



Auswirkungsanalyse zur geplanten Ansiedlung eines Reitsportfachmarktes in Alsdorf

Auftraggeber: Stadt Alsdorf

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Birgitt Wachs,
Niederlassungsleitung
Kirsten Marwede, M.Sc. Geogr.

Köln, am 20.11.2018

Urheberrecht

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

Quelle Grafik Deckblatt: Stadt Alsdorf – A 61 Planung und Umwelt; städtebaulicher Entwurf zum Bebauungsplan Nr. 293 – Am Hüttchensweg



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 0221 / 989438-0
Telefax: 0221 / 989438-19
E-Mail: office.koeln@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Aufgabenstellung	4
II. Vorhabenbeschreibung	5
1. Besonderheiten des Betriebes und Standortanforderungen	5
2. Besonderheiten der Kundenstruktur und Leistungsdaten	6
3. Besonderheiten des Sortimentskonzeptes und Zentrenrelevanz	7
III. Standortbeschreibung und -bewertung	13
1. Makrostandort Alsdorf	13
2. Mikrostandort „Am Hüttchensweg“	15
IV. Projektrelevante Angebots- und Nachfragesituation	18
1. Abgrenzung des Einzugsgebietes und Ermittlung des Bevölkerungspotenzials	18
2. Projektrelevanter Einzelhandelsbestand im Untersuchungsraum	20
V. Beurteilung der geplanten Ansiedlung	24
1. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen	24
2. Vereinbarkeit mit den Zielen des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes der Stadt Alsdorf	26
3. Vereinbarkeit mit den Kriterien zur Prüfung und Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben des StädteRegionalen Einzelhandelskonzeptes STRIKT Aachen	27
4. Vereinbarkeit mit den landesplanerischen Vorgaben	28
VI. Zusammenfassung	30
Verzeichnisse	31

I. Aufgabenstellung

In der Stadt Alsdorf beabsichtigt die Firma Richard Krämer Reitsport GmbH & Co. KG die Ansiedlung eines Reitsportfachmarktes im Bereich Grenzweg / Ecke Schweriner Straße mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.200 m². Der Standort befindet sich außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches der Innenstadt. Im Flächennutzungsplan ist die Fläche derzeit als Wohnbaufläche dargestellt und unterliegt aktuell einer landwirtschaftlichen Nutzung. Im Rahmen des Bauleitplanverfahrens soll die Fläche als Sondergebiet „Reitsportfachmarkt“ festgesetzt werden.

Im Rahmen der Auswirkungsanalyse ist zu prüfen, welche potenziellen städtebaulichen, versorgungsstrukturellen und raumordnerische Auswirkungen unter Beachtung der landesplanerischen Vorgaben in Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) mit dem Vorhaben einhergehen.

Die vorliegende Auswirkungsanalyse dient dazu, eine Entscheidungsgrundlage über die Zulässigkeit der geplanten Ansiedlung des Planobjektes zu liefern. Sie gliedert sich in folgende Untersuchungsschritte:

- Bewertung des Vorhabenstandortes
- Daten zum Vorhaben, v. a. Sortimentsstruktur und Frage der Zentrenrelevanz der angebotenen Sortimente
- Abgrenzung und Zonierung des projektrelevanten Einzugsgebietes
- Darstellung und Bewertung der wesentlichen Wettbewerber im Umland von Alsdorf
- Analyse und Bewertung der möglichen wettbewerblichen und städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens
- Vereinbarkeit des Vorhabens mit den Zielen des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes der Stadt Alsdorf
- Vereinbarkeit mit dem StädteRegionalen Einzelhandelskonzept STRIKT Aachen
- Vereinbarkeit mit den Vorgaben der Landesplanung.

II. Vorhabenbeschreibung

In Alsdorf ist im Bereich Grenzweg / Schweriner Straße die Ansiedlung eines Reitsportfachmarktes mit rd. 1.200 m² Verkaufsfläche geplant (vgl. Abbildung 1).

Die Firma Krämer Pferdesport GmbH & Co. KG mit ihrem Stammsitz in Hockenheim führt als Familienunternehmen seit fast 50 Jahren einen Versandhandel für Reitsportartikel. Darüber hinaus betreibt die Firma Krämer über 30 Reitsportfachmärkte in der Bundesrepublik; ein Markt in Neuhaus am Inn steht kurz vor der Eröffnung.

Die nächstgelegenen Krämer Megastores im Umfeld von Alsdorf befinden sich in Bornheim (ca. 78 km), Leichlingen (ca. 97 km) bzw. in Neukirchen-Vluyn (ca. 94 km). Gemeinsam mit dem Wettbewerber Loesdau (nächstgelegener Standort: Erftstadt in ca. 60 km Entfernung) übernimmt die Firma Krämer sowohl im Versandhandel als auch im stationären Einzelhandel eine dominante Stellung. Ansonsten wird der Wettbewerb überwiegend durch kleinteilige Anbieter geprägt (vgl. Kapitel IV., 2.).

1. — Besonderheiten des Betriebes und Standortanforderungen

Die Firma Krämer wurde **ursprünglich als Versandunternehmen**, mit nur einem Ladengeschäft in Hockenheim, gegründet. Der Versandhandel eignet sich jedoch nur bedingt für den Verkauf von beratungsintensiven Produkten (z. B. Sättel und Pferdegeschirre). Daher führte Krämer im Jahr 2003 den stationären Verkauf in seinem Betrieb ein. Die präferierten Standorte sind verkehrsgünstig gelegen, v. a. mit ausreichend Freifläche ausgestattet und mit dem Pferdeanhänger und Lkw gut anfahrbar. Auf dem eingezäunten Außengelände der Märkte können Pferde sicher entladen und Sättel sowie Pferdegeschirre vor Ort ausprobiert und vor dem Kauf auf dem Pferd getestet werden. Die unmittelbare Anprobe am Pferd und die Möglichkeit, den Sattel auch Probe zu reiten, ist unabdingbare Voraussetzung für dieses Sortiment. Insofern haben die entsprechenden Fachmärkte optimale Zufahrtswege auch für Pferdetransport- und Pferdeanhängergepanne. Dies kann i. d. R. lediglich außerhalb des engeren Siedlungszusammenhangs abgebildet werden. Insofern ist es bundesweit gängig, dass alle Betriebe dieses Sortimentsbereiches außerhalb der jeweiligen Zentren untergebracht sind (auch kleinflächige). Letztlich sind die Märkte an verkehrlich gut erreichbaren Standorten in Außen- bzw. Gewerbegebietslagen ansässig.

Abbildung 1: Vorhaben in Alsdorf

Anlage 2



Quelle: Stadt Alsdorf – A 61 Planung und Umwelt; städtebaulicher Entwurf zum Bebauungsplan Nr. 293 – Am Hüttchensweg

2. Besonderheiten der Kundenstruktur und Leistungsdaten

Als Hauptzielgruppe des Marktes sind aktive Reiter, Fahrer und Voltigierer in den Fokus zu rücken. Insofern wird bereits an dieser Stelle die sehr **eng definierte Zielgruppe** deutlich.

Gemäß einer Studie der Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse AWA bezeichneten sich im Jahr 2016 rd. 3,9 Mio. Menschen in Deutschland als Reiter. Davon betreiben rd. 1,2 – 1,3 Mio. Menschen diese Sportart intensiv. In Deutschland gibt es rd. 900.000 Pferdebesitzer; die Anzahl der Pferde beläuft sich auf rd. 1,3 Mio. Tiere.¹

Der klassische Reiter ist weiblich (rd. 78 %), unter 40 Jahren alt (rd. 61 %) und wohnt eher im ländlichen Raum bzw. im Umfeld von Klein- und Mittelstädten. Grundsätzlich kommen Reiter aus Haushalten aller Einkommensklassen, wobei im Vergleich zur Anzahl der Haushalte je Einkommensklasse ein leicht größere Anzahl der Reiter in Haushalten mit mehr als 2.500 € Einkommen pro Monat leben.¹

Bei rd. 3,9 Mio. Reitern und einer Einwohnerzahl von rd. 83 Mio. Menschen in Deutschland dürfte ca. 4,7 % der Bevölkerung der Zielgruppe des geplanten Fachmarktes in Alsdorf angehören. Die sehr enge Zielgruppe belegt, dass das Planobjekt nicht der Versorgung breiter Bevölkerungsschichten dient.

