



Auswirkungsanalyse zur Umstrukturierung des Einzelhandelsstandortes Am Rosenkränzchen, Alsdorf

Auftraggeber: Rewe Markt GmbH, Hürth

Projektleitung: Birgitt Wachs, Niederlassungsleitung

Projektbearbeitung: Fabian Lüdtker, M. Sc. Geographie

Köln, am 20.12.2017 / angepasst am 21.02.2018

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: (c) OpenStreetMap-Mitwirkende



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 0221 / 98 94 38 – 0
Telefax: 0221 / 98 94 38 - 19
E-Mail: office.koeln@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Im Juli 2017 erhielt die GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Büro Köln, von der Fa. Rewe Markt GmbH den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse für die Umstrukturierung des Standortes Am Rosenkränzchen in der Stadt Alsdorf. Im Rahmen dessen soll das bereits ansässige Rewe-Center hinsichtlich seiner Verkaufsfläche verkleinert und zeitgleich ein aktuell geschlossener toom-Baumarkt wiederangesiedelt werden.

Für die Bearbeitung der Untersuchung standen der GMA Angaben des Auftraggebers, der Stadt Alsdorf sowie des Landesbetriebes für Information und Technik Nordrhein-Westfalen zur Verfügung. Darüber hinaus wurden eine Standortbesichtigung des Vorhabenstandortes und der wesentlichen Wettbewerbsstandorte in Alsdorf sowie im Untersuchungsraum durchgeführt.

Sämtliche Daten und Informationen wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und unter Beachtung wissenschaftlicher Grundlagen ausgewertet.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, den 20.12.2017 / angepasst am 21.02.2018
WA / LEF

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Aufgabenstellung und Rechtsrahmen	6
1. Aufgabenstellung	6
2. Rechtsrahmen / Planungsgrundlage	7
2.1 Regelungen der BauNVO	7
2.2 Landesplanung	8
2.3 Kommunales Einzelhandelskonzept der Stadt Alsdorf	10
2.4 Städteregionales Einzelhandelskonzept STRIKT Aachen	10
II. Standortanalyse und -bewertung	12
1. Makrostandort Alsdorf	12
2. Mikrostandort Am Rosenkränzchen	15
III. Definition und Daten des Planvorhabens	18
1. Definition des Untersuchungsobjektes	18
2. Marktentwicklung im Lebensmittelsegment	19
3. Kurzübersicht Handelsentwicklung im Baumarktsektor	20
4. Daten des Planvorhabens	20
IV. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft	23
1. Methodische Vorbemerkungen	23
2. Einzugsgebiet und Kaufkraft für den geplanten toom-Baumarkt	23
3. Einzugsgebiet und Kaufkraft Rewe-Center	25
V. Wettbewerbssituation	27
1. Hauptwettbewerber des geplanten toom-Baumarktes	28
2. Hauptwettbewerber Rewe-Center	30
3. Projektrelevanter Einzelhandelsbestand und zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet	32

VI. Mögliche ökonomische, raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen	35
1. Methodischer Ansatz	35
1.1 Kaufkraftbewegungen und Umsatzumverteilungen	35
1.2 Bewertung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen	36
2. Untersuchung toom-Baumarkt	37
2.1 Umsatzerwartung und Umsatzherkunft	37
2.2 Kaufkraftbewegungen und Umverteilungseffekte toom-Baumarkt	39
2.3 Bewertung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen (toom-Baumarkt)	42
3. Untersuchung Rewe-Center	44
3.1 Kaufkraftbewegungen und Umverteilungseffekte Rewe-Center	46
3.2 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen (Rewe-Center)	46
4. Vereinbarkeit mit den Vorgaben der Raumordnung und Landesplanung	47
5. Vereinbarkeit mit den Kriterien zur Prüfung und Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben des städteregionalen Einzelhandelskonzeptes STRIKT Aachen	48
6. Vereinbarkeit mit den Zielen des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Alsdorf	48
7. Fazit	49
Verzeichnisse	50

I. Aufgabenstellung und Rechtsrahmen

1. Aufgabenstellung

In der Stadt Alsdorf ist im Stadtteil Neuweiler, unmittelbar an der Grenze zur Nachbarstadt Baesweiler, in der Straße Am Rosenkränzchen / Ecke Linnicher Straße (B 57) ein Rewe-Center (ehem. toom SB-Warenhaus) ansässig. Lange Jahre gab es zusätzlich einen toom-Baumarkt sowie einen Elektrofachmarkt. Der Baumarkt und der Elektrofachmarkt haben vor einigen Jahren den Standort verlassen. Der toom-Baumarkt soll nun wieder neu angesiedelt werden. Diesbezüglich ist geplant, das derzeitige Marktgebäude von Rewe abzureißen und durch einen Neubau zu ersetzen. Das jetzige Rewe-Center soll von aktuell ca. 4.970 m² auf max. 2.950 m² Verkaufsfläche (VK) reduziert werden. Zudem ist die Wiederansiedlung des toom-Baumarktes mit max. 8.175 m² VK angedacht.

Die Kombination von Rewe-Center und toom-Baumarkt soll auch zukünftig die bisher genehmigte Verkaufsflächengröße von insgesamt rd. 11.125 m² nicht überschreiten.

Die Aufgabe der vorliegenden Untersuchung ist es, die möglichen wirtschaftlichen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen im Zusammenhang mit der geplanten Umstrukturierung des Rewe-Centers sowie der Wiederansiedlung des toom-Baumarktes zu analysieren. Insbesondere ist zu untersuchen, welche Umsatzumverteilungen durch das Planvorhaben auf die Betriebe in den zentralen Versorgungsbereichen in der Stadt Alsdorf und in den angrenzenden Nachbarkommunen ausgelöst werden können und welche städtebaulichen Auswirkungen hieraus ggf. resultieren. Die vorliegende Analyse gliedert sich in folgende Untersuchungsschritte:

- /// Darstellung der rechtlichen und planerischen Grundlagen zur Bewertung von Einzelhandelsvorhaben in Nordrhein-Westfalen
- /// Analyse des Makrostandortes Alsdorf und des Mikrostandortes Am Rosenkränzchen
- /// Abgrenzung und Zonierung des projektrelevanten Einzugsgebietes, Ermittlung der Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale in den projektrelevanten Sortimenten
- /// Darstellung und Beurteilung der Wettbewerbssituation innerhalb des Einzugsgebietes
- /// Berechnung der zu erwartenden Umsätze des Vorhabens
- /// Darstellung der Kaufkraftbewegungen und der zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte
- /// Bewertung der möglichen ökonomischen, städtebaulichen und versorgungsstruktureller Auswirkungen des Vorhabens

- /// Vereinbarkeit mit der Landes- und Regionalplanung
- /// Vereinbarkeit mit den Prüfkriterien des Städteregionalen Einzelhandelskonzeptes STRIKT Aachen
- /// Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Alsdorf

2. Rechtsrahmen / Planungsgrundlage

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die räumliche Planung von Einzelhandelsstandorten stellen das Baugesetzbuch (BauGB), die Baunutzungsverordnung (BauNVO) sowie die landes- und regionalplanerischen Bestimmungen dar.

2.1 Regelungen der BauNVO

Der § 11 Abs. 3 BauNVO führt in der Fassung von 1990¹ für großflächige Einzelhandelsbetriebe aus:

„1. Einkaufszentren,

2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,

3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² Geschossfläche nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

¹ zuletzt geändert durch Gesetz vom 11.06.2013

2.2 Landesplanung

Der Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) ist am 25. Januar 2017 im Gesetz- und Verordnungsblatt des Landes Nordrhein-Westfalen veröffentlicht worden, nachdem der Landtag am 14.12.2016 dem Planentwurf zugestimmt hatte. Am 08. Februar 2017 trat der LEP NRW in Kraft.

„6.5 Großflächiger Einzelhandel

Ziele und Grundsätze

6.5-1 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen

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

6.5-2 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur in zentralen Versorgungsbereichen

Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur

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

Zentrenrelevant sind

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

Ausnahmsweise dürfen Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung 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 Erhaltung gewachsener baulicher Strukturen oder der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild nicht möglich ist und
- die Bauleitplanung der Gewährleistung einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und
- zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

6.5-3 Ziel Beeinträchtigungsverbot

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

6.5-4 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche

Bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll der zu erwartende Gesamtumsatz der durch die jeweilige Festsetzung ermöglichten Einzelhandelsnutzungen die Kaufkraft der Einwohner der jeweiligen Gemeinde für die geplanten Sortimentsgruppen nicht überschreiten.

6.5-5 Ziel Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente

Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dürfen nur dann auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden, wenn der Umfang der zentrenrelevanten Sortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt und es sich bei diesen Sortimenten um Randsortimente handelt.

6.5-6 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente

Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebietes für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten soll außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen 2.500 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten.

6.5-7 Ziel Überplanung von vorhandenen Standorten mit großflächigem Einzelhandel

Abweichend von den Festlegungen 6.5-1 bis 6.5-6 dürfen vorhandene Standorte von Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen als Sondergebiete gemäß § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung dargestellt und festgesetzt werden. Dabei sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen in der Regel auf die Verkaufsflächen, die baurechtlichen Bestandsschutz genießen, zu begrenzen. Wird durch diese Begrenzung die zulässige Nutzung innerhalb einer Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit aufgehoben oder geändert, sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen auf die zulässigen Verkaufsflächenobergrenzen zu begrenzen. Ein Ersatz zentrenrelevanter durch nicht zentrenrelevante Sortimente ist möglich. Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden erfolgt.

6.5-8 Ziel Einzelhandelsagglomerationen

Die Gemeinden haben dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche entgegenzuwirken. Darüber hinaus haben sie dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche entgegenzuwirken. Sie haben sicherzustellen, dass eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden durch Einzelhandelsagglomerationen vermieden wird.

6.5-9 Grundsatz Regionale Einzelhandelskonzepte

Regionale Einzelhandelskonzepte sind bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen in die Abwägung einzustellen.

6.5-10 Ziel Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung

Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung sind, soweit von § 12 Absatz 3a Satz 1 Baugesetzbuch kein Gebrauch gemacht wird, nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Festlegungen 6.5-1, 6.5-7 und 6.5-8 entsprechen; im Falle von zentrenrelevanten Kernsortimenten haben sie zudem den Festlegungen 6.5-2 und 6.5-3, im Falle von nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten den Festlegungen 6.5-4, 6.5-5 und 6.5-6 zu entsprechen.“

2.3 Kommunales Einzelhandelskonzept der Stadt Alsdorf

Für die Stadt Alsdorf besteht ein Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2008 vor, welches für die Ziele maßgeblich ist. Im Rahmen einer Teilfortschreibung wurden im Jahr 2012 das hierarchisch gegliederte Zentrenkonzept sowie die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche überprüft. Folgende Leitziele wurden im Einzelhandelskonzept festgelegt:

- /// Stärkung und Sicherung der hervorgehobenen Versorgungsfunktion der Innenstadt als Hauptzentrum der Stadt Alsdorf,
- /// Förderung der Zentren Blumenrath / Broicher Siedlung, Mariadorf / Begau und Hoen-gen / Warden als Nahversorgungszentren,²
- /// Konzentration zusätzlicher Nahversorgungsangebote ausschließlich auf die vier zentralen Versorgungsbereiche und Standorte mit ausgeprägtem Wohngebietsbezug,
- /// Konzentration des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten auf städtebaulich geeignete Standorte im Stadtgebiet.

Außerdem wird festgelegt, dass vorhandene Handelsbetriebe auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche Bestandsschutz genießen.

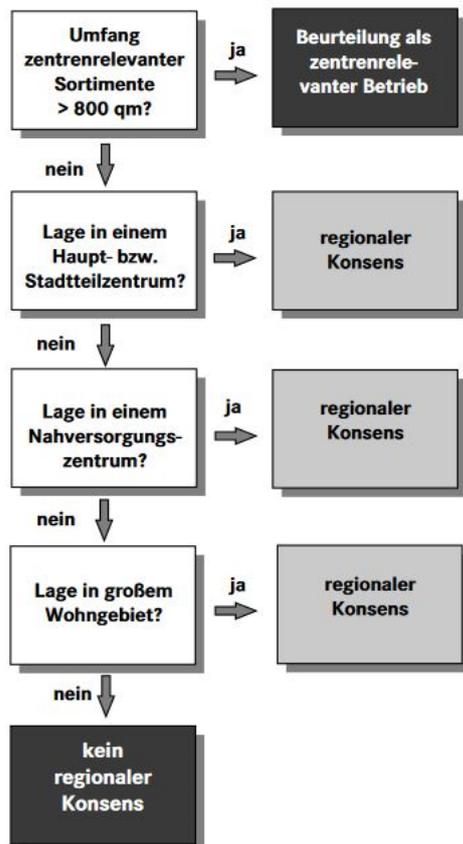
2.4 Städteregionales Einzelhandelskonzept STRIKT Aachen

Darüber hinaus sind die Prüfkriterien zur Entscheidung bzw. Beurteilung großflächiger Einzelhandelsvorhaben, welche im Rahmen des Städteregionalen Einzelhandelskonzeptes STRIKT Aachen 2008 erarbeitet wurden, zu beachten.

² Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes (2012) legt im Gegensatz zum Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2008 nur noch drei zentrale Versorgungsbereiche fest (Innenstadt, Nahversorgungszentrum Mariadorf und Nahversorgungszentrum Blumenrath).

