohnern auszugehen. Diese verfügen über eine nahversorgungsrelevante Kaufkraftpotenzialbasis von rd. 18,9 Mio. €.<sup>5</sup>

Sofern der geplante Supermarkt Leistungszahlen im Durchschnitt dieser Betriebsform erreicht, wird der Markt allein mit seinen nahversorgungsrelevanten Sortimenten einen Jahresumsatz von rd. 6,4 Mio. € erreichen. Diese Umsatzgröße entspricht rd. 34 % des Kaufkraftpotenzials im Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte.

Zum Vergleich: der Einzelhandelserlass NRW nennt für Betriebe, die überwiegend der Nahversorgung dienen, eine Obergrenze für den Verhältniswert von Umsatz und Kaufkraft von 35 %. Dahinter steht der Erfahrungswert, dass Betriebe mit Umsätzen unterhalb des Kaufkraftschwellenwertes überwiegend Nahversorgungsfunktionen für die Wohnbevölkerung im Standortumfeld übernehmen und nur in geringem Maße Kunden aus weiter entfernten Herkunftsorten ansprechen.

Da der voraussichtliche Gesamtumsatz des geplanten Lebensmittelmarkts mit rd. 34 % unterhalb des Verhältniswertes von Umsatz und Kaufkraft von 35 % liegt, wird der Schwellenwert des Einzelhandelserlasses für überwiegend der Nahversorgung dienende Betriebe unterschritten.

Bei einer abschließenden Bewertung des Planvorhabens sollten zudem folgende Punkte berücksichtigt werden:

- Laut Aussagen der Stadt Troisdorf gibt es innerhalb des Nahversorgungszentrums Friedrich-Wilhelms-Hütte keine Entwicklungsflächen für das Planvorhaben.
- Mit der Schließung des einzigen Vollsortimenters würde die wohnungsnahе Versorgung innerhalb des Stadtteils ohne adäquaten Ersatz des Supermarktes im Wesentlichen nur noch durch Lebensmittel-Discountmärkte und Getränkemärkte abgedeckt, was zu einer Verschlechterung der qualitativen Nahversorgung im Stadtteil führen würde.
- Auch käme es bei der wohnungsnahen Versorgung zu einem Ungleichgewicht innerhalb des Stadtteils, da alle strukturprägenden Lebensmittelanbieter nach der Schließung des Supermarktes nur noch im Osten des Stadtteils ansässig wären.
- Aufgrund der Nähe zum Nahversorgungszentrum und der vorhandenen Sichtbeziehung ist ein räumlich-funktionaler Zusammenhang zwischen Planstandort und einem zentralen Versorgungsbereich zu unterstellen, so dass Verbundeffekte zwischen Planvorhaben und abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich zu erwarten wären.

---

<sup>5</sup> Auf Basis der BBE-Marktforschungsdaten errechnet sich für den Untersuchungsraum ein nahversorgungsrelevantes Pro-Kopf-Ausgabevolumen von rd. 2.583 €

## 8 Fazit der Auswirkungsanalyse

**Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen auf, dass infolge der geplanten Neuaufstellung, d. h. kleinräumige Verlagerung und Erweiterung des EDEKA-Supermarktes auf einem Grundstück an der Roncallistraße in Troisdorf, keine städtebaulich oder raumordnerisch relevanten beeinträchtigenden Auswirkungen zu erwarten sind.**

Diese Beurteilung beruht im Wesentlichen auf folgenden Faktoren:

- Die EDEKA Handelsgesellschaft Rhein-Ruhr plant, den heute an der Roncallistraße 55 in Troisdorf ansässigen Supermarkt neu aufzustellen. Die Bestandsfiliale verfügt derzeit über eine Verkaufsfläche von lediglich rd. 530 m<sup>2</sup>, so dass die Voraussetzungen zur Umsetzung eines modernen Supermarkt-Vertriebskonzepts fehlen. Der neue Supermarkt soll eine Verkaufsfläche von rd. 1.800 m<sup>2</sup> (inkl. Konzessionäre) aufweisen.
- Das Einzugsgebiet des Planvorhabens umfasst im Wesentlichen den Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte. Unter Berücksichtigung der Einwohner des Stadtteils Friedrich-Wilhelms-Hütte (7.154 Einwohner) und der geplanten Wohneinheiten im unmittelbaren Standortumfeld des Planvorhabens (rd. 150 Einwohner) ist von einem Bevölkerungspotenzial von überschlägig max. 7.300 Einwohnern auszugehen. Darüber hinaus reichende Einkaufsbeziehungen werden als „Streuumsätze“ quantifiziert. Die Einwohner im Einzugsgebiet verfügen im Jahr in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren über ein Nachfragevolumen in Höhe von rd. 18,9 Mio. €.
- Für den geplanten Supermarkt mit max. 1.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche wird eine durchschnittliche Raumleistung von rd. 4.100 € je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und ein Umsatz von rd. 7,4 Mio. € angesetzt. Auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) entfallen rd. 6,4 Mio. € und auf Nonfood-Sortimente rd. 1,0 Mio. €.
- Der prognostizierte Umsatz wird in erster Linie zu Lasten systemgleicher Wettbewerber umverteilt. Die Ansiedlung des Supermarktes wird keine nachteiligen städtebaulichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche oder die wohnungsnahen Versorgung in der Stadt Troisdorf hervorrufen. Strukturgefährdungen in Nachbargemeinden können aufgrund der Größe des Einzugsgebietes und der hier ausgelösten Wettbewerbseffekte ebenfalls ausgeschlossen werden, so dass von dem Ansiedlungsvorhaben im Troisdorfer Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte keine nachteiligen städtebaulichen Auswirkungen ausgehen werden.
- Aufgrund der zu erwartenden Kaufkraftabschöpfung wird mit der Ansiedlung des projektierten Supermarktes auch die Entwicklungsfähigkeit der Versorgungszentren in Troisdorf und im Umland nicht wesentlich eingeschränkt, da sich das Einzugsgebiet des Planvorhabens im Wesentlichen auf den Stadtteil Friedrich-Wilhelms-Hütte erstreckt. Vielmehr ist das projektierte Planvorhaben geeignet, zum Erhalt und zur Sicherung einer auch unter qualitativen Gesichtspunkten adäquaten wohnungsnahen Versorgung im Stadtteil beizutragen.

- Aufgrund des notwendigen Erhalts und der Sicherung der qualitativen wohnungsnahen Versorgung innerhalb des Stadtteils Friedrich-Wilhelms-Hütte und der integrierten Lage des Vorhabens innerhalb der Siedlungsstruktur und im Standortverbund mit wichtigen Gemeinbedarfseinrichtungen ist es aus gutachterlicher Sicht möglich, die mit Ziel 2 des LEP NRW - sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel vorgegebene Ausnahmeregelung für großflächige Supermärkte in Anspruch zu nehmen. Das Vorhaben stimmt nach Ansicht der Gutachter somit mit den Zielen der Landesplanung überein.

---

Köln, im Januar 2015

**BBE Handelsberatung GmbH**



i. V. Joachim Schulte



i. V. Rainer Schmidt-Illguth