3. Besonderheiten des Sortimentskonzeptes und Zentrenrelevanz

Jeder Krämer-Markt offeriert das gesamte Katalogsortiment, sodass es bei der Sortimentszusammensetzung keine Unterschiede zwischen Versandhandel und Direktverkauf gibt. Aktuell werden über 25.000 Artikel von mehr als 100 Herstellern rund um das Thema „Pferd und Reiter“ angeboten. Die Sortimentsstruktur des Vorhabens ist der Tabelle 1 zu entnehmen. Hierbei ist zu differenzieren zwischen den großformatigen Produkten für den Stall, Weide und Transport (u. a. Schränke, Futtertröge, etc.), „Ausstattung für das Pferd“ (u. a. Sättel, Pferdedecken, Trensen) und „Ausstattung für den Reiter“ (Reitbekleidung, Turnierbekleidung, Reitstiefel).

Die Fortschreibung der Sortimentsliste der Stadt Alsdorf² führt die Warengruppe Sportartikel (Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportgeräte) als zentrenrelevant auf, wobei Reitsportartikel explizit als nicht zentrenrelevant ausgewiesen werden. Dies umfasst zuallererst sowohl die Warengruppen „Ausstattung für den Reiter“ (Funktionsausstattung), „Ausstattung für das Pferd“ sowie Stall-, Weideprodukte und Transportprodukte. Für die Warengruppe „Ausstattung für den Reiter“ ist jedoch im Folgenden separat zu untersuchen, ob alle von Krämer angebotenen Sortimentsbereiche als klassische Reitsportartikel zu bewerten sind oder ob diese ggf. auch unter das Sortiment Sportbekleidung und -schuhe entfallen können. Die Sortimente Bücher / Bildträger

¹ Quelle: Deutsche Reiterliche Vereinigung, Bundesverband für Reitsport und Pferdezucht sowie AWA 2013 / 2016.

² Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Stadt Alsdorf, BBE, 2008; in den Jahren 2012 und 2013 erfolgte eine Neuabgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche, im Jahr 2018 erfolgte die Fortschreibung der Sortimentsliste durch die GMA.

und Geschenkartikel (hier: reiterliche Geschenkartikel) sind gemäß der Sortimentsliste den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden.

Der LEP NRW weist ebenfalls Sportbekleidung, Sportschuhe und Sportartikel als zentrenrelevant aus, jedoch **ohne** die Teilsortimente Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, **Reitartikel** und Sportgroßgeräte. In diesem Zuge ist ebenfalls auf eine Untersuchung im Auftrag der IHK Nord-Westfalen Münster aus dem Jahr 2010 hinzuweisen.³ Die Ergebnisse dieser Untersuchung fließen in die nachfolgende Bewertung der Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente ein.

Im Allgemeinen sind **zentrenrelevante Sortimente** Warengruppen, bei denen von einem besonderen „Gefährdungspotenzial“ für die gewachsenen Zentren auszugehen ist, wenn diese außerhalb der Zentren angeboten werden. Auf das Vorhandensein dieser Sortimente und deren Anziehungskraft gründet sich das aus städtebaulicher Sicht wünschenswerte „Einkaufserlebnis“ bzw. eine zusätzliche Belebung der integrierten Lagen (z. B. durch Verbundkäufe).

Das Angebot von **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** hingegen stellt im Allgemeinen auch an Standorten außerhalb von Zentren keine wesentliche Gefährdung für die zentralen Versorgungsbereiche dar; sie sind an solchen Standorten aus planerischer Sicht aufgrund ihres großen Platzbedarfs und der durch sie hervorgerufenen Verkehrsfrequenz u. U. sogar erwünscht. Nicht zentrenrelevante Sortimente sind häufig großteilig und werden überwiegend mit dem Pkw transportiert.

Im Allgemeinen und vor dem Erfahrungshintergrund der GMA erfolgt die Einordnung von Sortimenten bezüglich ihrer Zentren- bzw. Nichtzentrenrelevanz vor dem Hintergrund folgender Kriterien:

- /// Transportierbarkeit (An- und Ablieferung)
- /// Flächenbedarf
- /// Bedeutung für die Attraktivität der zentralen Versorgungsbereiche (Einkaufserlebnis / Magnetfunktion)
- /// räumliche Verteilung des Einzelhandelsbesatzes im Stadtgebiet.

Demnach sind Sortimente als **zentrenrelevant** einzustufen, wenn sie

- /// Magnetfunktion aufweisen und damit zu einer Attraktivitätssteigerung der Innenstadt beitragen

³ Überprüfung der Differenzierungsmöglichkeit der Warengruppe Reitsportartikel in der Region Münsterland, Junker und Kruse, BBE, Stadt + Handel, 2010.

- /// für einen leichten Transport geeignet sind (ohne Pkw)
- /// geringe bis mittlere Flächenansprüche aufweisen
- /// Bestandteil des innerstädtischen Branchenmixes sind
- /// Synergien zu anderen Sortimenten in der Innenstadt aufzeigen (z. B. Schuhe und Bekleidung).

Hingegen können Sortimente dem **nicht zentrenrelevanten** Bereich zugeordnet werden, wenn

- /// hohe Flächenansprüche bestehen
- /// die Beschaffenheit des Sortimentes einen Transport mit dem Pkw erfordert
- /// eine nur geringe Attraktivität für innerstädtische Lagen besteht (z. B. Möbel)
- /// keine Synergien zu anderen Betrieben bzw. Sortimenten abgeleitet werden können
- /// sie keine Bedeutung als Frequenzbringer aufweisen.

Der Sortimentsbereich „**Ausstattung für den Reiter**“ ist einer vertiefenden Betrachtung zu unterziehen. Dieses ist i. d. R. unter der Warengruppe Reitsportartikel zu subsumieren, wobei einzelne Produktgruppen ggf. auch der klassischen Sportbekleidung / -schuhe zugeordnet werden können. Grundsätzlich würde es sich bei diesen Produktgruppen um ein klassisches innerstädtisches Leitsortiment handeln. Bei der Bewertung sind insbesondere folgende Kriterien relevant:

Übersicht 1: Vier Kriterien der Zentrenrelevanz

	Kriterium	Prüfungsmaßstäbe
1.	Warenbeschaffenheit	Sperrigkeit, Abtransport, Flächenanspruch
2.	Schnitt, Funktion, Alltagstauglichkeit	Alltagstauglichkeit, funktionale Bedeutung und Spezifizierung
3.	Ist-Situation vor Ort / Region	Zentren- bzw. Nicht Zentrenrelevanz in der jeweiligen Standortkommune, Bewertung aufgrund des derzeitigen Angebotsbestands (hier: Angebotserhebung in der Region)
4.	Kopplungskäufe	Tendenz zur Nutzung anderer Innenstadtangebote; mit zunehmender Spezialisierung eines Sortimentes nimmt i. d. R. die Intensität von Kopplungskäufen ab

GMA-Darstellung 2018

- /// **Warenbeschaffenheit:** Neben der Sperrigkeit und dem Abtransport des Sortimentes durch den Konsumenten schließt dieses Kriterium auch den Flächenanspruch des Einzelhändlers ein. In Bezug auf den Sortimentsbereich „Ausstattung für den Reiter“ (= Funktionsausstattung) ist festzuhalten, dass Reitbekleidung wie Reiterhosen, Unterwäsche, Jacken oder T-Shirts keine großen Flächenansprüche generieren.

- **Schnitt, Funktion, Alltagstauglichkeit:** Letztlich geht es um die Funktionalität der angebotenen Sortimente. Ein hoher Anteil der Ausstattung für den Reiter ist der sog. Funktionsbekleidung zuzuordnen, z. B. Reiterhosen mit Lederbesatz, enge Schnitte, Reithelme, Reithandschuhe (Lederverstärkung, rutschfeste Noppen). Turnierbekleidung weist darüber hinaus spezielle Kragenformen auf, um den an Wettkämpfen üblichen Kleiderordnungen nachzukommen. Dies betrifft ebenfalls verschiedene T-Shirts, die sich aufgrund der Kragenform von „klassischen T-Shirts“ unterscheiden. Diese Artikel finden im Alltag nur wenig Verwendung. Die Ausnahme bilden in diesem Zusammenhang die in Krämer-Märkten ebenfalls angebotene Unterwäsche, klassisch geschnittene T-Shirts sowie verschiedene Reitjacken, die sich von ihrem Schnitt und der Funktionalität nicht von klassischen Outdoorjacken unterscheiden. Diese weisen jedoch nur einen untergeordneten Verkaufsflächenanteil auf.
- **Verteilung des Angebotes in der Region (= Ist-Situation vor Ort / Region):** Wenn festzustellen ist, dass das jeweilige Sortiment hinsichtlich der heutigen Angebots- und Betriebsstruktur im Wesentlichen außerhalb zentraler Versorgungsbereiche ansässig ist, so ist tendenziell auf eine geringe Zentrenrelevanz abzustellen. Im Rahmen der Untersuchung wurde der wesentliche Wettbewerb im Einzugsgebiet in Bezug auf seine Lage, Größe und Sortimentsschwerpunkte etc. aufgenommen (vgl. Kapitel IV., 2.). Demnach befinden sich die größten Reitsportfachmärkte derzeit ausschließlich an Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche bzw. Innenstädte.
- **Kopplungspotenzial mit anderen Innenstadtnutzungen:** In der Regel ist bei hoher Spezialisierung eines Sortiments davon auszugehen, dass Mitnahmeeffekte für andere Anbieter im Umfeld überschaubar sind, sodass das Sortiment tendenziell als nicht zentrenrelevant einzustufen wäre. In diesem Zusammenhang ist zu berücksichtigen, dass die Kunden von Reitsportgeschäften die entsprechende Einkaufsdestination gezielt aufsuchen. Im Umkehrschluss ist auch nicht davon auszugehen, dass nicht am Pferdereitsport interessierte Kundschaft bei Vorhandensein eines entsprechenden Anbieters in der Innenstadt diesen spontan aufsucht. Letztlich sind Wechselwirkungen ausgehend von einem spezialisierten Reitsportgeschäft mit anderen Angeboten in der Innenstadt marginal.