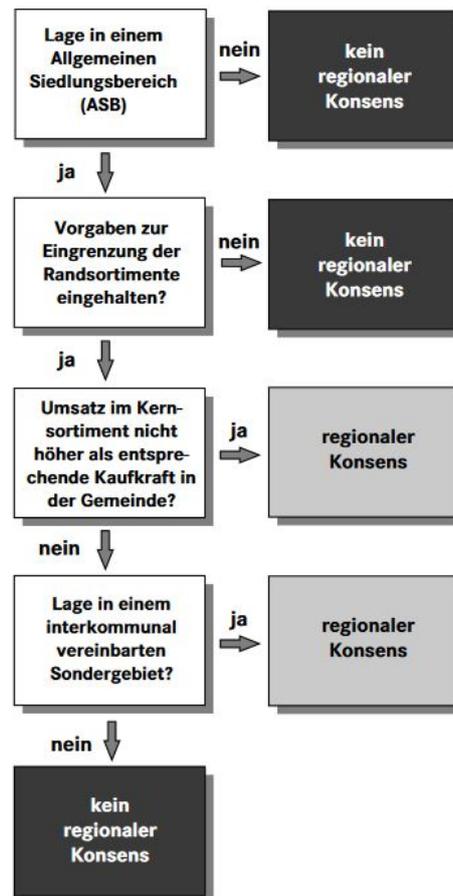
Die jeweiligen Prüfkriterien für Vorhaben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sowie für Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sind in den nachfolgenden Abbildungen dargestellt (vgl. Abbildung 1 und Abbildung 2).

Abbildung 1: Prüfverfahren für Vorhaben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten



Quelle: Städteregionales Einzelhandelskonzept StädteRegion Aachen, BBE 2008

Abbildung 2: Prüfverfahren für Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten



Quelle: Städteregionales Einzelhandelskonzept StädteRegion Aachen, BBE 2008

II. Standortanalyse 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 Wettbewerbseffekten ausgesetzt ist.

In der Stadt Alsdorf leben gegenwärtig 46.888 Einwohner³, die sich auf 17 Ortsteile verteilen. Dabei bildet Alsdorf Mitte mit 11.236 Einwohnern den größten Ortsteil. Der kleinste Ortsteil ist Schleibach mit nur 105 Einwohnern (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Einwohnerverteilung in der Stadt Alsdorf

Ortsteile	Einwohner	
	absolut	in %
Alsdorf Mitte	11.236	24,0
Begau	1.442	3,1
Bettendorf	399	0,9
Blumenrath	3.125	6,7
Broicher Siedlung	1.974	4,2
Busch	2.183	4,7
Duffesheide	337	0,7
Hoengen	4.251	9,1
Kellersberg	2.832	6,0
Mariadorf	6.357	13,6
Neuweiler	185	0,4
Ofden	2.458	5,2
Ost	2.860	6,1
Schaufenberg	3.767	8,0
Schleibach	105	0,2
Warden	2.649	5,6
Zopp	728	1,6
Gesamt Einwohnerzahl	46.888	100

Quelle: Stadt Alsdorf, Stand: 31.12.2016, nur Einwohner mit Hauptwohnsitz

³ Quelle: Stadt Alsdorf, Stand: 31.12.2016, 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. 1,2 % (rd. 562 Einwohner) im Jahr 2015 zu.⁴

Die **wirtschaftliche Entwicklung** verlief in den zurückliegenden Jahren positiv. Von 2012 – 2016 stieg die Zahl der Beschäftigten um rd. 6,8 % von rd. 10.000 auf rd. 10.680.⁵ Die Stadt weist ein negatives Pendlersaldo auf; so stehen rd. 7.160 Einpendlern ca. 12.660 Auspendler gegenüber.⁶ Dies verdeutlicht v. a. die Nähe zu den umgebenden Mittelzentren sowie zum Oberzentrum Aachen.

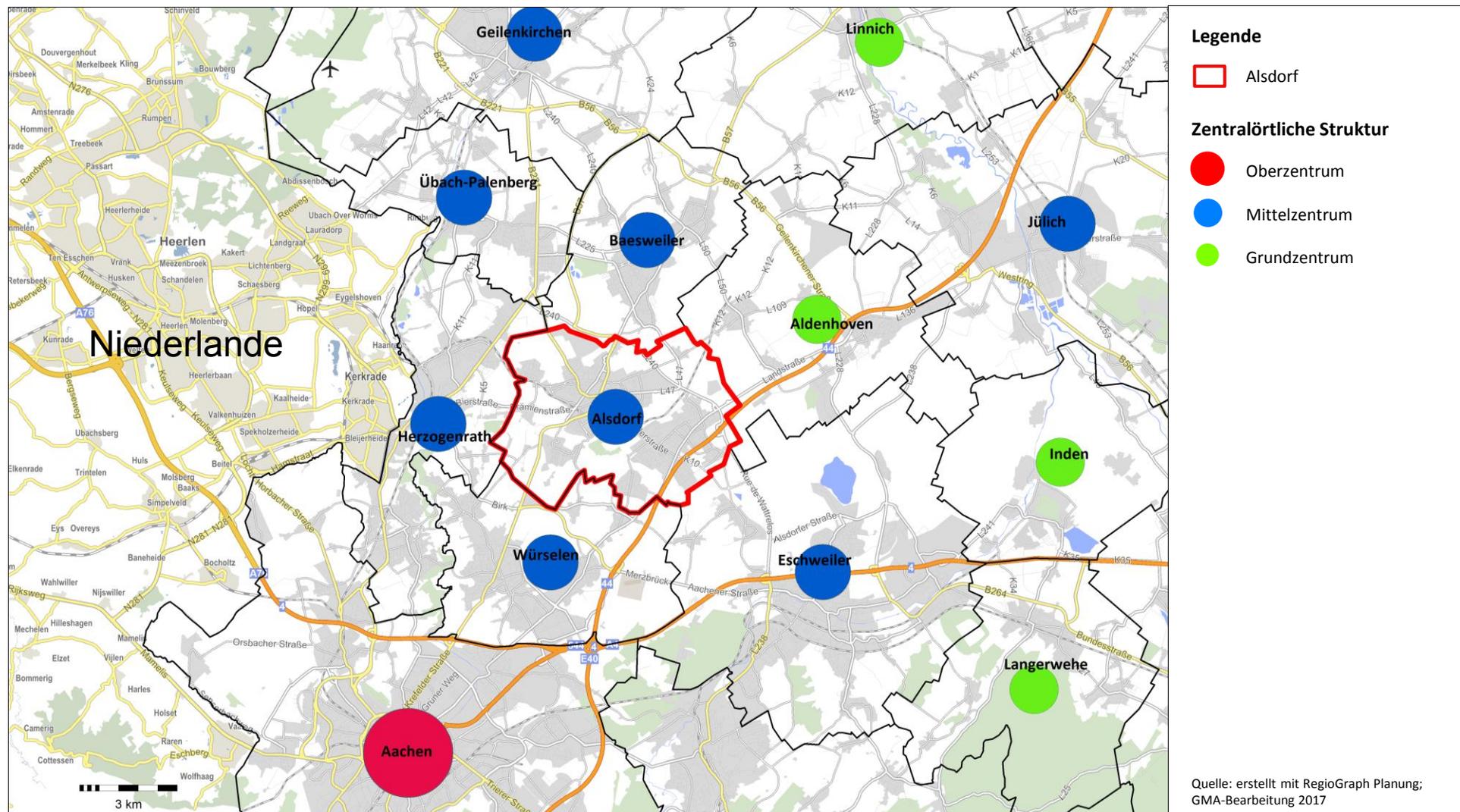
Unter **verkehrlichen Aspekten** ist die Stadt überregional durch die Autobahnen A 44 (Düsseldorf – Aachen- Lüttich) und regional über die B 57 (Aachen – Mönchengladbach), sowie die B 221 (Aachen – Niederrhein) an das Straßennetz angebunden. Unweit entfernt befindet sich darüber hinaus die A 4 (Düren – 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.

⁴ Quelle: IT. NRW

⁵ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stichtag: 30.06.2016

⁶ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stichtag: 30.06.2016

Karte 1: Lage und zentralörtliche Struktur



2. Mikrostandort Am Rosenkränzchen

Der Vorhabenstandort für das neu aufzustellende Rewe-Center sowie die Wiederansiedlung des toom-Baumarktes befindet sich in Alsdorf im Stadtteil Neuweiler, direkt an der Grenze zur Nachbarstadt Baesweiler. Aktuell erfolgt die Zufahrt über die Straße Am Rosenkränzchen. Das Grundstück sowie das Marktgebäude selbst sind gut von der Linnicher Straße (B 57) einsehbar (vgl. Karte 1).

Die verkehrliche Anbindung aus Richtung der Kernstadt von Alsdorf sowie aus Baesweiler erfolgt über die Linnicher Straße. Im unmittelbaren Anschluss an den Vorhabenstandort befindet sich in nördlicher Richtung ein Abzweig von der Bundesstraße B 57 zur Landstraße L 240, die im weiteren östlichen Verlauf zur Autobahnanschlussstelle der A 44 führt. Insgesamt ist die Anfahrbarkeit mit dem Pkw als sehr gut zu bewerten.

Darüber hinaus ist der Standort auch durch die Bushaltestelle Neuweiler an das ÖPNV-Netz angeschlossen. Diese liegt in unmittelbarer Nähe des Standortes an der B 57.

Aktuell befindet sich am Vorhabenstandort die Immobilie des Rewe-Centers. Die angrenzenden Gebäude (ehem. toom-Baumarkt, Elektrofachmarkt) stehen leer. Ein Teilbereich des ehemaligen Baumarktes wird gegenwärtig durch ein Sportgeschäft sowie die Leergutannahme des Rewe-Centers genutzt.

Im näheren Standortumfeld gibt es an der Linnicher Straße (B 57) eine Shell-Tankstelle, eine GTÜ-Kfz-Prüfstelle, ein Mercedes Autohaus, einen weiteren Autohandel, einen Werkzeughandel, eine ehem. Autowaschanlage sowie im Bereich der Brahmsstraße einige Wohngebäude.

Insgesamt ist das Rewe-Center als nicht mehr zeitgemäß zu bewerten. Insbesondere der leerstehende toom Baumarkt führt zu einem erheblichen Attraktivitätsverlust des gesamten Standortes. Aus betrieblicher sowie städtebaulicher Sicht ist eine Standortentwicklung ratsam.

Foto 1: Rewe-Center Am Rosenkränzchen



GMA-Aufnahmen 2017

Foto 2: Zufahrt von der Linnicher Straße (B 57)



Die spezifischen Eigenschaften eines Standortes können in positive und negative Standortfaktoren gegliedert werden. Diese standortspezifischen Eigenschaften haben einen wesentlichen Einfluss auf die Ausstrahlung, die Marktdurchdringung und die damit korrespondierende Umsatzerwartung eines Einzelhandelsobjektes.

Positive Standortfaktoren:

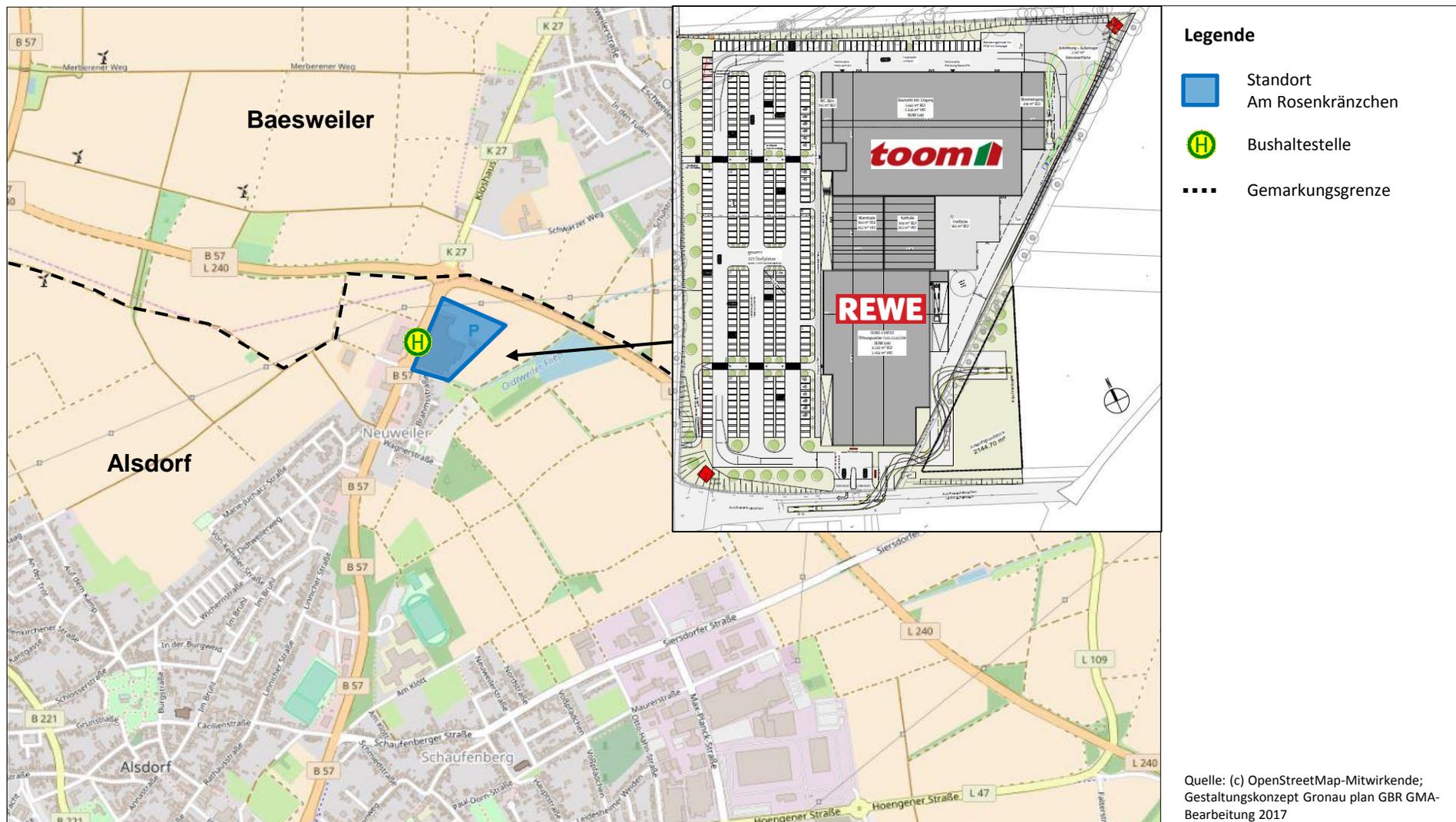
- + Umfangreiche, ebenerdige Grundstücksfläche und günstige Topografie des Areals
- + sehr gute Einsehbarkeit des Standortes von der Linnicher Straße (B 57)
- + gute örtliche und überörtliche Verkehrsanbindung über die B 57
- + problemlose Zufahrt und Andienung zum Grundstück

Negative Standortfaktoren:

- In Bezug auf das Rewe-Center: Standort liegt nicht in einem zentralen Versorgungsbereich und weist nur einen eingeschränkten Wohngebietsanschluss (Brahmsstraße) auf
- für die Ansiedlung eines Baumarktes gibt es keine negativen Standortfaktoren.

Unter städtebaulichen Gesichtspunkten ist festzuhalten, dass sich der Standort nicht in einem zentralen Versorgungsbereich befindet und nur vereinzelt Wohnnutzungen im direkten Umfeld (Brahmsstraße) vorhanden sind. Dies ist allerdings nur in Bezug auf das Rewe-Center relevant. Hinsichtlich des wiederanzusiedelnden Baumarktes ist die Planung insbesondere hinsichtlich der Revitalisierung und städtebaulichen Aufwertung eines bereits etablierten Einzelhandelsstandortes als positiv zu bewerten.

Karte 2: Mikrostandort Am Rosenkränzchen



III. Definition und Daten des Planvorhabens

1. Definition des Untersuchungsobjektes

Bei den zu untersuchenden Nutzungen handelt es sich um einen Lebensmittelvollsortimenter (Großer Supermarkt) sowie um einen Bau-, Heimwerker- und Gartenmarkt (Fachmarkt). Zur Einordnung des Projektes in die Betriebstypenstruktur des Einzelhandels werden nachfolgend die Betriebstypen definiert:⁷

Kleines Lebensmittelgeschäft

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment⁸ anbietet.

Discounter

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II⁹ führt.

Supermarkt

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 m² und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.

Großer Supermarkt

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 m² und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I- und Nonfood II-Artikel führt.

SB-Warenhaus

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood II-Angebot führt.

Fachmarkt

Der Fachmarkt ist ein meist großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und oft auch tiefes Sortiment aus einem Warenbereich (z. B. Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt), einem Bedarfsbereich (z. B. Sportfachmarkt, Baufachmarkt) oder einem Zielgruppenbereich (z. B. Möbel- und Haushaltswarenfachmarkt für design-orientierte Kunden) in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau anbietet.

Der Standort ist i. d. R. autokundenorientiert entweder isoliert oder in gewachsenen

⁷ Katalog E – Definition zu Handel und Distribution, 5. Ausgabe; Institute für Handelsforschung an der Universität zu Köln, 2006.

⁸ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

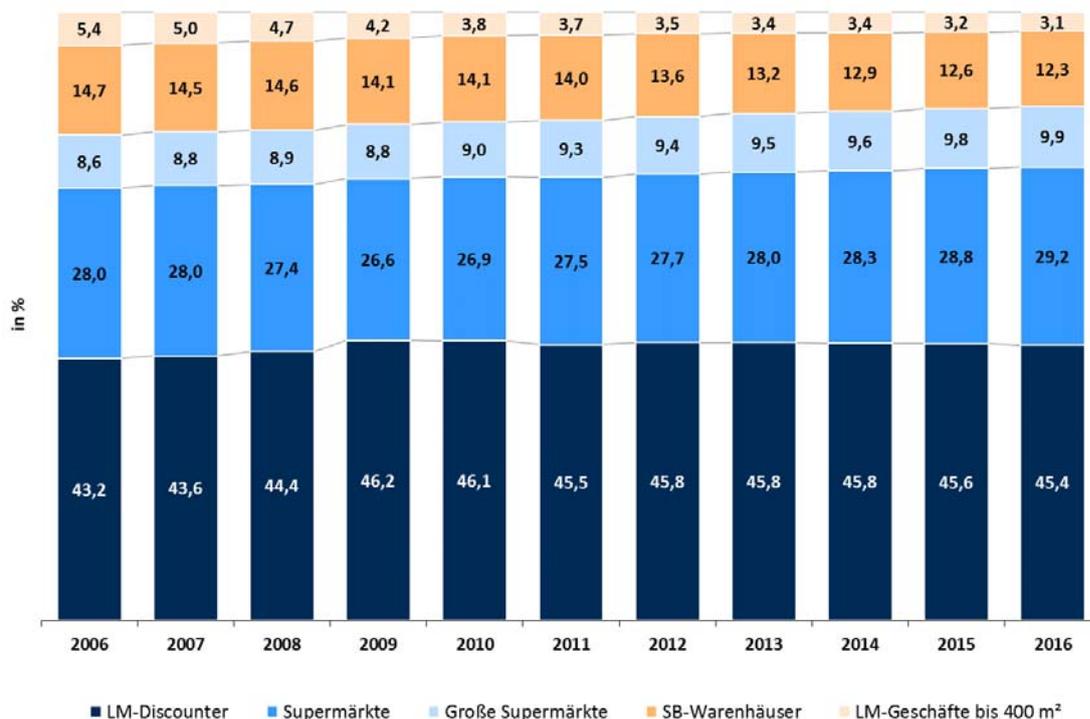
⁹ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

und geplanten Zentren; bei einigen Sortimenten (z. B. Drogeriemarkt) werden überwiegend Innenstadtlagen gewählt. Je nach Sortiment sind mehr als in anderen Betriebsformen im Einzelhandel die Abnehmer auch gewerbliche Kunden (z. B. Handwerker beim Sanitär- und Fliesenfachmarkt und beim Installationsfachmarkt) oder Dienstleistungsbetriebe (z. B. Gaststätten beim Drogeriemarkt und beim Getränkefachmarkt). Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentspezifischen Kundenberatung. Serviceorientierte Fachmärkte bieten neben ihrem Warensortiment auch eine Vielfalt sortimentsbezogener und selbstständig vermarktbarer Dienstleistungen (z. B. Reise-, Versicherungsleistungen), diskontorientierte Fachmärkte verzichten oft auf jedwede Beratung und Dienstleistung zugunsten niedriger Preise. Der Spezialfachmarkt führt Ausschnittsortimente (z. B. Fliesenfachmarkt, Holzfachmarkt) aus dem Programm eines Fachmarktes (z. B. Baumarkt).

2. Marktentwicklung im Lebensmittelsegment

Die Dynamik in der Lebensmittelbranche ist nach wie vor ungebrochen. So optimieren derzeit nahezu alle wesentlichen Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels ihre Standortnetze. Hiermit verbunden ist häufig auch eine Flächenausweitung der einzelnen Betriebe bzw. Standorte, da aufgrund der steigenden Anforderung an die Warenpräsentation, die interne Logistik sowie den demographischen Wandel, die Flächeninanspruchnahme zunimmt.

Abbildung 3: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2007 – 2016



Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut, Handelsdaten aktuell 2016

3. Kurzübersicht Handelsentwicklung im Baumarktsektor

Bedingt durch den vom günstigen Kreditniveau beflügelten Bauboom und die Beliebtheit von Heimwerkern und Gärtnern als Teil einer aktiven Freizeitgestaltung wies die Bau-, Heimwerker- und Gartenmarktbranche in Deutschland in den letzten 15 Jahren Zuwächse auf. So ist die Zahl der Baumarkt-Standorte in Deutschland seit dem Jahr 2001 um 10,3 % auf nunmehr 3.167 gestiegen. Die Umsatzleistung der 20 größten DIY-Anbieter in Deutschland steigerte sich im selben Zeitraum von 17,8 Mrd. € (2001) auf ca. 21,2 Mrd. € (2015). Die Flächengröße der Baumärkte nahm um etwa 6 % zu (z. Zt. durchschnittlich 4.330 m² VK).¹⁰

Ursachen für den Trend zu größeren Verkaufsflächeneinheiten sind einerseits großzügigere Warenpräsentations- und Verkehrsflächen, andererseits umfangreichere Sortimente und Artikelzahlen. Ähnlich wie im Möbelhandel hat der Kundenwunsch, ein möglichst umfassendes Angebot „unter einem Dach“ vorzufinden, auch in der DIY-Branche ein großes Flächenwachstum erzwungen. Mit dem Wachstum der Verkaufsflächen ging jedoch auch ein Absinken der Flächenproduktivität einher. 2001 lag die durchschnittliche Flächenproduktivität der 20 größten Baumarktbetreiber in Deutschland bei 1.604 €, im Jahr 2015 nur noch bei 1.541 € je m² VK.¹¹

Im Bundesdurchschnitt kommt mittlerweile auf 31.785 Einwohner ein Baumarkt¹². Dabei sind allerdings regional bzw. nach Stadtgröße deutliche Unterschiede im Baumarktbesatz festzustellen¹³.

4. Daten des Planvorhabens

Die Planung am Standort Am Rosenkränzchen sieht vor, das bestehende Rewe-Center mit aktuell ca. 4.970 m² VK im Rahmen eines Abrisses des derzeitigen Marktgebäudes durch eine Neuimmobilie mit dann max. 2.950 m² VK zu ersetzen. Die Gebäudeausrichtung wird sich zukünftig nicht mehr an der B 57 orientieren, sondern ist rückversetzt mit vorgelagerter Parkplatzanlage. Die Zufahrt erfolgt weiterhin über die Straße am Rosenkränzchen.

Insgesamt wird die Verkaufsfläche des **Rewe-Centers** um ca. 2.020 m² reduziert, davon ca. 1.040 m² im Bereich Nahrungs- und Genussmittel, ca. 115 m² im Bereich Drogeriewaren sowie ca. 865 m² im Bereich Nichtlebensmittel (vgl. Tabelle 2). Auf zentrenrelevante Randsortimente (entsprechend der Sortimentsliste Stadt Alsdorf 2008) entfallen insgesamt ca. 10 % (295 m² VK).

¹⁰ Quelle: Dähne-Verlag: Dähne Statistik DIY und Garten, Ettlingen, Mai 2016. Alle Angaben bezogen auf gewichtete Verkaufsflächen.

¹¹ Quelle: Dähne-Verlag: Dähne Statistik DIY und Garten, Ettlingen, Mai 2016. Bezogen auf gewichtete VK.

¹² Nur Baumärkte mit mehr als 400 m² VK.

¹³ Quelle: Dähne-Verlag: Dähne Statistik DIY und Garten, Ettlingen, Mai 2016.

Tabelle 2: Gegenüberstellung von Bestands- und Planungssituation des Rewe-Centers, Am Rosenkränzchen

Sortiment	Verkaufsfläche in m ²			
	Bestand	Planung	Veränderung	
			abs.	in %
Nahrungs- und Genussmittel (nahversorgungsrelevant)	3.430	2.390	-1.040	-30,3
Drogeriewaren (nahversorgungsrelevant)	380	265	-115	-30,3
Sonstige Nichtlebensmittel (zentrenrelevant)	1.160	295	-865	-74,6
Verkaufsfläche gesamt	4.970	2.950	-2.020	-40,6

Quelle: GMA-Zusammenstellung 2017 gemäß Angaben des Auftraggebers

Der wiederanzusiedelnde **toom Baumarkt** umfasst die Sortimente Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf sowie darüber hinaus zentrenrelevante und nicht-zentrenrelevante Randsortimente. Einschließlich Windfang und Kassenzone weist das Vorhaben insgesamt max. 8.175 m² Verkaufsfläche (ungewichtet) auf. Hiervon entfallen

- /// ca. 5.125 m² auf die Warmhallenfläche (Baumarkt und Warmhalle Gartenbedarf)
- /// ca. 2.090 m² auf die Kalthallenfläche und überdachte Freifläche
- /// ca. 960 m² auf Freiverkaufsflächen.