Im Rahmen der Untersuchung wurden diese vier maßgeblichen Kriterien zur Einordnung der Sortimente nach ihrer Zentrenrelevanz zugrunde gelegt. Sind mindestens drei der ausgewiesenen Kriterien erfüllt und weisen auf eine Zentrenrelevanz hin, so ist das Sortiment als zentrenrelevant einzustufen. Bei allen anderen Sortimenten ist auf eine Nichtzentrenrelevanz abzustellen (vgl. hierzu Übersicht 2).

Übersicht 2: Sortimentsdifferenzierung an ausgewählten Beispielen

Produkt	Bewertung	Zuordnung
Reithose 	Warenbeschaffenheit (z. B. Sperrigkeit) x Schnitt / Funktion / „Alltagstauglichkeit“ o Ist-Situation vor Ort / Region: o Kopplungskäufe: o	nicht zentrenrelevant
Reitstiefel 	Warenbeschaffenheit (z. B. Sperrigkeit) x Schnitt / Funktion / „Alltagstauglichkeit“ o Ist-Situation vor Ort / Region: o Kopplungskäufe: o	nicht zentrenrelevant
Reitjacke 	Warenbeschaffenheit (z. B. Sperrigkeit) x Schnitt / Funktion / „Alltagstauglichkeit“ x Ist-Situation vor Ort / Region: x Kopplungskäufe: x	zentrenrelevant
Reithandschuhe 	Warenbeschaffenheit (z. B. Sperrigkeit) x Schnitt / Funktion / „Alltagstauglichkeit“ o Ist-Situation vor Ort / Region: o Kopplungskäufe: o	nicht zentrenrelevant
Reithelm 	Warenbeschaffenheit (z. B. Sperrigkeit) x Schnitt / Funktion / „Alltagstauglichkeit“ o Ist-Situation vor Ort / Region: o Kopplungskäufe: o	nicht zentrenrelevant
Turnier-Shirt 	Warenbeschaffenheit (z. B. Sperrigkeit) x Schnitt / Funktion / „Alltagstauglichkeit“ o Ist-Situation vor Ort / Region: o Kopplungskäufe: o	nicht zentrenrelevant
klassische T-Shirt 	Warenbeschaffenheit (z. B. Sperrigkeit) x Schnitt / Funktion / „Alltagstauglichkeit“ x Ist-Situation vor Ort / Region: x Kopplungskäufe: x	zentrenrelevant
Reitunterwäsche 	Warenbeschaffenheit (z. B. Sperrigkeit) x Schnitt / Funktion / „Alltagstauglichkeit“ x Ist-Situation vor Ort / Region: x Kopplungskäufe: x	zentrenrelevant

Kriterium = o: Tendenz zu Nichtzentrenrelevanz; Kriterium = x: Tendenz zu Zentrenrelevanz

GMA-Darstellung 2018; Fotos: Firma Krämer

Es ist festzuhalten, dass neben den Sortimentsbereichen Stall, Weideprodukte und Transport und „Ausstattung für das Pferd“ auch die „Ausstattung für den Reiter“ (Funktionsausstattung) nicht nur für Alsdorf, sondern für die gesamte Region im Wesentlichen keine Zentrenrelevanz besitzt. Eine Ausnahme bildet der sehr geringe Verkaufsflächenanteil der klassischen Sportbekleidung im Segment „Ausstattung für den Reiter“ (Reitjacken, klassische T-Shirts, Reitunterwäsche; ca. 20 – 30 m² Verkaufsfläche) und das Segment „Sonstiges“ (= Fachbücher, Fachvideos, reiterliche Geschenkartikel) (rd. 20 m² Verkaufsfläche).

In der Gesamtbetrachtung nehmen die als nicht zentrenrelevant einzuordnenden Sortimente ca. 96 % (= ca. 1.150 m²) der Gesamtverkaufsfläche des Vorhabens ein (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Sortimentsstruktur des Reitsportfachmarktes in Alsdorf

Sortimentsbereich	hauptsächlich geführte Artikel	Verkaufsfläche		Zentrenrelevanz gemäß LEP NRW	Zentrenrelevanz gemäß Fortschreibung Sortimentsliste Alsdorf 2018
		in m ²	in %		
Ausstattung für den Reiter (= Funktionsausstattung)	Reitbekleidung, Turnierbekleidung, Reithelme und -kappen, Reitschuhe und -stiefel, Reithandschuhe, Regenbekleidung, Reflexartikel, Reitgerten, Reitunterwäsche, Cross Country (Military), Sicherheitsartikel (z. B. Protektoren)	360	30	überwiegend nicht gegeben	überwiegend nicht gegeben, nur rd. 20 – 30 m ² zentrenrelevant
Ausstattung für das Pferd	Sättel, Steigbügel, Trensen, Zügel, Halfter, Führseile, Decken (Outdoor-, Paddock-, Stall-, Übergangs-, Abschwitz-, Ausreit-, Regen-, Fliegendecken), Gebisse, Pflegeartikel, -produkte, Gamaschen, Hufglocken, Bandagen, Hufbeschlagzubehör, Futtermittel	670	56	nicht gegeben	nicht gegeben
Stall, Weideprodukte und Transport	Zubehör, Schränke, Stalltafeln, Besen, Eimerhalter, Futtertröge, Weidezaungeräte, Anhängerzubehör	150	12	nicht gegeben	nicht gegeben
Bücher / Bildträger	Fachbücher, DVDs, Videos, Pferdekalender	10	1	gegeben	gegeben
Geschenkartikel	Reiterliche Geschenkartikel	10	1	nicht eindeutig	gegeben
Gesamt		1.200	100	überwiegend nicht zentrenrelevant	überwiegend nicht zentrenrelevant

GMA-Darstellung 2018, Fortschreibung Sortimentsliste Alsdorf 2018.

III. Standortbeschreibung und -bewertung

1. Makrostandort Alsdorf

Die im Dreiländereck (Deutschland, Niederlande, Belgien) gelegene Stadt Alsdorf ist dem Regierungsbezirk Köln und der StädteRegion Aachen zugeordnet. Nach der zentralörtlichen Gliederung des Landes ist Alsdorf als Mittelzentrum ausgewiesen. Die Stadt ist von den Mittelzentren Baesweiler, Eschweiler, Würselen und Herzogenrath umgeben; wenige Kilometer von der Stadt Alsdorf entfernt befindet sich zudem das Oberzentrum Aachen (rd. 15 km), wodurch Alsdorf starken Wettbewerbswirkungen ausgesetzt ist.

In der Stadt Alsdorf leben gegenwärtig 47.104 Einwohner⁴, die sich auf 17 Ortsteile verteilen. Dabei bildet Alsdorf Mitte mit 11.181 Einwohnern den größten Ortsteil. Der kleinste Ortsteil ist Schleibach mit nur 103 Einwohnern (vgl. Tabelle 2).

Tabelle 2: Einwohnerverteilung in der Stadt Alsdorf

Ortsteile	Einwohner	
	absolut	in %
Alsdorf Mitte	11.181	23,7
Begau	1.434	3,0
Bettendorf	400	0,8
Blumenrath	3.211	6,8
Broicher Siedlung	2.019	4,3
Busch	2.185	4,6
Duffesheide	331	0,7
Hoengen	4.280	9,1
Kellersberg	2.810	6,0
Mariadorf	6.390	13,6
Neuweiler	172	0,4
Ofden	2.488	5,3
Ost	2.868	6,1
Schaufenberg	3.872	8,2
Schleibach	103	0,2
Warden	2.627	5,6
Zopp	733	1,6
Gesamt Einwohnerzahl	47.104	100

Quelle: Stadt Alsdorf, Stand: 31.12.2017, nur Einwohner mit Hauptwohnsitz

⁴ Quelle: Stadt Alsdorf, Stand: 31.12.2017, nur Einwohner mit Hauptwohnsitz.

Die Stadt Alsdorf verzeichnete in den vergangenen Jahren eine leicht positive **Bevölkerungsentwicklung**. Die Einwohnerzahl nahm von rd. 46.326 im Jahr 2012 um rd. 1,0 % (rd. 386 Einwohner) im Jahr 2016 zu.⁵

Die **wirtschaftliche Entwicklung** verlief in den zurückliegenden Jahren positiv. Von 2012 – 2017 stieg die Zahl der Beschäftigten um rd. 6,1 % von rd. 10.000 auf rd. 10.605.⁶ Die Stadt weist ein negatives Pendlersaldo auf; so stehen rd. 7.120 Einpendlern ca. 13.110 Auspendler gegenüber.⁷ Dies verdeutlicht v. a. die Nähe zu den umgebenden Mittelzentren sowie zum Oberzentrum Aachen.

Unter **verkehrlichen Aspekten** ist die Stadt überregional durch die Autobahnen A 44 (Düsseldorf – Aachen- Lüttich) und regional über die B 57 (Aachen – Mönchengladbach), sowie die B 221 (Aachen – Niederrhein) an das Straßennetz angebunden. Unweit entfernt befindet sich darüber hinaus die A 4 (Düren – Köln – Aachen – Antwerpen – Maastricht). Mit der Euregiobahn kann man den Aachener Hauptbahnhof in ca. 25 min von Alsdorf aus erreichen. Der ÖPNV wird durch ein gut ausgebautes Busliniennetz ergänzt.

2. Mikrostandort „Am Hüttchensweg“

Der Vorhabenstandort für den geplanten Reitsportfachmarkt befindet sich in Alsdorf in der östlichen Kernstadt. Das Grundstück wird begrenzt durch den Kurt-Koblitz-Ring im Westen, den Grenzweg im Süden und die Schweriner Straße im Osten. Das direkte Umfeld wird v. a. durch Wohnnutzungen geprägt, wobei südlich angrenzend im Grenzweg auf den Lebensmitteldiscounter Penny sowie nördlich angrenzend an die Weinstraße auf den Lebensmitteldiscounter Netto hinzuweisen ist.

Foto 1: Vorhabenareal



GMA-Aufnahmen 2018

Foto 2: Grenzweg



⁵ Quelle: IT. NRW

⁶ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stichtag: 30.06.2017

⁷ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stichtag: 30.06.2017

Der Vorhabenstandort ist durch den Kurt-Koblitz-Ring (Bundesstraße B 57) sowie durch den Grenzweg verkehrlich gut erreichbar und einsehbar. In direkter Nähe zum Vorhabenstandort sind in der Straße Grenzweg die Bushaltestellen Weinstraße (rd. 300 m westlich) und Siedlung-Ost Schweriner Straße (rd. 200 m östlich) sowie in der Weinstraße die Bushaltestelle Siedlung-Ost Posener Straße (rd. 250 m) fußläufig erreichbar. Somit ist eine gute Verkehrsanbindung von den überregionalen Verkehrsträgern aus gegeben.

Eine räumlich-funktionale Beziehung zum zentralen Versorgungsbereich Alsdorf-Mitte besteht nicht. Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich in rd. 400 m Entfernung entlang der Bahnhofstraße und weitet sich in Höhe der Luisenstraße Richtung Osten auf. Der Siedlungsbereich zwischen dem zentralen Versorgungsbereich und dem Vorhabenstandort ist jedoch ausschließlich durch Wohnnutzung geprägt. Eine Sichtbeziehung ist nicht vorhanden.

Die Eigenschaften des Standortes lassen sich wie folgt zusammenfassen:

Positive Standortfaktoren:

- + ausreichende Flächenverfügbarkeit zur Realisierung des Vorhabens
- + gute verkehrliche Erreichbarkeit des Areals
- + Einsehbarkeit von der Bundesstraße B 57 gegeben
- + ÖPNV-Anbindung vorhanden
- + Synergieeffekte durch die ansässigen Lebensmitteldiscounter.

Negative Standortfaktoren:

- keine Anbindung an den zentralen Versorgungsbereich Alsdorf-Mitte.

Aus **städtebaulicher Sicht** ist festzuhalten, dass sich der Vorhabenstandort in städtebaulich integrierter Lage befindet, dieser jedoch keine funktionsräumliche Anbindung an den zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt aufweist. Für das Vorhaben ist eine gute verkehrliche Erreichbarkeit und eine ausreichende Flächenverfügbarkeit vorhanden, um den geplanten Fachmarkt und die benötigten Stellplätze für Kunden und Pferdeanhänger sowie die Anprobe von Sätteln u. ä. zu ermöglichen.

IV. Projektrelevante Angebots- und Nachfragesituation

1. Abgrenzung des Einzugsgebietes und Ermittlung des Bevölkerungspotenzials

Das erschließbare Bevölkerungs- bzw. Kaufkraftpotenzial für einen Reitsportfachmarkt in Alsdorf stellt einen wesentlichen Faktor für die wirtschaftliche Tragfähigkeit dar. Als Einzugsgebiet wird derjenige Bereich definiert, in dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen. Zur konkreten Abgrenzung des Einzugsgebietes wurden folgende Kriterien herangezogen:

- /// Lage des Planstandortes innerhalb des Stadtgebietes sowie verkehrliche Erreichbarkeit
- /// Ausstrahlung des Vorhabens aufgrund des Standortes, der Dimensionierung und der Konzeption
- /// projektrelevante Wettbewerbssituation im Umfeld
- /// topografische und siedlungsstrukturelle Gegebenheiten im Untersuchungsgebiet
- /// ausgewählte Zeit- und Distanzwerte.

Unter Berücksichtigung der angeführten Kriterien lässt sich das projektrelevante Einzugsgebiet wie folgt abgrenzen und zonieren (vgl. Karte 3):

Zone I	Alsdorf, Baesweiler, Herzogenrath, Würselen	ca. 159.180 Einwohner
Zone II	Aachen, Stolberg, Eschweiler, Inden, Langerwehe, Jülich, Titz, Linnich, Geilenkirchen, Übach-Palenberg, Aldenhoven, Landgraaf (NL), Kerkrade (NL), Heerlen (NL), Simpelveld (NL)	ca. 677.240 Einwohner

Einzugsgebiet gesamt: **ca. 836.420 Einwohner⁸**

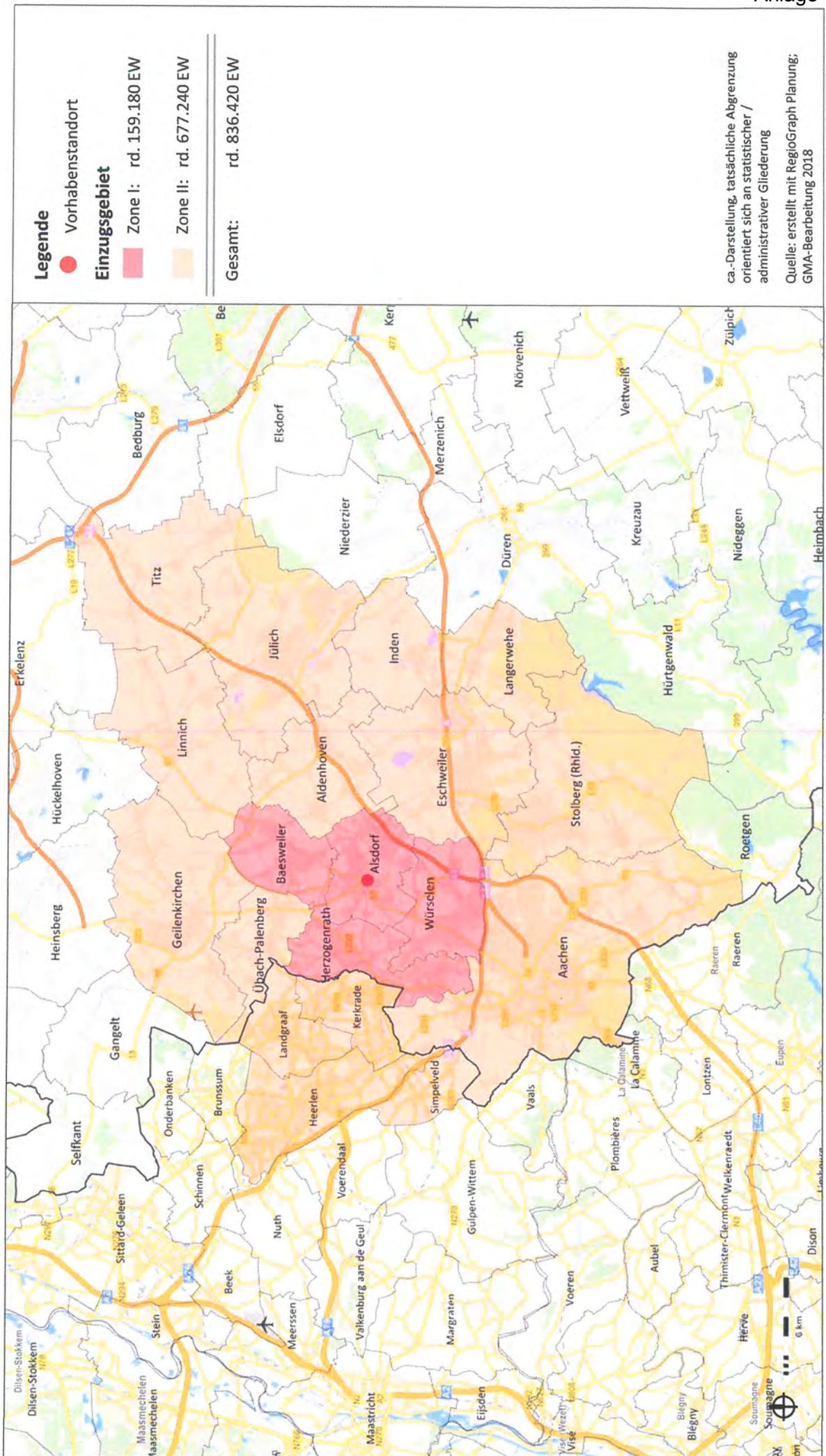
Insgesamt leben im Einzugsgebiet gegenwärtig ca. 836.420 Einwohner, davon rd. 19 % in Zone I und 81 % in Zone II.