Die Warmhalle des Baumarktes und des Gartenbereiches (insgesamt ca. 5.125 m² Verkaufsfläche, einschließlich Windfang, Kassenzone) dient v. a. dem Verkauf von Werkzeug, Eisenwaren, Holzleisen, Bauelementen, Sanitär, Fliesen, Bodenbelägen, Malerbedarf, Gartengeräten etc. sowie baumarkttypischen Randsortimenten (Leuchten / Elektroinstallation, Regale / Aufbewahrungsmöbel, Fahrräder und Zubehör, Haus- und Heimtextilien, Bilder und Rahmen, Bastelartikel, Glas / Porzellan / Keramik etc.).

Auch die Kalthallen und überdachten Freiflächen (insgesamt ca. 2.090 m² VK) sollen v. a. die Sortimente Baustoffe, Bauholz und Gartenbedarf (Erden, Freilandpflanzen usw.), Containerpflanzen und Gartenmöbel angeboten werden.

Nicht überdachte Verkaufsflächen im Freien (insgesamt ca. 960 m² VK) sind sowohl im Bereich Gartenbedarf als auch im Baustoff- und Außenbereich zu finden und dienen hauptsächlich dem Verkauf von Gartenhardware, Containerpflanzen, Pflasterungsmaterialien und Baustoffen. Der Sortimentsschwerpunkt des Bau- und Heimwerkermarktes liegt mit rd. 90 % bzw. ca. 7.375 m² Verkaufsfläche eindeutig bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten¹⁴ (vgl. Tabelle 3).

¹⁴ Nicht-zentrenrelevant gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Alsdorf 2008.

Tabelle 3: Sortimentstruktur des geplanten toom-Baumarktes in Alsdorf

Sortiment	Warm- halle	Kalthalle + überdachte Freifläche	Frei- fläche	Verkaufs- fläche ge- samt
Kernsortiment Bau- und Heim. & Gartenbedarf	3.375	2.090	960	
Gesamt Kernsortiment Bau- und Heim. & Gartenbedarf	3.375	2.090	960	6.425
Haus- und Heimtextilien	260			
Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik	190			
Kommunikations- und Unterhaltungselektronik*	50			
Fahrräder und Zubehör*	70			
Bilder und –rahmen*	80			
Nahrungs- und Genussmittel*	50			
Bücher, Fachzeitschriften, Zeitungen*	20			
Bastelartikel*	80			
Gesamt zentrenrelevante Randsortimente	800			800
Tiere und Tiernahrung / Zooartikel	600			
Leuchten und Zubehör	350			
Gesamt nicht zentrenrelevante Randsortimente	950			950
Verkaufsfläche gesamt	5.125	2.090	960	8.175

* Bei zentrenrelevanten Sortimenten unter 100 m² Verkaufsfläche, liegen mögliche Auswirkungen in einer geringen absoluten und gutachterlich nicht nachweisbaren Größenordnung, daher werden diese bei den nachfolgenden Berechnungen nicht weiter berücksichtigt.

GMA-Berechnung 2017 auf Grundlage der Angaben des Auftraggebers (ca.-Werte gerundet; Abweichungen durch Rundungen möglich); Zuordnung der Sortimente hinsichtlich zentrenrelevanz gemäß Alsdorferliste

Auf zentrenrelevante Randsortimente (entsprechend der Sortimentsliste Stadt Alsdorf 2008) entfallen insgesamt ca. 10 % (800 m² VK). Der größte Teil hiervon betrifft Haus- und Heimtextilien (ca. 260 m² VK) und Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik (ca. 190 m² VK). Die übrigen Teilsortimente (Kommunikations- und Unterhaltungselektronik, Fahrräder und Zubehör, Bilder und Rahmen, Nahrungs- und Genussmittel, Bücher / Zeitschriften / Zeitungen, Bastelartikel) umfassen nur jeweils Verkaufsflächen unter 100 m². Mögliche Auswirkungen bei diesen Sortimenten liegen in einer geringen absoluten und gutachterlich nicht nachweisbaren Größenordnung, daher werden diese bei den nachfolgenden Berechnungen nicht weiter berücksichtigt.

Bei den angegebenen Verkaufsflächenangaben für das Rewe-Center sowie für den toom-Baumarkt handelt es sich um Maximalwerte. In Kombination soll die bisher genehmigte Verkaufsflächenengröße von insgesamt rd. 11.125 m² nicht überschritten werden.

IV. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

1. Methodische Vorbemerkungen

Die Bevölkerungszahlen stellen eine der wesentlichen Grundlagen zur Ermittlung der Kaufkraft im projektrelevanten Einzugsbereich dar. Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen.

Bei der Einteilung und Abgrenzung des Einzugsgebietes wurden insbesondere folgende Aspekte berücksichtigt:

- /// Projektkonzeption (insbesondere hinsichtlich Dimensionierung, Sortimentsstruktur, Fristigkeit der angebotenen Waren, Attraktivität des Betreibers) und zu erwartende Wirkungen auf die künftige Einkaufsorientierung der Bevölkerung
- /// mikrostandörtliche Lage des Standortes Am Rosenkränzchen innerhalb der Stadt Alsdorf
- /// Erreichbarkeit des Standortes für potenzielle Kunden im Untersuchungsraum unter Berücksichtigung verkehrlicher und topografischer Bedingungen
- /// Strukturdaten des Untersuchungsraums (z. B. Bevölkerungsschwerpunkte, Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur)
- /// relevante Wettbewerbssituation im Umland (vgl. Kapitel V.).

2. Einzugsgebiet und Kaufkraft für den geplanten toom-Baumarkt

Bei der Abgrenzung des Einzugsgebietes ist zwischen Rewe-Center und toom-Baumarkt zu differenzieren. Im Folgenden wird zunächst auf das Einzugsgebiet des toom-Baumarktes eingegangen.

Um Unterschiede in der Nachfrageintensität und -frequenz zu erfassen, wurde das Einzugsgebiet des Vorhabens in zwei Bereiche unterteilt (vgl. Karte 3).

- /// Stadt Alsdorf
- /// Überörtliches Einzugsgebiet: Aldenhoven, Baesweiler und Übach-Palenberg

Nach Osten hin wird das Einzugsgebiet v. a. durch den in Jülich ansässigen toom-Baumarkt beschränkt. In südöstliche Richtung durch die ansässigen Wettbewerber Obi und Graaf Gartencenter in Eschweiler sowie in südliche Richtung durch den Wettbewerber Bauhaus in Würselen. Im

Westen befindet sich in der angrenzenden Nachbarstadt Herzogenrath ein Obi-Baumarkt und in nördliche Richtung gibt es in Geilenkirchen einen Mobau-Anbieter.

Außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes sind keine regelmäßigen Einkaufsbeziehungen mehr zum Vorhabenstandort zu erwarten. Ursächlich hierfür ist neben der zunehmenden Entfernung in erster Linie die vorherrschende Kundenorientierung zu anderen Wettbewerbsstandorten. Dennoch absehbare Umsätze mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes – z. B. durch Arbeitspendler – werden im Rahmen der nachfolgenden Berechnungen als sog. Streuumsätze berücksichtigt.

Unter Berücksichtigung der genannten Aspekte umfasst das Einzugsgebiet des projektierten Baumarktes folgende Bereiche und Einwohner¹⁵:

Örtliches Einzugsgebiet	Stadt Alsdorf	ca. 46.890 Einwohner
Überörtliches Einzugsgebiet	Aldenhoven, Baesweiler und Übach-Palenberg	ca. 67.340 Einwohner
Gesamt		ca. 114.230 Einwohner

Das örtliche Einzugsgebiet umfasst die Stadt Alsdorf inklusive aller ihrer Ortsteile. Aus diesem Raum ist die höchste Kundenorientierung in Richtung des projektierten Marktes zu erwarten.

Das überörtliche Einzugsgebiet umfasst die Nachbarstädte Aldenhoven, Baesweiler und Übach-Palenberg. Für diese ist bereits von einer deutlich geringeren Kundenorientierung auf den Vorhabenstandort auszugehen, was mit einer zunehmenden Distanz zum Projektstandort und der Bedeutung anderer Wettbewerbsstandorte zu begründen ist.

Unter Zugrundelegung der ermittelten Einwohnerzahlen im abgegrenzten Einzugsgebiet kann die projektrelevante Kaufkraft berechnet werden. Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland derzeit bei ca. € 5.570.

Davon entfallen auf

	Nahrungs- und Genussmittel	ca. € 2.035 p. a.
	Nichtlebensmittel	ca. € 3.535 p. a.

¹⁵ Quelle: Stadt Alsdorf, Stand: 31.12.2016; Stadt Aldenhoven, Stand: 30.11.2017; Stadt Baesweiler, Stand: 10.2017; Stadt Übach-Palenberg, Stand: 31.12.2016.

Für die nachfolgende Kaufkraftberechnung sind die Verbraucherausgaben auf die projektrelevanten Sortimente abzustimmen. Aufgrund der Dimensionierung und der Sortimentsstruktur wurden für den **Baumarkt** folgende Pro-Kopf-Ausgabewerte in Ansatz gebracht:

- /// Kernsortiment Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf: **ca. 460 €**
- /// zentrenrelevante Randsortimente gesamt: **ca. 178 €**
- /// nicht-zentrenrelevante Randsortimente gesamt: **ca. 95 €**

Unter Berücksichtigung der regionalen Kaufkraftkoeffizienten¹⁶ ist im abgegrenzten Einzugsgebiet ein planobjektrelevantes Kaufkraftvolumen von insgesamt 74,7 Mio. € zu erwarten. Hiervon entfallen ca. 46,9 Mio. € (ca. 60 %) auf das Kernsortiment Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf und ca. 27,8 Mio. € (ca. 40 %) auf Randsortimente (vgl. Tabelle 4).

Tabelle 4: Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet des geplanten toom-Baumarktes

	Kernsortiment Bau- und Gartenbedarf	zentrenrelevante Randsortimente	nicht zentrenrelevante Randsortimente	Bau- und Heimwerkermarkt gesamt
Örtliches Einzugsgebiet (Stadt Alsdorf)	18,9	7,3	3,9	30,1
Überörtliches Einzugsgebiet (Aldenhoven, Baesweiler, Übach-Palenberg)	28,0	10,9	5,7	44,6
gesamt	46,9	18,2	9,6	74,7

GMA-Berechnungen 2017

3. Einzugsgebiet und Kaufkraft Rewe-Center

Das Einzugsgebiet des Rewe-Centers kann aufgrund der vorherrschenden Wettbewerbssituation in Alsdorf sowie den angrenzenden Kommunen auf die Stadt Alsdorf sowie die angrenzende Nachbarstadt Baesweiler beschränkt werden. Gleichwohl kann durch die Standortkombination mit dem toom-Baumarkt von einem erhöhten Streukundenanteil ausgegangen werden.

Örtliches Einzugsgebiet	Stadt Alsdorf	ca. 46.890 Einwohner
Überörtliches Einzugsgebiet	Baesweiler	ca. 28.535 Einwohner
Gesamt		ca. 75.425 Einwohner

¹⁶ Quelle: regionale Kaufkraftkoeffizienten von MB Research GmbH, Nürnberg, Stand 2016. Danach liegen die Kaufkraftkoeffizienten der Städte Alsdorf (87,7), Aldenhoven (91,5), Baesweiler (89,3) und Übach-Palenberg (91,6) deutlich unter dem Bundesdurchschnitt (100,0).

Im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** gibt es im abgegrenzten Einzugsgebiet ein Gesamtkaufkraftvolumen von insgesamt 135,6 Mio. €. Hiervon entfallen ca. 83,7 Mio. € auf die Stadt Alsdorf und ca. 51,9 Mio. € auf die Stadt Baesweiler.

V. Wettbewerbssituation

Die Beurteilung der projektrelevanten Wettbewerbssituation beruht auf einer Vor-Ort-Erhebung des projektrelevanten Einzelhandels im Untersuchungsraum im November 2017.

Als Wettbewerber für den toom-Baumarkt gelten grundsätzlich alle Einzelhandelsbetriebe, die Warengruppen anbieten, die in dem Planobjekt geführt werden. Angesichts der Flächengröße und Vertriebsform des Vorhabens ist allerdings davon auszugehen, dass die wettbewerbliche Auseinandersetzung in erster Linie mit Anbietern des gleichen Betriebstyps, d. h. großflächigen Bau-, Heimwerker- und Gartenfachmärkten erfolgen wird. Im Rahmen der Bestandsaufnahme wurden jeweils die projektrelevante Gesamtverkaufsfläche¹⁷ (ungewichtet) ermittelt sowie im Nachgang die projektrelevanten Umsätze¹⁸ eingeschätzt.

Auch spezialisierte Fachmärkte (z. B. Fachmärkte für Baustoffe, Holz, Badausstattung, Teppiche / Heimtextilien, Gartenmöbel), kleinere Fachanbieter (z. B. Fachgeschäfte für Eisenwaren, Fliesen, Raumausstattung) sowie branchenfremde Anbieter (z. B. Möbel- und Einrichtungshäuser, SB-Warenhäuser) sind zu beachten. In Bezug auf die Auswirkungen des Vorhabens sind diese – aufgrund der begrenzten Überschneidungen mit dem Angebotskonzept des Vorhabens – jedoch bereits nachrangig.

Vor dem Hintergrund der vorgesehenen Teilflächen für zentrenrelevante Randsortimente werden auch die projektrelevanten Anbieter innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet berücksichtigt.