Als Kerneinzugsgebiet können die Städte Alsdorf, Baesweiler, Herzogenrath und Würselen abgegrenzt werden. Hierbei handelt es sich im Wesentlichen um die direkt an Alsdorf angrenzenden Nachbarkommunen. Darüber hinaus umfasst das Einzugsgebiet in der Zone II auch die weiter entfernten Städte und Gemeinden in einem Pkw-Radius von ca. 30 Minuten. Aufgrund der Lage der Stadt Alsdorf sind der Zone II demnach nicht nur deutsche Kommunen, sondern auch die Gemeinden Landgraaf, Kerkrade, Heerlen und Simpelveld in den Niederlanden zuzuordnen.

⁸ Quelle Einwohnerdaten gemäß IT.NRW, Stand: 31.12.2016, Einwohnerdaten Niederlande gemäß Statistics Netherlands, Stand: 31.07.2018.

Auswirkungsanalyse Ansiedlung eines Reitsportfachmarktes in Alsdorf

Karte 2: Einzugsgebiet des Vorhabens



Aufgrund der starken Spezialisierung sowie der guten verkehrlichen Erreichbarkeit ist für das Vorhaben in einem gewissen Umfang von Umsätzen mit Kunden außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes auszugehen (sog. Streuumsätze).

Wie bereits erläutert, sind als Kunden für den geplanten Reitsportfachmarkt jedoch nicht alle Einwohner im Einzugsgebiet des Vorhabens relevant. Durchschnittlich ist davon auszugehen, dass rd. 4,7 % der Bevölkerung Deutschlands zu der Zielgruppe des Fachmarktes gehören. In Bezug auf Nordrhein-Westfalen ist dies sogar eine eher vorsichtige Betrachtung, da gemäß des Horse Future Panel⁹ die Zahl der Pferde zwar in Niedersachsen am höchsten ist, dicht gefolgt jedoch von Nordrhein-Westfalen, ebenso wie die Zahl der Pferdehalter.

Bezogen auf die rd. 836.420 Einwohner im Einzugsgebiet ergibt sich demnach eine Hauptzielgruppe für den Fachmarkt in einer Größenordnung von mind. rd. 40.000 Personen.

2. Projektrelevanter Einzelhandelsbestand im Untersuchungsraum

Im Folgenden wird der relevante Wettbewerb im Umfeld des Vorhabenstandortes dargestellt. Die Angebotssituation wurde im August 2018 erfasst. In diesem Zusammenhang wurden vorrangig die wesentlichen Reitsportfachmärkte und -fachgeschäfte berücksichtigt. Darüber hinaus führen ebenfalls Lebensmitteldiscounter (z. B. Lidl, Aldi) und Tchibo über ihre Aktionsangebote zeitlich begrenzt bzw. Zoofachmärkte oder Raiffeisenmärkte als Randsortiment Reitsportartikel. Dabei wird insbesondere der Reitsportbedarf (v. a. Textilien) in das Aktions- bzw. Randsortiment aufgenommen.

Im Einzugsgebiet des Vorhabens sind im Sortiment Reitsportartikel rd. 4.500 m² Verkaufsfläche vorhanden. Während in Zone I des Einzugsgebietes kein Reitsportanbieter vorhanden ist, verfügt insbesondere das Oberzentrum Aachen über mehrere Reitsportfachmärkte und -fachgeschäfte. Auf der jährlich in Aachen stattfindenden CHIO, ein internationales Reitsportturnier, werden darüber hinaus in großen Umfang Reitsportartikel angeboten. In der Zone II ist darüber hinaus auf Reitsportanbieter in Eschweiler, Geilenkirchen, Jülich, Stolberg sowie im niederländischen Landgraaf und Kerkrade hinzuweisen.

Reitsport Röttsches, Aachen, Am Gut Wolf, rd. 1.000 m² Verkaufsfläche: dezentrale Lage im Umfeld der CHIO, weitestgehend Volls Sortiment, moderner Marktauftritt, inkl. Online-Shop.

⁹ Zahlen, Daten, Fakten zur Pferdewirtschaft, Horse Future Panel, 2016.

- **Equiva**, Aachen, Gut-Dämme-Straße, rd. 600 m² Verkaufsfläche: dezentrale Lage im Umfeld der CHIO, Standortverbund mit dem Baumarkt Bauhaus sowie dem Babyfachmarkt Baby One, zeitgemäßer Marktauftritt, weitestgehend Vollsortiment, durchschnittlicher Marktauftritt, inkl. Online-Shop.
- **Mandelartz**, Aachen, Wirichsbongardstraße, rd. 80 m² Verkaufsfläche: Lage im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt, überwiegend Ausstattung für das Pferd, durchschnittlicher Marktauftritt.
- **Reitsport Lüttgens**¹⁰, Aachen, Wirichsbongardstraße, rd. 150 m² Verkaufsfläche: Lage im zentralen Versorgungsbereich, überwiegend Ausstattung für den Reiter, durchschnittlicher Marktauftritt, inkl. Online-Shop.
- **Reitsport Hose & Faschion 24**, Aachen, An der Kapelle, rd. 60 m² Verkaufsfläche: Lage am Siedlungsrand, überwiegend Ausstattung für den Reiter, durchschnittlicher Marktauftritt.
- **Reiterlive-Lagerverkauf**, Eschweiler, In der Krause, 1.000 m² Verkaufsfläche: dezentrale Lage, keine durchgängigen Öffnungszeiten, die Termine des Lagerverkaufs werden bekannt gegeben, weitestgehend Vollsortiment, inkl. Online-Shop.
- **Reitsportfachgeschäft Busch**, Geilenkirchen, Am Kreuz, rd. 150 m² Verkaufsfläche: Lage im Wohngebiet Tripsrath, Ausstattung für den Reiter sowie kleinteilige Ausstattung für das Pferd, durchschnittlicher Marktauftritt, inkl. Online-Shop.
- **Fritz Goertz**, Jülich, Königskamp, rd. 950 m² Verkaufsfläche: dezentrale Lage im Gewerbegebiet, weitestgehend Vollsortiment, moderner Marktauftritt, inkl. Online-Shop.
- **Ruitersport Viehoff**, Landgraaf, Pastoor-Sheepersstraat, rd. 260 m² Verkaufsfläche: Lage in einem Wohngebiet, über zwei Geschosse, Reiter- und kleinteiliger Pferdebedarf, durchschnittlicher Marktauftritt.
- **HPco Dierenwinkel**, Kerkrade, Kleingraverstraat, rd. 280 m² Verkaufsfläche: Lage in einem Wohngebiet, Reiter- und kleinteiliger Pferdebedarf auf einem Teil der Verkaufsfläche, ansonsten Kleintierbedarf, durchschnittlicher Marktauftritt.

¹⁰ Nach Informationen auf der Homepage schließt der Anbieter in Kürze.

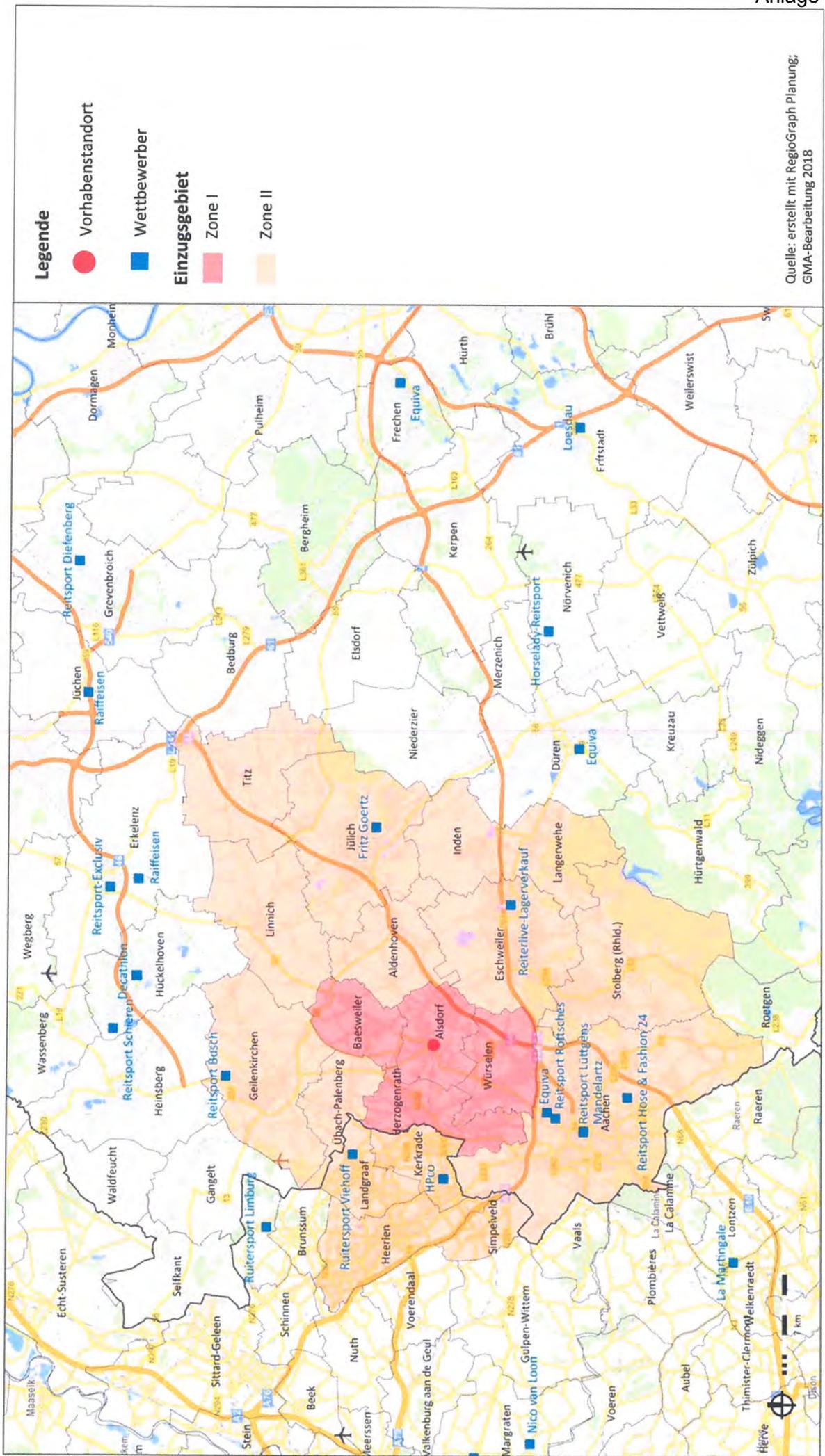
Foto 3: Reitsport Röttsches**Foto 4: Fritz Goertz**

GMA-Aufnahmen 2018

Außerhalb des Einzugsgebietes ist im Wesentlichen auf die großen Fachmarktstandorte im Umfeld hinzuweisen. Zu nennen sind hier der Equiva Fachmarkt in Düren, Loesdau in Erftstadt, Krämer in Bornheim, verschiedene inhabergeführte Fachmärkte in Hückelhoven, Erkelenz, Schinveld und Sint Gertruid sowie die Randsortimente in den Raiffeisenmärkten in der Region und beim Anbieter Decathlon in Hückelhoven.

Insgesamt ist festzuhalten, dass innerhalb des Einzugsgebietes mit Ausnahme der Stadt Aachen alle Reitsportanbieter außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und überwiegend in dezentralen Lagen ansässig sind. Auch in der Stadt Aachen ist der Großteil der Verkaufsfläche mit den Sportfachmärkten Reitsport Röttsches und Equiva in dezentraler Lage ansässig. Der zentrale Versorgungsbereich der Innenstadt verfügt über zwei kleinteilige Reitsportfachgeschäfte, die sich in der Innenstadtrandlage in der Wirichsbongardstraße befinden. Diese Betriebe weisen eine hohe Spezialisierung auf und sind überwiegend auf Zielkundschaft ausgerichtet. Aufgrund der Innenstadtrandlage und des geringen Angebotes handelt es sich jedoch auch in Aachen nicht um ein zentrenprägendes Sortiment. Darüber hinaus werden auf der jährlich stattfindenden CHIO in Aachen temporär, jedoch mit einem umfassenden Sortiment, Reitsportartikel angeboten.

Karte 4: Wesentliche Wettbewerbsstrukturen



V. Beurteilung der geplanten Ansiedlung

1. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen

Mit der Neuansiedlung von Einzelhandelsobjekten werden i. d. R. Umverteilungsprozesse bei bestehenden Einzelhandelsbetrieben ausgelöst. Hierfür wird von folgenden Grundannahmen ausgegangen:

- Das Vorhaben wird einen **Umsatz** von rd. 2,2 – 2,5 Mio. € erreichen¹¹. Bei einer Verkaufsfläche von 1.200 m² ist demnach von einer Flächenleistung von rd. 1.800 – 1.900 € je m² Verkaufsfläche auszugehen. Hierbei ist zum einen zu berücksichtigen, dass es sich um eine vergleichsweise stark Pferde- / Reitsport interessierte Region handelt, zugleich jedoch ein relativ intensives Wettbewerbsumfeld besteht.
- Ein Teil des Umsatzes wird durch sog. **Kaufkraftrückholung** erwirtschaftet, da ein Teil der im Einzugsgebiet vorhandenen Kaufkraft derzeit in den firmeneigenen Online-Shop sowie die Online-Shops der regionalen und nationalen Wettbewerber fließt. Des Weiteren ist zu berücksichtigen, dass jährlich in Aachen die sog. CHIO stattfindet, auf der im größeren Umfang ebenfalls Reitsportartikel veräußert werden. Ein gewisser Anteil des Umsatzes wird aufgrund der räumlichen Nähe zum Standort der CHIO in Aachen auch hier wettbewerbswirksam. Demnach ist davon auszugehen, dass nicht der gesamte Umsatz auf die Umverteilung für den stationären Reitsporteinzelhandel im Untersuchungsraum entfällt.
- Der verbleibende Umsatz des geplanten Reitsportfachmarktes in Alsdorf wird insbesondere zu Lasten von **Systemwettbewerbern**, d. h. anderen großen Reitsportfachmärkten, in der Region erwirtschaftet. Dies bedeutet, dass sog. Systemwettbewerber hinsichtlich der zu erwartenden Auswirkungen stärker gewichtet werden als andere Anbieter. Zu den Systemwettbewerbern im Einzugsgebiet zählen in erster Linie die größeren Fachmärkte Equiva und Reitsport Röttsches in Aachen sowie der Anbieter Fritz Goertz in Jülich. Darüber hinaus befinden sich außerhalb des Einzugsgebietes verschiedene große Reitsportfachmärkte (u. a. Equiva in Düren und Frechen, Pferdesporthaus Loesdau in Erftstadt, Krämer Megastore in Bornheim / Bonn). Die kleineren Reitsportfachmärkte und -fachgeschäfte im Einzugsgebiet stehen deutlich untergeordnet im Wettbewerb zum geplanten Vorhaben in Alsdorf. Hier ist einerseits zu berücksichtigen, dass es sich z. T. um hoch spezialisierte Fachanbieter handelt, die nur einen kleinen Ausschnitt der angebotenen Waren des geplanten Reitsportfachmarktes in Alsdorf führen. Zum anderen befinden sich fast alle Betriebe außerhalb zentraler Versorgungs-

¹¹ Erfahrungswerte vergleichbarer Märkte sowie Betreiberangaben.