¹⁷ Als Verkaufsfläche wird die Fläche definiert, auf der der Verkauf abgewickelt wird und die für den Kunden zugänglich ist. Erhoben wird die Bruttoverkaufsfläche, d. h. sowohl Flächen, die mit Ware belegt sind (= Nettoverkaufsfläche), als auch Funktionsflächen für den Verkauf (angrenzende Gangflächen, Kassenzone, Windfang, Leergutannahme). Dazu gehören auch Kalt- und Freiflächen, auch wenn diese nur temporär (z. B. nur im Sommer) genutzt werden.

¹⁸ Die Umsatzeleistungen der einzelnen Anbieter wurden mit Hilfe von gewichteten Verkaufsflächen ermittelt. Die gewichtete Verkaufsfläche errechnet sich als Summe aus 100 % der beheizten Innenflächen, 50 % der überdachten Freiflächen und Kalthallenflächen sowie 25 % der unüberdachten Freiflächen. An diesem Standard orientiert sich auch die vorliegende Untersuchung. Kalt- und Freiflächen werden deshalb nur anteilig in Ansatz gebracht, da diese erfahrungsgemäß eine deutlich geringere Flächenumsatzleistung aufweisen (z. B. saisonal bedingter Freilandverkauf).

1. Hauptwettbewerber des geplanten toom-Baumarktes

In nachfolgender Tabelle werden die Hauptwettbewerber (v. a. andere Bau-, Heimwerker- und Gartenmärkte) des projektierten toom-Marktes dargestellt, die die Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum prägen und zugleich begrenzend auf das Einzugsgebiet des untersuchten Marktes einwirken.¹⁹

Tabelle 5: Hauptwettbewerber des geplanten toom-Baumarktes im Untersuchungsraum

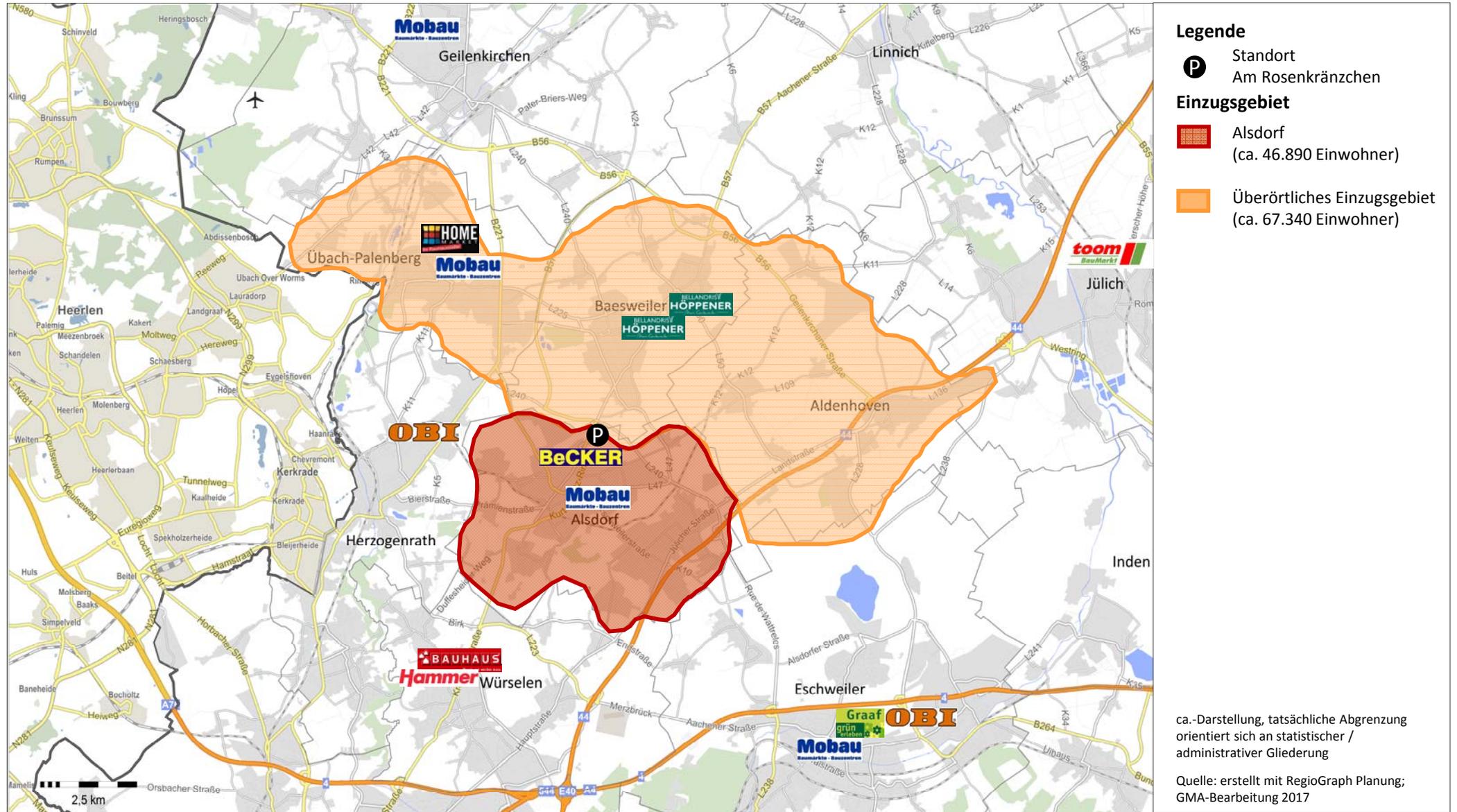
Stadt / Gemeinde	Betrieb	Verkaufsfläche* in m ²	Standort
Alsdorf	Mobau Alsdorf	3.500	Am Heggeströver
Alsdorf	Werkzeuge-Becker	1.500	Linnicher Straße
Baesweiler	Gartencenter Höppener	1.500	Hauptstraße
Baesweiler	Gartencenter Höppener	5.000	Hauptstraße
Übach-Palenberg	Mobau	5.100	Friedrich-Ebert-Straße
Übach-Palenberg	Home Market	1.600	Friedrich-Ebert-Straße
Geilchenkirchen	Mobau	2.500	Von-Humbold-Straße
Jülich	toom-Baumarkt	10.300	Am Klingerpützchen
Eschweiler	Garten Graaf	2.100	Königsbenden
Eschweiler	Mobau Eschweiler	1.100	Talstraße
Eschweiler	OBI	10.900	Kölner Straße
Würselen	Bauhaus	13.500	Adenauerstraße
Würselen	Hammer	2.400	Adenauerstraße
Herzogenrath	OBI	6.000	Nordstern Park

* Bei den Verkaufsflächengrößenklassen handelt es sich um ungewichtete Verkaufsflächen, d. h. Freiflächen und überdachte Freiflächen werden zu 100 % gezählt; ca.-Werte, gerundet.

GMA-Erhebung 2017

¹⁹ Im Folgenden werden die ungewichteten Verkaufsflächen angegeben. Dabei wurden überdachte und nicht überdachte Freiflächen, die zum Erhebungszeitpunkt dem Verkauf dienen, mit berücksichtigt, nicht jedoch Produktionsflächen bei Gartenbaubetrieben.

Karte 3: Einzugsgebiet und Hauptwettbewerber des geplanten toom-Baumarktes



2. Hauptwettbewerber Rewe-Center

Als Hauptwettbewerber für das Rewe-Center gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die in einem großen Supermarkt geführt werden. Allerdings ist aufgrund der Flächengröße bzw. des Betriebstyps und dessen spezifischen Einkaufsverhaltens der Bevölkerung davon auszugehen, dass insbesondere betriebstypengleiche oder ähnliche Betriebe (Supermärkte, SB-Warenhäuser, Lebensmitteldiscounter) als Hauptwettbewerber zu identifizieren sind.

In der nachfolgenden Tabelle werden die Hauptwettbewerber (v. a. Supermärkte, SB-Warenhäuser, Discounter) des Rewe-Centers dargestellt.

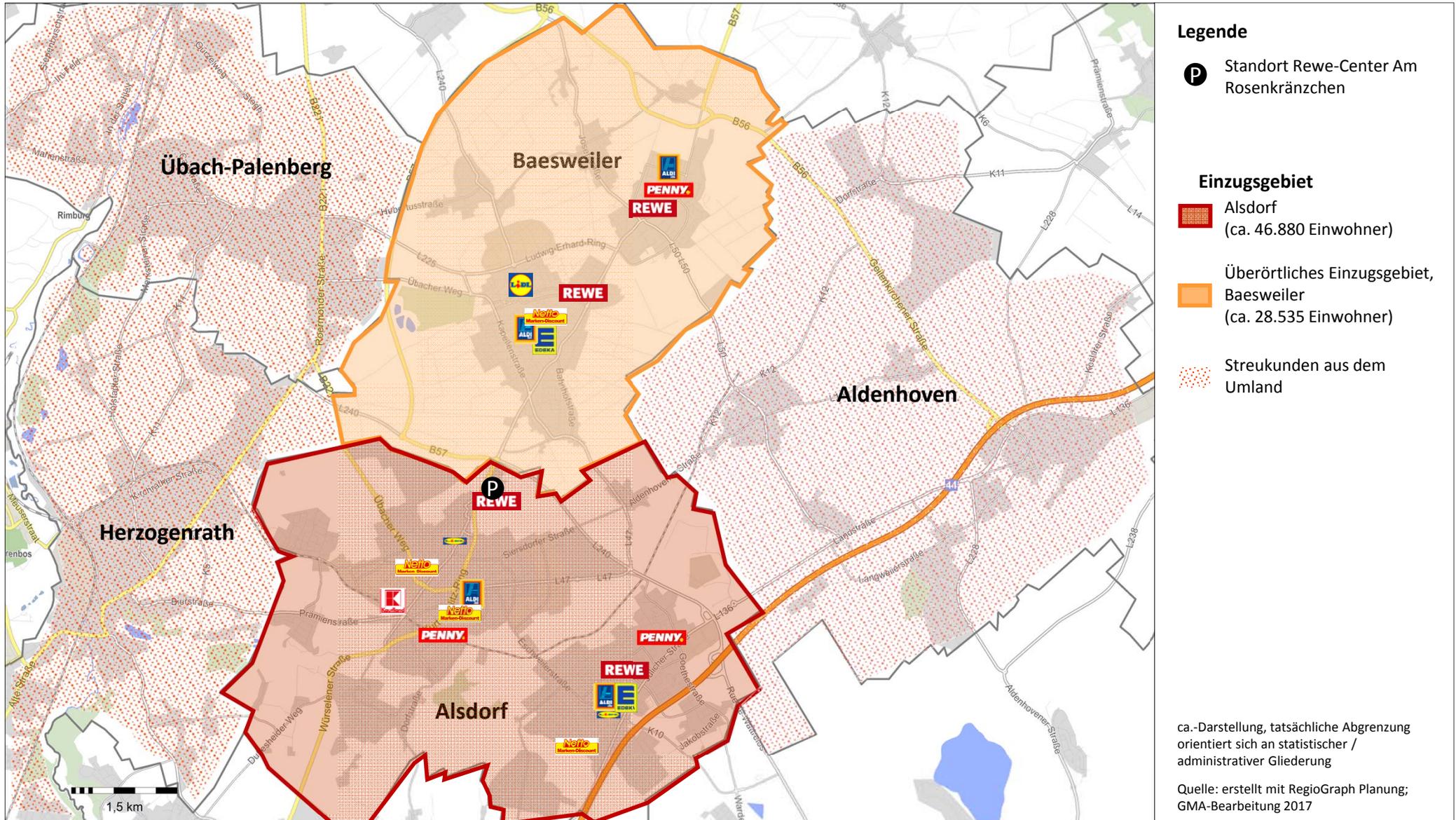
Tabelle 6: Hauptwettbewerber des Rewe-Centers

Stadt / Gemeinde	Betrieb	Verkaufsflächen* in m ²	Standort
Alsdorf	Kaufland	5.140	ZVB Innenstadt Alsdorf
	Netto	760	Nahversorgungszentrum Blumenrather Straße
	Edeka	1.470	Nahversorgungszentrum Mariadorf
	Aldi-Süd	1.100	Nahversorgungszentrum Mariadorf
	Lidl	700	Nahversorgungszentrum Mariadorf
	Rewe	1.850	Nahversorgungszentrum Mariadorf
	Lidl	780	Am Heggeströver
	Netto	670	Von-Harff-Straße
	Netto	800	Weinstraße
	Aldi-Süd	1.050	Allensteiner Straße
	Penny	840	Jülicher Straße
	Penny	780	Grenzweg
Baesweiler	Aldi-Süd	1.100	ZVB Innenstadt Baesweiler
	Edeka	2.500	ZVB Innenstadt Baesweiler
	Netto	370	ZVB Innenstadt Baesweiler
	Rewe	1.370	ZVB Nebenzentrum Sitterich
	Penny	740	ZVB Nebenzentrum Sitterich
	Rewe	1.200	Jülicher Straße
	Lidl	770	Carlstraße
	Aldi-Süd	860	Ortsteil Sitterich, Hauptstraße

* ca.-Werte, gerundet.