- bereiche und überwiegend in dezentraler, autokundenorientierter Lage. **Auswirkungen gegenüber Anbietern außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche** sind lediglich als wettbewerbliche Effekte ohne städtebauliche Relevanz zu bewerten.
- Die einzigen Anbieter, die sich **innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches** befinden, sind zwei Fachgeschäfte¹² in der Wirichsbongardstraße in Aachen abseits der Hauptgeschäftszone in einem Bereich für stark spezialisierten Facheinzelhandel. Beide Anbieter präsentieren sich auf vergleichsweise geringer Verkaufsfläche und stehen in keinem messbaren Verhältnis zu den großflächigen Reitsportfachmärkten im nördlichen Siedlungsgebiet von Aachen. Aufgrund der räumlichen Distanz der Anbieter zum Vorhabenstandort und der Tatsache, dass die stärkste Wettbewerbsauseinandersetzungen mit Systemwettbewerbern (größere Fachmarktstandorte) erfolgt, sind Auswirkungen auf die kleinteiligen Anbieter in der Innenstadt von Aachen nicht zu ermitteln; städtebauliche Auswirkungen sind demnach auszuschließen.
 - Gegenüber den **sonstigen Lagen** in der **Stadt Aachen** sind Umsatzumverteilungswirkungen von rd. 16 – 18 % (rd. 0,5 – 0,6 Mio. €) zu erwarten. In den sonstigen Lagen ist insbesondere auf die Anbieter Equiva und Reitsport Röttches in dezentraler Lage hinzuweisen. Beide Anbieter befinden sich an autokundenorientierten Standorten in direkter Nachbarschaft zu weiteren, leistungsstarken Einzelhandelsstandorten (u. a. Bauhaus, Porta). Die Aufgabe eines der Anbieter infolge der geplanten Ansiedlung ist nicht zu erwarten. Aufgrund der dezentralen Lage sind die Auswirkungen darüber hinaus lediglich als **wettbewerbliche Wirkungen ohne städtebauliche Relevanz** zu bewerten.
 - Alle weiteren Anbieter in den **Umlandkommunen** befinden sich außerhalb zentraler Versorgungsbereiche, die Umverteilungswirkungen von rd. 9 – 11 % sind demnach lediglich als wettbewerbliche Effekte **ohne städtebauliche Relevanz** zu bewerten. Auch die **Versorgungsstrukturen in den Umlandkommunen werden nicht beeinträchtigt**, da einzelbetrieblich keine so hohen Quoten zu ermitteln sind, die eine Schließung nach sich ziehen würden. Die stärksten Wettbewerbsauseinandersetzungen erfolgen mit den Systemwettbewerbern, d. h. größeren Reitsportfachmärkten. Hier ist im Wesentlichen der Anbieter Fritz Goertz in Jülich aufzuführen, der jedoch einen modernen Marktauftritt aufweist. Eine Schließung des Anbieters ist nicht zu erwarten.
 - Umverteilungswirkungen gegenüber den **klassischen Sportfachmärkten und -fachgeschäften**, die sich vielfach in den Innenstädten bzw. zentralen Versorgungsbereichen

¹² Reitsport Lüttgens schließt nach eigenen Angaben.

im Einzugsgebiet befinden, sind aufgrund der fehlenden Sortimentsüberschneidungen auszuschließen.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass durch das geplante Vorhaben in Alsdorf keine städtebaulichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche innerhalb des Einzugsgebietes zu erwarten sind. Eine Sortimentsüberschneidung im stationären Einzelhandel besteht insbesondere mit Reitsportfachmärkten, die sich fast ausschließlich außerhalb zentraler Versorgungsbereiche befinden. Versorgungsstrukturelle Auswirkungen sind nicht zu erwarten, da gegenüber den ansässigen Anbietern keine so hohen Umsatzumverteilungswirkungen ermittelt wurden, die eine Schließung von Anbietern nach sich ziehen würde.

2. Vereinbarkeit mit den Zielen des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes der Stadt Alsdorf

Das Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept der Stadt Alsdorf¹³ formuliert folgende Leitziele:

- Ziel 1: Stärkung und Sicherung der hervorgehobenen Versorgungsfunktion der Innenstadt als Hauptzentrum der Stadt Alsdorf
- Ziel 2: Förderung der Zentren Mariadorf und Blumenrath als Nahversorgungszentren¹⁴
- Ziel 3: Konzentration zusätzlicher Nahversorgungsangebote ausschließlich auf die vier zentralen Versorgungsbereiche und Standorte mit ausgeprägtem Wohngebietsbezug
- Ziel 4: Konzentration des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten auf städtebaulich geeignete Standorte im Stadtgebiet.

Wie bereits erläutert, handelt es sich bei dem Vorhaben am Grenzweg um einen Standort in städtebaulich integrierter, jedoch verkehrsgünstiger Lage in einer Entfernung von rd. 400 m zum zentralen Versorgungsbereich Alsdorf-Mitte. Geplant ist die Ansiedlung eines Reitsportfachmarktes mit rd. 1.200 m² Verkaufsfläche, der ein stark spezialisiertes Angebot aufweisen wird. Wie in Kapitel II., 3. erläutert, handelt es sich bei dem Großteil der Sortimente im Kern um nicht zentrenrelevante Sortimente, die somit nicht als innerstädtische Leitsortimente zu definieren sind. Relevant für die Bewertung des geplanten Reitsportfachmarktes ist demnach nur das Ziel 4 des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes.

Bei der Bewertung des Vorhabens ist des Weiteren zu berücksichtigen, dass kein geeigneter Standort für den Reitsportfachmarkt in der Innenstadt von Alsdorf vorhanden ist. Die Firma Krämer benötigt wie alle größeren Reitsportfachmärkte verkehrsgünstig gelegene Standorte, die mit

¹³ Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept der Stadt Alsdorf, 2008, BBE.

¹⁴ gemäß Fortschreibung Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept der Stadt Alsdorf, 2012, BBE.

dem Pferdeanhänger und Lkw gut anfahrbar sind. Auf dem Außengelände des Marktes sollen Pferde sicher entladen und Sättel sowie Pferdegeschirre vor Ort ausprobiert und vor dem Kauf auf dem Pferd getestet werden. Insofern benötigen die entsprechenden Fachmärkte optimale Zufahrtswege, um somit die Pferde gefahrlos aus- und einzuladen, sie zu satteln und Sättel auf einem Reitplatz Probe zu reiten. Diese Voraussetzung kann von einem Standort in der Innenstadt von Alsdorf nicht erfüllt werden. Grundsätzlich handelt es sich bei dem Planvorhaben demnach um einen geeigneten Standort, wenngleich sich dieser außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches befindet. Aufgrund der Sortimentsausrichtung generiert der Markt keine Kundenfrequenz, die einer Innenstadt zugutekommen würde, sondern ist verstärkt auf Zielkundschaft ausgerichtet. Auswirkungen gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen in Alsdorf können – wie bereits im vorherigen Kapitel erläutert – ausgeschlossen werden. Das Vorhaben entspricht demnach den Zielen des Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeptes der Stadt Alsdorf.

3. Vereinbarkeit mit den Kriterien zur Prüfung und Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben des StädteRegionalen Einzelhandelskonzeptes STRIKT Aachen

Für die StädteRegion Aachen wurde im Jahr 2008 ein regionales Einzelhandelskonzept erarbeitet, welches in der Steuerung und Ausrichtung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in den Städten und Gemeinden der StädteRegion Aachen im Rahmen künftiger Bauleitplanungen sowie der Genehmigung von Ansiedlungsvorhaben Berücksichtigung finden soll. Das Vorhaben in Alsdorf ist im Hinblick auf die Prüfkriterien zur Entscheidung bzw. Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben wie folgt zu beurteilen:

- Grundsätzlich ist aufgrund der Sortimentsstruktur davon auszugehen, dass es sich bei dem Vorhaben um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb mit **nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten** handelt.
- Die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll ausschließlich in den gemäß Regionalplan festgesetzten „Allgemeinen Siedlungsbereichen – ASB“ erfolgen. Der Standort des Vorhabens ist im Regionalplan für den Regierungsbezirk Köln (Teilabschnitt Aachen) als ASB ausgewiesen.
- Darüber hinaus legen die Prüfkriterien fest, dass der Anteil **zentrenrelevanter Randsortimente** bei nicht zentrenrelevanten Vorhaben auf max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche beschränkt werden darf (Obergrenze für einzelne Hauptwarengruppen 800 m²). Dieses Prüfkriterium wird durch den geplanten Reitsportfachmarkt in Alsdorf eingehalten. Insgesamt entfallen nur rd. 4 % der Gesamtverkaufsfläche auf zentrenrelevante Sortimente.

- Zudem darf der Umsatz des Vorhabens im Kernsortiment nicht höher sein, als die entsprechende Kaufkraft der Gemeinde. Insgesamt ist für den Reitsportfachmarkt von einem Umsatz von rd. 2,2 – 2,5 Mio. € auszugehen, wobei sich dieser an eine klar abgegrenzte Zielkundschaft richtet. Wie bereits zuvor erläutert, sind rd. 4,7 % der Bundesbürger als Reiter zu bezeichnen, sodass auch nur ein geringer Anteil der Alsdorfer als Zielkunden für den Markt geführt werden können (rd. 2.200 Personen). Durchschnittlich gibt ein deutscher Bundesbürger rd. 5 – 6 € p.a. für Reitsportartikel aus, sodass sich die Gesamtkaufkraft der Gemeinde Alsdorf in diesem Sortiment auf rd. 0,2 Mio. € beläuft. Der Umsatz des geplanten Reitsportfachmarktes wird demnach die Kaufkraft der Gemeinde übersteigen, wobei zu berücksichtigen ist, dass ein hochspezialisiertes Sortiment im Fachmarkt angeboten wird.

4. Vereinbarkeit mit den landesplanerischen Vorgaben

Die Ziele und Grundsätze der Landesplanung in Nordrhein-Westfalen sind wie folgt zu bewerten:

- Das Vorhaben entspricht dem **Ziel 6.5-1**, da der Standort des Vorhabens im Regionalplan für den Regierungsbezirk Köln (Teilabschnitt Aachen) als ASB ausgewiesen ist.
- Beim Kernsortiment des Vorhabens handelt es sich weder um ein zentrenrelevantes noch um ein nahversorgungsrelevantes Kernsortiment. Somit ist im vorliegenden Fall **Ziel 6.5-2** nicht relevant.
- **Ziel 6.5-3**, das Beeinträchtigungsverbot, wird eingehalten. Zentrale Versorgungsbereiche in Alsdorf oder den umliegenden Städten und Gemeinden werden nicht wesentlich beeinträchtigt. Städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen sind nicht zu erwarten.
- Für **Grundsatz 6.5-4** zur Verkaufsflächengröße des Vorhabens mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment ist festzuhalten, dass der zu erwartende Umsatz des Reitsportfachmarktes von rd. 2,2 – 2,5 Mio. € die vorhandene Kaufkraft in Alsdorf in diesem Sortimentsbereich deutlich überschreitet. Hierbei ist jedoch zu berücksichtigen, dass sich das Vorhaben an eine sehr enge Zielgruppe richtet. Wie bereits zuvor erläutert, sind rd. 4,7 % der Bundesbürger als Reiter zu bezeichnen, sodass auch nur ein geringer Anteil der Einwohner Alsdorfs als Kunden für den Markt gelten. Insgesamt ist auf Basis der Annahmen davon auszugehen, dass in Alsdorf nur rd. 2.200 Personen potenzielle Kunden des Reitsportmarktes sind. Dass der voraussichtliche Umsatz des Marktes die vorhandene Kaufkraft in Alsdorf übersteigt, ist aufgrund der hohen Spezialisierung des Sortimentes demnach nicht ungewöhnlich. Vor dem Hintergrund der hohen Spezialisierung des Fachmarktes wäre an dieser Stelle der Grundsatz abzuwägen.

- /// **Ziel 6.5-5** wird eingehalten, da das zentrenrelevante Randsortiment des projektierten Reitsportfachmarktes nur rd. 4 % der Gesamtverkaufsfläche von 1.200 m² ausmacht (rd. 50 m² Verkaufsfläche).
- /// **Grundsatz 6.5-6** wird eingehalten, da die Gesamtverkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente bei rd. 50 m² liegt.
- /// **Ziel 6.5-7** ist hier nicht von Belang, da kein vorhandener Einzelhandelsstandort überplant werden soll.
- /// **Ziel 6.5-8** wird entsprochen. Der Vorhabenstandort befindet sich innerhalb eines ASB. Zwar sind in räumlicher Nähe zum Vorhabenstandort die Lebensmitteldiscounter Penny (Süden) und Netto (Norden) ansässig, jedoch sind zwischen den Anbietern weitere Nutzungen geplant, sodass es sich nicht um einen Agglomerationsstandort handeln wird. Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass der geplante Reitsportfachmarkt in seinem Kernsortiment nicht zentrenrelevante Sortimente führt. Es ist keine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche in Alsdorf oder im Umland durch das Vorhaben zu erwarten.
- /// **Grundsatz 6.5-9** ist an dieser Stelle nicht von Belang.
- /// **Ziel 6.5-10** wird mit Ausnahme der Anforderungen von Grundsatz 6.5-4 entsprochen.

VI. Zusammenfassung

Die Ansiedlung eines Reitsportfachmarktes der Firma Krämer in Alsdorf ist zusammenfassend folgendermaßen zu bewerten:

- Bei dem **Vorhaben** handelt es sich um die Ansiedlung eines hoch spezialisierten Marktes für Reitsportartikel am Standort Grenzweg mit einer Verkaufsfläche von 1.200 m².
- Das Kerneinzugsgebiet des geplanten Marktes wird im Wesentlichen die Stadt Alsdorf sowie die angrenzenden Städte Baesweiler, Herzogenrath und Würselen umfassen. Die Zone II des **Einzugsgebietes** umfasst darüber hinaus die weiter entfernten Städte und Gemeinden Aachen, Stolberg, Eschweiler, Inden, Langerwehe, Jülich, Titz, Linnich, Geilenkirchen, Übach-Palenberg, Aldenhoven, Landgraaf (NL), Kerkrade (NL), Heerlen (NL) und Simpelveld (NL). Insgesamt leben hier rd. 739.820 Personen. Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass durchschnittlich 4,7 % der Bundesbürger den Reitsport ausüben. Bezogen auf das Einzugsgebiet für das Vorhaben in Alsdorf ist demnach von einer Zielgruppe von rd. 40.000 Personen auszugehen, wobei festzuhalten ist, dass Nordrhein-Westfalen nach Niedersachsen den höchsten Anteil an Pferden und Reitern aufweist, sodass dies eher eine vorsichtige Schätzung darstellt.
- Die wesentlichen **Systemwettbewerber** befinden sich derzeit ausnahmslos außerhalb zentraler Versorgungsbereiche bzw. Innenstadtlagen. Hier ist im Wesentlichen auf die Reitsportfachmärkte Equiva und Reitsport Röttches in Aachen sowie Fritz Goertz in Jülich hinzuweisen. Lediglich in Aachen befinden in Innenstadtrandlage in der Wirichsbongardstraße zwei kleinere Reitsportfachgeschäfte.
- Letztlich ist der Großteil des vorgesehenen Sortiments als **nicht zentrenrelevant** einzuordnen. Als zentrenrelevant sind lediglich alltagstaugliche Reitsportbekleidung wie klassische T-Shirts oder Unterwäsche, Bücher, Bildträger und Geschenkartikel einzuordnen. Diese machen rd. 4 % der Gesamtverkaufsfläche aus.
- Das Vorhaben entspricht grundsätzlich den Zielen des StädteRegionalen Einzelhandelskonzeptes für die Region Aachen (STRIKT), da es sich innerhalb eines Allgemeinen Siedlungsbereiches befindet und weniger als 10 % der Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente aufweist. Aufgrund der hohen Sortimentsspezialisierung und der vergleichsweise geringen Zielgruppe übersteigt der erwartete Umsatz des Vorhabens jedoch die Kaufkraft in der Stadt Alsdorf.
- Das Vorhaben entspricht den Zielen der Landesplanung. Lediglich dem Grundsatz 6.5-4 wird nicht entsprochen, da der zu erwartende Gesamtumsatz des Vorhabens die Kaufkraft der Einwohner in Alsdorf überschreitet.

Verzeichnisse

	Seite
Fotoverzeichnis	
Foto 1: Vorhabenareal	15
Foto 2: Grenzweg	15
Foto 3: Reitsport Röttsches	22
Foto 4: Fritz Goertz	22
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage und zentralörtliche Struktur	14
Karte 2: Mikrostandort „Am Hüttchensweg“	17
Karte 3: Einzugsgebiet des Vorhabens	19
Karte 4: Wesentliche Wettbewerbsstrukturen	23
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Sortimentsstruktur des Reitsportfachmarktes in Alsdorf	12
Tabelle 2: Einwohnerverteilung in der Stadt Alsdorf	13
Übersicht	
Übersicht 1: Vier Kriterien der Zentrenrelevanz	9
Übersicht 2: Sortimentsdifferenzierung an ausgewählten Beispielen	11