GMA-Erhebung 2017

Karte 4: Einzugsgebiet und Hauptwettbewerber Rewe-Center



3. Projektrelevanter Einzelhandelsbestand und zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet

Im Rahmen der Bestandserhebung wurde die projektrelevante Einzelhandelsausstattung²⁰ in den untersuchungsrelevanten zentralen Lagen²¹ ermittelt.

- In der Stadt Alsdorf verläuft der zentrale Versorgungsbereich **Hauptzentrum Alsdorf** im Wesentlichen entlang der Rathausstraße und der Luisenstraße. Der Einzelhandelsbesatz ist größtenteils kleinteilig strukturiert. Als Magnetbetrieb fungiert eine Kaufland-Filiale im südlichen Teil des zentralen Versorgungsbereiches mit modernem Marktauftritt. Im Vorkassenbereich sind eine Vielzahl an Konzessionären (u. a. Takko, Deichmann, Ernsting's family, Bäckerei, Blumenladen, Apotheke) vorhanden. Am gleichen Standort, jedoch baulich getrennt, befinden sich die Anbieter dm, KiK und Adler. In direkter Nähe zur Kaufland-Filiale ist der zentrale Busbahnhof von Alsdorf gelegen. Weitere nennenswerte Anbieter sind T€Di, Fahrradgeschäft Best Bike, Blumen Höppler sowie Kodi.
- Angrenzend an den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Alsdorf, jedoch nicht mehr in dessen Abgrenzung, befindet sich an der Allensteiner Straße eine Standortkombination von Aldi Süd und Drogeriemarkt Rossmann. Fußläufig davon entfernt gibt es an der Luisenstraße ein Schuhcenter, ein Elektromarkt sowie einen ethnischen Supermarkt.
- Der zentrale Versorgungsbereich **Nahversorgungszentrum Mariadorf** verläuft entlang der Jülicher Straße zwischen Gaußstraße / Ehrenstraße im Süden und dem Rewe-Markt im Norden. Gemäß seiner Funktionszuweisung als Nahversorgungszentrum befinden sich in dem Zentrum v. a. Anbieter mit nahversorgungsrelevantem Sortiment. Als Magnetbetriebe sind hier Edeka, Rewe, Aldi und Lidl zu nennen. Die weiteren Anbieter sind hauptsächlich kleinteilig strukturiert.
- Der zentrale Versorgungsbereich **Nahversorgungszentrum Blumenrath** erstreckt sich entlang der Blumenrather Straße zwischen dem Kreuzungsbereich Eschweiler Straße im Nord-Osten und dem Parkplatzbereich am Neuen Markt im Süd-Westen. Als wesentlicher Anbieter im Bereich der Nahversorgung ist hier der ansässige Lebensmittel-discounter Netto anzuführen. Die weiteren kleinteiligen Anbieter in dem Zentrum beschränken sich hauptsächlich auf ein nahversorgungsrelevantes Angebot.

²⁰ Es handelt sich um Teilflächen einzelner Betriebe, sofern unterschiedliche Sortimente geführt werden. Die Verkaufsfläche wurde durch GMA-Mitarbeiter durch Inaugenscheinnahme erfasst. Die Umsatzleistung der Betriebe wurde auf der Basis durchschnittlicher Betriebskennziffern sowie der individuellen Leistungsfähigkeit der Betreiber eingeschätzt, wobei GMA-Erfahrungswerte aus zahlreichen Befragungen des Einzelhandels eingeflossen sind.

²¹ Begriff wird synonym zum Begriff „zentraler Versorgungsbereich“ verwendet

- /// Die sonstigen Lebensmittelanbieter in Alsdorf liegen allesamt an Solitärstandorten ohne weitere Einzelhandelsnutzungen im direkten Umfeld.
- /// Als Wettbewerber für den geplanten toom-Baumarkt ist in Alsdorf an der Straße Am Heggeströver der Baumarkt Mobau zu identifizieren. Dieser Markt weist alle baumarkttypischen Sortimentsbereiche auf. Ein Angebot im Bereich Gartenbedarf ist ebenfalls vorhanden, es gibt jedoch keine Pflanzen. Der Markt verfügt über eine vorgelagerte Parkplatzanlage und ist von der Bundesstraße 57 aus sichtbar. An der gegenüberliegenden Straßenseite befinden sich eine ATU-Filiale sowie der Lebensmittel-discounter Lidl. Weiter entlang der Bundesstraße 57 in nördliche Richtung gibt es am Oidtweilerweg eine Filiale des Tierfachmarktes Fressnapf, lebende Tiere werden dort jedoch nicht verkauft. In unmittelbarer Nähe zum Standort des geplanten toom-Baumarktes existiert an der Linnicher Straße ein Werkzeughandel. Dieser führt v. a. elektrische Werkzeuge sowie Gartenmotorgeräte.
- /// Der zentrale Versorgungsbereich **Innenstadt Baesweiler** verläuft in nordwestlicher / südöstliche Richtung entlang der Kirchstraße. Im Kirchwinkel, unmittelbar angrenzend an die Kirchstraße, befindet sich eine neue und moderne Standortkombination, bestehend aus einem Edeka-Center und einer Aldi Süd-Filiale. Vorgelagert dieser beiden Märkte gibt es eine weitläufige Parkplatzanlage. Darüber hinaus ist der weitere Einzelhandel im zentralen Versorgungsbereich überwiegend kleinteilig strukturiert. Als weitere relevante Wettbewerber sind mehrere Haushaltswaren und Blumengeschäfte sowie Anbieter von Heimtextilien und Foto-Zubehör zu nennen. Gleichwohl gibt es auch einige leerstehende Ladenlokale in den Hauptgeschäftslagen. Insgesamt kann das Zentrum jedoch als leistungsstark und städtebaulich attraktiv bewertet werden.
- /// Im nördlichen Teil des Stadtgebietes von Baesweiler befindet sich entlang der Hauptstraße zwischen den Straßen an der Burg im Süden und dem Adenauerring im Norden der zentrale Versorgungsbereich **Ortsmitte Sitterich**. Als Magnetbetriebe fungieren hier die Lebensmittelanbieter Rewe und Penny. Als weiterer untersuchungsrelevanter Anbieter ist darüber hinaus TEDI zu nennen. Insgesamt ist der Einzelhandel im zentralen Versorgungsbereich überwiegend kleinteilig strukturiert.
- /// In den sonstigen Lagen der Stadt Baesweiler befindet sich an der Eschweiler Straße ein Baustoffhandel. Dieser führt im Innenbereich hauptsächlich Werkzeuge und Baubedarf. Darüber hinaus gibt es das Gartencenter Höppener mit zwei Standorten an der Hauptstraße. Beide Filialen weisen ein umfangreiches Angebot im Bereich Gartensortiment, wie z. B. Pflanzen, auf.

- / In **Aldenhoven** gibt es neben dem Sonderpostenmarkt Action an der Straße am Alten Bahnhof nur eine sehr überschaubare Anzahl an untersuchungsrelevanten Wettbewerbern im Ortskern.

- / In **Übach-Palenberg** sind als wesentliche untersuchungsrelevante Wettbewerber der Baumarkt Mobau sowie ein Home Market (Raumausstatter) an der Friedrich-Ebert-Straße zu nennen. Darüber hinaus gibt es einen Thomas Philipps-Sonderpostenmarkt an der Daimlerstraße sowie ein real SB-Warenhaus an der Boschstraße. Ebenfalls ansässig ist eine Fressnapf-Filiale.

In der nachfolgenden Tabelle werden die Verkaufsflächen und Umsätze der relevanten Wettbewerber für Rewe und toom differenziert nach Standortlagen dargestellt.

Tabelle 7: Verkaufsflächen und Umsätze der Wettbewerber in den Einzugsgebieten

Standortlage / Kommune	Rewe		toom-Baumarkt**	
	VK in m ²	Umsatz* in Mio. €	VK in m ²	Umsatz in Mio. €
ZVB Innenstadt Alsdorf	5.140	19,3	1.275	4,6
Nahversorgungszentrum Mariadorf	5.120	23,0	-	-
Nahversorgungszentrum Blumenrath	760	2,8	-	-
sonstige Lagen in Alsdorf	4.920	22,9	4.590	7,6
Alsdorf gesamt	15.940	68,0	5.865	12,2
ZVB Innenstadt Baesweiler	3.370	16,8	520	1,1
Nebenzentrum Sitterich	2.110	8,1	180	0,5
sonstige Lagen Baesweiler	2.830	13,9	3.650	6,3
Baesweiler gesamt	8.670	38,8	4.350	7,9
Aldenhoven	-	-	950	1,6
Übach-Palenberg	-	-	7.325	13,0
Gesamt Einzugsgebiete	24.610	129,3	18.490	34,7

* Umsatz bezogen auf Nahrungs- und Genussmittel, ohne Randsortimente

** Anbieter mit dem Kernsortiment Bau-, Heimwerker-, und Gartenbedarf sowie zentrenrelevanten Randsortimenten und nicht-zentrenrelevanten Randsortimenten

GMA-Erhebung 2017 (ca.-Werte gerundet)

VI. Mögliche ökonomische, raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen

1. Methodischer Ansatz

Die zu erwartenden wirtschaftlichen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Erweiterungsobjektes werden im Folgenden vor dem Hintergrund der zur Verfügung stehenden Kaufkraftvolumina und der dargelegten Angebotsstrukturen ermittelt. Hierzu werden zwei Berechnungsschritte durchgeführt:²²

- /// Ein erster Ansatz, das **Marktanteilkonzept**, stellt die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens (= Marktanteile) aus dem Einzugsgebiet dar und verdeutlicht, aus welchen Teilräumen dem Vorhaben die Kaufkraft der Endverbraucher zufließt.
- /// Mit einem zweiten Ansatz, dem **Umsatzumverteilungsmodell**, werden die voraussichtlichen Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Angebote im Einzugsgebiet bzw. im Umland eingeschätzt. Damit wird aufgezeigt, wo – und in welchem Umfang – dem Einzelhandel Umsätze verloren gehen.

1.1 Kaufkraftbewegungen und Umsatzumverteilungen

Mit der Neuetablierung bzw. Umstrukturierung von Einzelhandelsobjekten werden i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen eines zu untersuchenden Vorhabens dar.

Zur Ermittlung der Umsatzumverteilung für den Einzelhandel werden die aus dem Marktanteilkonzept berechneten Umsätze räumlicher Herkunft gewichtet. In der Modellrechnung wurden folgende Kriterien berücksichtigt:

- /// die aktuelle Ausstattung des Einzugsgebietes und die Sortimentsüberschneidungen mit dem Vorhaben
- /// die Versorgungsbedeutung einzelner Standortbereiche des Einzelhandels
- /// die aktuellen Kaufkraftströme im Untersuchungsgebiet
- /// die Wettbewerbssituation inkl. der Überlagerung durch sonstige Einzelhandelsstandorte.

²² Die nachfolgenden Berechnungen stellen sowohl hinsichtlich der Umsatzerwartung des Erweiterungsvorhabens als auch der möglichen Umsatzumverteilungen gegenüber den Wettbewerbern einen sog. worst-case-Ansatz dar.

In die Berechnung fließen damit die derzeitigen Einzelhandelsausstattungen konkurrierender Einzelhandelsstandorte als Attraktivitätsfaktor und die Distanz zum Vorhabenstandort als Widerstandsfaktor ein. Eine weitere Grundannahme der nachfolgenden Berechnungen ist, dass die Einkaufslagen, welche die größten Sortimentsüberschneidungen mit dem Vorhaben aufweisen, quantitativ am stärksten von Umsatzumverteilungen betroffen sein werden.

1.2 Bewertung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen

Bei der Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen (= Umsatzumverteilungen) von Einzelhandelsvorhaben ist grundsätzlich zu unterscheiden zwischen Wettbewerbswirkungen und möglichen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Beeinträchtigungen. Wettbewerbsliche Wirkungen können zwar zu – ggf. befristeten – Beeinträchtigungen von Betrieben in der Leistungsfähigkeit führen; das interkommunale Abstimmungsgebot gemäß § 2 Abs. 2 BauGB schützt jedoch nicht den bestehenden Einzelhandel in den Nachbarkommunen vor Konkurrenz. Es geht hierbei vielmehr darum, zu bewerten, ob sich die Ansiedlung eines Einzelhandelsvorhabens negativ auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung in der Nachbarkommune auswirkt (vgl. hierzu die Urteile des OVG Münster vom 06.06.2005, 10 D 145/04.NE und 10 D 148/04.NE).

Zur Ableitung möglicher städtebaulicher und versorgungsstruktureller Auswirkungen wird von der Rechtsprechung bzw. in der Verwaltungspraxis häufig ein Schwellenwert von 10 % Umsatzumverteilung angesetzt. Allerdings reicht das alleinige Abstellen auf die voraussichtlichen Umsatzumverteilungsquoten zur Bewertung möglicher Auswirkungen eines Einzelhandelsvorhabens auf einen zentralen Versorgungsbereich nicht aus. Vielmehr sind hier im Einzelfall auch andere Kriterien wie beispielsweise die konkrete städtebauliche Situation der möglicherweise betroffenen zentralen Versorgungsbereiche zu berücksichtigen (vgl. Urteile OVG Münster vom 11.12.2006, 7 A 964/05 und Bundesverwaltungsgericht vom 11.10.2007, 4 C 7.07). Aus gutachterlicher Sicht ist zu ergänzen, dass schon bei Umverteilungsquoten von unter 10 % städtebauliche Beeinträchtigungen eintreten können, wenn z. B die Schwächung wesentlicher Magnetbetriebe eines zentralen Versorgungsbereiches zu prognostizieren ist. Gleichzeitig müssen aber bei Umverteilungen von über 10 % nicht zwangsläufig negative städtebauliche Auswirkungen auftreten. Das Umschlagen wettbewerblicher in städtebauliche Effekte ist abhängig von der Leistungsfähigkeit der betroffenen Betriebe, deren Funktion innerhalb eines Zentrums (z. B. Magnetbetrieb) sowie der Stabilität der betroffenen Lage. In die Bewertung ist darüber hinaus die Bedeutung der jeweiligen Branche für das Zentrum (z. B. Leitbranche, ergänzendes Sortiment) einzustellen.

2. Untersuchung toom-Baumarkt

Aufgrund der Unterscheidung hinsichtlich des Einzugsgebietes für den geplanten toom-Baumarkt und das bestehende Rewe-Center werden im Folgenden zunächst die Auswirkungen des toom-Baumarktes und im Weiteren die Auswirkungen des Rewe-Centers geprüft.

2.1 Umsatzerwartung und Umsatzherkunft

Anhand des Marktanteilkonzeptes kann für den projektierten Bau-, Heimwerker- und Gartenmarkt eine **Umsatzerwartung von insgesamt ca. 9,8 Mio. €** errechnet werden (vgl. Tabelle 9). Hiervon entfallen ca. 8,2 Mio. € (ca. 84 %) auf das Kernsortiment Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf (inkl. nicht zentrenrelevanter Randsortimente) und ca. 1,6 Mio. € (ca. 16 %) auf zentrenrelevante Randsortimente.

Zur Bewertung der Umsatzleistung ist die Flächenproduktivität (Umsatz je m² VK) heranzuziehen. Hierzu sind die Verkaufsflächen zunächst zu gewichten (vgl. Tabelle 8), da nur für gewichtete Flächen Branchenstatistiken zum Vergleich zur Verfügung stehen. Ausgehend von der gewichteten Verkaufsfläche von 6.410 m² errechnet sich für das Vorhaben eine Flächenproduktivität von rund 1.500 € je m² Verkaufsfläche.

Tabelle 8: Projektdaten des geplanten toom-Baumarktes in Alsdorf

Sortiment	Verkaufsfläche in m ²		
	ungewichtete Fläche in m ²	Gewichtungsfaktor in %	gewichtete Fläche in m ²
Baumarkt /Warmhalle Gartenbedarf	5.125	100	5.125
Kalthalle + überdachte Freifläche	2.090	50	1.045
Freifläche	960	25	240
Verkaufsfläche gesamt	8.175		6.410

GMA-Berechnung 2017 auf Grundlage der Angaben des Auftraggebers (ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundungen möglich)

Dieser Wert liegt auf dem Niveau des Bundesdurchschnitts für die führenden Bau-, Heimwerker- und Gartenmärkte von 1.541 € / m² VK²³. Die durchschnittliche Flächenproduktivität des Betreibers toom beträgt ca. 1.228 € / m² VK²⁴. Unter Berücksichtigung der Erfahrung anderer toom-Baumärkte ist die ermittelte Umsatzerwartung für einen Markt mit der vorliegenden Konzeptionierung als verhältnismäßig hoch einzuordnen. Damit wird ein worst-case-Ansatz zugrunde gelegt.

²³ Quelle: Dähne-Verlag, Statistik DIY 2016, Bruttoumsatz pro m² Verkaufsfläche pro Jahr; Durchschnitt der Top 20.

²⁴ Quelle: Dähne-Verlag, Statistik DIY 2016, Flächenumsatz 2015.

Tabelle 9: Marktanteile und Umsätze des geplanten toom-Baumarktes (untersuchungsrelevante Sortimente)

Sortiment	Kerneinzugsgebiet (Alsdorf)			Überörtliches Einzugsgebiet (Aldenhoven, Baesweiler, Übach-Palenberg)			Streuumsatz in Mio. €	Gesamtumsatz in Mio. €
	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €		
Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf (Kernsortiment)	18,9	15 – 16	2,9	28,0	10	2,8	0,6	6,3
Haus- und Heimtextilien	3,5	5	0,2	5,2	5	0,3	< 0,1	0,5
Haushaltswaren, GPK	3,8	5	0,2	5,7	3	0,2	< 0,1	0,4
Summe zentrenrelevante Randsortimente*	7,3	5	0,4	10,9	4	0,5	< 0,1	1,6 (0,9)
Zoologischer Bedarf	2,3	25	0,6	3,3	15	0,5	0,1	1,2
Leuchten und Zubehör	1,6	25	0,4	2,4	10	0,2	< 0,1	0,7
Summe nicht zentrenrelevante Randsortimente	3,9	25	1	5,7	12 – 13	0,7	< 0,2	1,9
Untersuchungsrelevante Sortimente gesamt	30,1	14	4,2	44,6	8 – 9	4	0,9	9,8 (9,1)

Werte in Klammern: Umsatz der zentrenrelevanten Sortimente unter 100 m² Verkaufsfläche

* Da von den zentrenrelevanten Sortimenten unter 100 m² Verkaufsfläche nur Auswirkungen in einer geringen absoluten und gutachterlich nicht nachweisbaren Größenordnung zu erwarten sind, werden diese bei den Berechnungen nicht weiter berücksichtigt.

GMA-Berechnung 2017 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

2.2 Kaufkraftbewegungen und Umverteilungseffekte toom-Baumarkt

Die Wiederansiedlung des toom-Baumarktes wird dazu führen, dass bis dato aus dem abgegrenzten Einzugsgebiet abfließend Kaufkraft im Segment Bau-, Garten- und Baustoffbedarf zurückgeholt werden kann. Dies führt entsprechend zu Umsatzverlusten bei Anbietern innerhalb und außerhalb des Einzugsgebietes, die bislang von Kaufkraftzuflüssen profitieren konnten. Außerdem wird das Vorhaben weitere Kaufkraftumlenkungsprozesse (bei Kunden aus dem Umland) auslösen, die Zulasten der vorhandenen Anbieter im Einzel- und Großhandel eintreten.

Der Markteintritt des Planobjektes und der damit verbundene untersuchungsrelevante Umsatz von insgesamt ca. 9,1 Mio. € wird voraussichtlich folgende Kaufkraftbewegung auslösen:

- /// In der Stadt Alsdorf sind durch das Vorhaben Umsatzumverteilungswirkungen in Höhe von ca. 2,1 – 2,2 Mio. € zu ermitteln. Dies entspricht – bezogen auf die gegenwärtig erwirtschafteten Umsätze in den projektrelevanten Sortimenten – einer Umverteilungsquote von ca. 17 – 18 %. Von den ermittelten Umverteilungen entfallen etwa 1,4 – 1,5 Mio. € (bzw. rd. 17 – 18 %) auf das Kernsortiment Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf. Bei zentrenrelevanten Randsortimenten (Haus- und Heimtextilien, Haushaltswaren, GPK) werden rd. 0,2 – 0,3 Mio. € bzw. 8 – 9 % und bei den nicht-zentrenrelevanten Randsortimenten (zoologischer Bedarf, Leuchten und Zubehör) rd. 0,5 Mio. € bzw. ca. 23 % wettbewerbswirksam.
- /// Im überörtlichen Einzugsgebiet (Aldenhoven, Baesweiler, Übach-Palenberg) bewegen sich mögliche Umsatzumverteilungswirkungen ebenfalls bei ca. 2,1 – 2,2 Mio. € (ca. 9 – 10 %) Davon entfallen rd. 1,3 Mio. € (ca. 10 – 11 %) auf das Kernsortiment Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf, auf die zentrenrelevanten Randsortimente rd. 0,2 Mio. € bzw. 3 – 4 % und auf nicht-zentrenrelevante Randsortimente rd. 0,6 Mio. € bzw. rd. 20 %.
- /// Außerhalb des Einzugsgebietes werden Umsatzumverteilungswirkungen von ca. 4,7 – 4,8 Mio. € wettbewerbswirksam. Diese verteilen sich auf eine Reihe von Betrieben außerhalb des definierten Einzugsgebietes, wobei – aufgrund der räumlichen Nähe – insbesondere die Systemwettbewerber in den Umlandkommunen Eschweiler, Geilenkirchen, Herzogenrath, Jülich, Würselen und Aachen betroffen sein dürften. Von den ermittelten Umverteilungswirkungen entfallen ca. 3,5 – 3,6 Mio. € auf das Kernsortiment Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf und rd. 0,4 Mio. € auf zentrenrelevante Randsortimente sowie 0,8 Mio. € auf nicht-zentrenrelevante Randsortimente.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass mit der Realisierung des Vorhabens und Standort am Rosenkränzchen etwa 4,3 Mio. € innerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes wettbewerbswirksam werden. Der Großteil des ermittelten Umsatzes geht zu Lasten von Betrieben außerhalb des

Einzugsgebietes, sodass eine deutliche Erhöhung der Kaufkraftzuflüsse (Rückholung bisher aus dem Marktgebiet abgeflossene Kaufkraft) angenommen werden kann. Derzeit weist das Einzugsgebiet im Bau- und Heimwerkersegment nur eine mäßige Ausstattung auf, sodass zum aktuellen Zeitpunkt hohe Kaufkraftabflüsse an sonstige Wettbewerbsstandorte vorliegen.

Tabelle 10: Umsatzumverteilung toom-Baumarkt

Standortlage	Kernsortiment Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf (nicht zentrenrelevant)		Haus- und Heimtextilien (zentrenrelevant)		Haushaltswaren, GPK (zentrenrelevant)		Zoologischer Bedarf (nicht zentrenrelevant)		Leuchten und Zubehör (nicht zentrenrelevant)	
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
ZVB Hauptzentrum Alsdorf	< 0,1	6 – 7	< 0,1	9 – 10	0,1	7	< 0,1	9 – 10	< 0,1	15 – 16
sonstige Lagen Alsdorf	1,4	22	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	0,3	50	n. a.	n. a.
Kerneinzugsgebiet	1,4 - 1,5		0,1		0,1 - 0,2		0,3 - 0,4		< 0,1	
ZVB Hauptzentrum Baesweiler	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.
ZVB Nebenzentrum Sitterich	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.
sonstige Lagen Baesweiler	0,4	9	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.
Aldenhoven, Stadt	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.
Übach-Palenberg, Stadt	0,9	11 – 12	n. a.	n. a.	n. a.	n. a.	0,4	31 – 32	0,2	15 – 16
Überörtliches Einzugsgebiet	1,3		0,1		0,1 - 0,2		0,4 - 0,5		0,2 - 0,3	
Gesamt Einzugsgebiet	2,7 - 2,8		0,1 - 0,2		0,3 - 0,4		0,7 - 0,8		0,3 - 0,4	
Gesamt außerhalb	3,5 - 3,6		0,3		0,1		0,4		0,4	
Insgesamt	6,3 – 6,4		0,4 – 0,5		0,4		1,1 – 1,2		0,7 – 0,8	

n. a. = unterhalb einer gutachterlichen Nachweisschwelle / keine Umsatzumverteilungswirkungen

ZVB = zentraler Versorgungsbereich im Sinne des BauGB

GMA-Berechnung 2017

2.3 Bewertung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen (toom-Baumarkt)

Im Folgenden werden die durch das Vorhaben hervorgerufenen Umsatzumverteilungen, welche sich durch die in Alsdorf erwirtschafteten Einzelhandelsumsätze am Vorhabenstandort ergeben, hinsichtlich der möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen bewertet:

Das Sortiment des toom-Baumarktes kann als überwiegend nicht zentrenrelevant eingestuft werden; der Verkaufsflächenanteil der zentrenrelevanten Randsortimente des Marktes wird sich auf eine Größenordnung von maximal 10 % belaufen; der Großteil der Verkaufsfläche wird folglich von den nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten Bau- und Heimwerkerbedarf und Gartenbedarf sowie von nicht zentrenrelevanten Randsortimenten (zoologischer Bedarf, Leuchten und Zubehör) eingenommen.

Im Allgemeinen kann daher davon ausgegangen werden, dass von den durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungswirkungen in erster Linie sog. Systemwettbewerber, d. h. andere Bau- und Gartenmärkte betroffen sein werden. Die diesbezüglichen Betriebe bzw. Sortimente sind nicht innenstadtprägend, sodass aus städtebaulicher Sicht keine Schutzwürdigkeit im Sinne des Bau- und Planungsrechtes besteht.

Für die Wiederansiedlung des toom-Baumarktes sind folgende Auswirkungen **in Alsdorf** zu erwarten:

- Bei den Anbietern innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches **Hauptzentrum Alsdorf** werden Umverteilungswirkungen gegenüber dem Kernsortimenten (Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf) i. H. von insgesamt rd. 6 – 7 % bzw. < 0,1 Mio. € erwartet. Bei den zentrenrelevanten Randsortimenten werden die Umsatzumverteilungen in den Warengruppen Haus- und Heimtextilien bei ca. 9 – 10 % bzw. < 0,1 Mio. € sowie bei Haushaltswaren, GPK bei ca. 7 % bzw. 0,1 Mio. € liegen. Bei den nicht-zentrenrelevanten Randsortimenten können Umsatzumverteilungen in den Warengruppen zoologischer Bedarf (ca. 9 – 10 % bzw. < 0,1 Mio. €) sowie Leuchten und Zubehör (ca. 15 – 16 bzw. < 0,1 Mio. €) ermittelt werden. In den übrigen untersuchungsrelevanten Warengruppen liegen mögliche Auswirkungen unterhalb einer gutachterlich rechnerischen Nachweisgrenze. Da die Umsatzumverteilungen je Sortiment gesehen in absolut geringen Größenordnungen liegen und sich auf mehrere Betriebe und Sortimente in der Alsdorfer Innenstadt verteilen, sind nachhaltige einzelbetriebliche Schwächungen nicht zu erwarten. Damit sind negative städtebauliche Auswirkungen innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Hauptzentrum Alsdorf in Folge der Realisierung des Planvorhabens nicht zu erwarten.

- / Die größten Angebotsüberschneidungen erfolgen innerhalb der Stadt Alsdorf gegenüber den Wettbewerbern an dezentralen Standorten. Im Kernsortiment Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf werden ca. 1,4 Mio. € (ca. 22 %) und beim zoologischen Bedarf ca. 0,3 Mio. € (ca. 50 %) wettbewerbswirksam. Dabei richten sich die stärksten Wettbewerbswirkungen gegenüber dem Mobau-Baumarkt, dem Werkzeughandel Becker sowie der Fressnapf-Filiale. Trotz der Leistungsfähigkeit der Anbieter sind hieraus Betriebsschwächungen der jeweiligen Wettbewerber abzuleiten. Selbst bei einem Marktaustritt eines dieser Anbieter würde die Versorgung der Bevölkerung jedoch nicht wesentlich beeinträchtigt werden, da sich der geplante toom-Baumarkt an einem bereits etablierten Einzelhandelsstandort befindet, der gut erreichbar ist.

Im **überörtlichen Einzugsgebiet** sind hinsichtlich möglicher Auswirkungen folgende Punkte festhalten:

- / Die zentralen Versorgungsbereiche in **Baesweiler (Hauptzentrum Baesweiler und Nebenzentrum Sitterich)** werden ausschließlich unterhalb einer gutachterlichen Nachweisschwelle von den Umsatzumverteilungseffekten betroffen sein.
- / Auf die sonstigen Lagen in der Stadt Baesweiler wird eine Umsatzumverteilung i. H. von 0,4 Mio. € (ca. 9 %) im Bereich Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf wettbewerbswirksam. Am stärksten betroffen sein dürften hiervon die beiden ansässigen Filialen eines Gartencenters, welche die Umsatzrückgänge in den entsprechenden Teilsortimenten (v. a. Gartenbedarf) kompensieren dürften.
- / Etwa 0,9 Mio. € (ca. 11 – 12 %) werden voraussichtlich gegenüber dem Wettbewerber Mobau in der Stadt **Übach-Palenberg** umverteilt. Vor dem Hintergrund der Größenordnung der Umverteilungswirkung sind wettbewerbliche Auswirkungen zu erwarten. Aufgrund der Standortnähe zu weiteren großflächigen Einzelhandelsbetrieben (real SB-Warenhauses, Thomas Philips-Sonderpostenmarktes, Home Market) wird der Mobau auch zukünftig von einer hohen Kundenfrequenz profitieren. Darüber hinaus werden ca. 0,4 Mio. € (ca. 31 – 32 %) im Bereich zoologischer Bedarf sowie ca. 0,2 Mio. € (ca. 15 – 16 %) im Sortiment Leuchten und Zubehör wettbewerbswirksam. Diese Umsatzumverteilungswirkungen beziehen sich v. a. auf die ansässige Fressnapf-Filiale sowie auf die Randsortimente der Lebensmittelmärkte und des real SB-Warenhauses, des Thomas Philips-Sonderpostenmarktes, des Home Market sowie des Mobau-Baumarktes. Eine betriebswirtschaftliche Gefährdung der Fressnapf-Filiale kann zwar nicht in Gänze ausgeschlossen werden, jedoch wird dadurch die Versorgung im Tierfuttersegment in Übach-Palenberg grundsätzlich nicht gefährdet, da – wie dargestellt – weitere Anbieter dieses Sortiment führen und somit die Versorgung sicherstellen.

Die ermittelten Umverteilungswirkungen i. H. von ca. 4,7 – 4,8 Mio. €, welche **außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes** wirksam werden, verteilen sich auf mehrere leistungsfähige Wettbewerbsstandorte in der Region. Diese werden zwar Umsatzrückgänge zu verzeichnen haben, nennenswerte Auswirkungen i. S. von städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Beeinträchtigungen gegenüber einzelnen Anbietern sind daraus aber nicht abzuleiten. Bei den betroffenen Betrieben außerhalb des Einzugsgebietes handelt es sich im Wesentlichen um Systemwettbewerber des Planvorhabens, die an dezentralen Standorten gelegen sind.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die geplante Ansiedlung des toom-Baumarktes unter städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten insgesamt als verträglich einzustufen ist. Die zu erwartenden Umsatzumverteilungswirkungen konzentrieren sich v. a. auf Wettbewerbsstandorte an dezentralen Einzelhandelsstandorten, sodass keine städtebaulich schützenswerten Belange im Sinne des Baugesetzes betroffen sein werden. Von den zentrenrelevanten Randsortimenten gehen ebenfalls keine städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Beeinträchtigungen auf zentrale Versorgungsbereiche aus.

3. Untersuchung Rewe-Center

Wie bereits in Kapitel III., 4. beschrieben wird die Umstrukturierung des Standortes zu einer Verkaufsflächenreduzierung des Rewe-Centers von aktuell ca. 4.970 m² auf dann max. 2.950 m² führen.

Die Verkaufsflächenreduzierung wird alle Sortimente betreffen, jedoch zu unterschiedlichen Anteilen. Die Flächenreduzierung im Bereich Nichtlebensmittel wird rd. 75 %, bei Drogeriewaren ca. 30 % und bei Nahrungs- und Genussmitteln ca. 30 % betragen.

Für das umstrukturierte Rewe-Center mit ca. 2.950 m² VK ergibt sich ein Gesamtumsatz von ca. 14,8 Mio. €, davon ca. 12,8 Mio. € im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und ca. 2,0 Mio. € im Bereich Nichtlebensmittel. Hieraus lässt sich eine Flächenproduktivität von rd. 5.000 € / m² errechnen. Gemessen an den betriebstypischen Flächenleistungen für Rewe bildet dieser Wert angesichts der Standortkombination mit dem geplanten toom-Baumarkt sowie den sonstigen wettbewerblichen Strukturen im Einzugsgebiet einen realistischen worst-case-Ansatz ab.

Tabelle 11: Marktanteile und Umsätze des umstrukturierten Rewe-Centers (max. 2.950 m² VK)

Umsatzkomponente	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz in Mio. €
Kerneinzugsgebiet (Alsdorf)	83,7	9 – 10	8,3
Überörtliches Einzugsgebiet (Baesweiler)	51,9	5	2,6
Streuumsatz (ca. 15 %)			1,9
Umsatz mit Nahrungs- und Genussmitteln (Food)			12,8
Umsatz mit Nichtlebensmittel-Sortimenten			2,0
Insgesamt			14,8

GMA-Berechnung 2017 (ca.-Werte gerundet)

Da es sich bei dem Vorhaben jedoch nicht um eine Neuansiedlung, sondern um die Umstrukturierung eines bereits langjährig am Standort Am Rosenkränzchen ansässigen Lebensmittelmarktes handelt, ist bei der weiteren Bewertung möglicher Umsatzumverteilungseffekte die reduzierte Verkaufsfläche zugrunde zu legen.

Gleichwohl ist unter einem „worst-case“ anzunehmen, dass das umstrukturierte Rewe-Center in Standortkombination mit dem geplanten toom-Baumarkt trotz einer Verkaufsflächenreduzierung von 1.040 m² seinen Umsatz im Bereich Nahrungs- und Genussmittel leicht steigern kann. Für das jetzige Rewe-Center wird eine Gesamtumsatz von ca. 16,1 Mio. €, davon rd. 12,0 Mio. € bei Nahrungs- und Genussmittel angenommen. Bei ca. 4.970 m² Verkaufsfläche entspricht dies einer Flächenproduktivität von ca. 3.240 € / m², was als unterdurchschnittlich bewertet werden kann.

Stellt man den aktuellen und prognostizierten Umsatz gegenüber, so ergibt sich **lediglich im Bereich Nahrungs- und Genussmittel eine modellhafte Umsatzsteigerung** von ca. 0,8 Mio. €. Sowohl für Drogeriewaren als auch für die sonstigen Nichtlebensmittel ist ein Rückgang des Umsatzes zu erwarten.

Tabelle 12: Verkaufsflächen- und Umsatzentwicklung Rewe-Center

Sortiment	Verkaufsfläche in m ²				Umsatz		
	Bestand	Planung	Veränderung		Bestand	Planung	Differenz
			abs.	in %			
Nahrungs- und Genussmittel (nahversorgungsrelevant)	3.430	2.390	-1.040	-30,3	12,0	12,8	+ 0,8
Drogeriewaren (nahversorgungsrelevant)	380	265	-115	-30,3	1,5	1,3	- 0,2
Sonstige Nichtlebensmittel (zentrenrelevant)	1.160	295	-865	-74,6	2,6	0,7	- 1,9
Gesamt	4.970	2.950	- 2.020	- 31	16,1	14,8	- 1,3

GMA-Berechnung 2017 (ca.-Werte gerundet)

3.1 Kaufkraftbewegungen und Umverteilungseffekte Rewe-Center

Wie in Kapitel VI., 1.1 beschrieben, gehen mit der Neuansiedlung bzw. Umstrukturierung eines Einzelhandelsobjektes i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse in bestehenden Einzelhandel einher. Insgesamt resultieren aus der Umstrukturierung des Rewe-Centers am Standort Am Rosenkränzchen folgende Kaufkraftbewegungen (vgl. Tabelle 13):

Tabelle 13: Umsatzumverteilung Nahrungs- und Genussmittel des umstrukturierten Rewe-Centers

Standortlage	Nahrungs- und Genussmittel	
	in Mio. €	in %
ZVB Hauptzentrum Alsdorf	0,4	1 – 2
ZVB Nahversorgungszentrum Mariadorf	0,1	< 1
ZVB Nahversorgungszentrum Blumenrather Straße	< 0,1	1 – 2
sonstige Lagen Alsdorf	< 0,1	< 1
Alsdorf gesamt	0,6	< 1
ZVB Hauptzentrum Baesweiler	0,1	< 1
ZVB Nebenzentrum Sitterich	0,1	1 – 2
sonstige Lagen Baesweiler	< 0,1	< 1
Baesweiler gesamt	0,2	< 1
Nahrungs- und Genussmittel insgesamt	0,8	

GMA-Berechnung 2017 (ca.-Werte gerundet)

3.2 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen (Rewe-Center)

Die durch die Umstrukturierung des Rewe-Centers zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte bei Nahrungs- und Genussmitteln sind hinsichtlich der möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen wie folgt zu bewerten:

- / Im zentralen Versorgungsbereich **Hauptzentrum Alsdorf** werden ca. 0,4 Mio. € (ca. 1 – 2 %) wettbewerbswirksam. Als Hauptwettbewerber wird hier v. a. die ansässige Kaufland-Filiale betroffen sein. Aufgrund der geringen Höhe der Umsatzumverteilung ist im zentralen Versorgungsbereich weder mit städtebaulichen noch mit versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu rechnen.
- / Die Umverteilung gegenüber dem zentralen Versorgungsbereich **Nahversorgungszentrum Mariadorf** in Alsdorf liegt bei ca. 0,1 Mio. € und entspricht einer Umsatzumverteilungsquote von < 1 %. Die Hauptwettbewerber in diesem Bereich sind Edeka, Rewe, Aldi Süd und Lidl. Die Auswirkungen werden sich hier auf einzelbetriebliche Ebene in einer absolut so geringen Größenordnung bewegen, dass städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Beeinträchtigungen auszuschließen sind.

- Im Nahversorgungszentrum **Blumenrather Straße** werden < 0,1 Mio. € (ca. 1 – 2 %) wettbewerbswirksam. Als einziger relevanter Anbieter ist hier ein Netto Lebensmittel-discounter ansässig. Die Höhe der Umsatzumverteilung lässt jedoch keine Betriebs-schließung und damit auch keine städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Aus-wirkungen erwarten.
- Auf die **sonstigen Versorgungsstandorte** im Stadtgebiet von Alsdorf entfällt eine Um-satzumverteilung von < 0,1 Mio. €. Aufgrund der geringen Höhe der Umsatzumverteil-ung sind langfristige negative Auswirkungen auszuschließen.
- In der Nachbarstadt **Baesweiler** werden ca. 0,2 Mio. € wettbewerbswirksam. Davon werden weder die zentralen Versorgungsbereiche Hauptzentrum Baesweiler und Ne-benzentrum Sitterich noch die in den sonstigen Lagen befindlichen Lebensmittelbe-triebe nachhaltig geschwächt.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass mit der geplanten Umstrukturierung des Rewe-Centers am Standort Am Rosenkränzchen in Alsdorf keine Betriebsschließungen oder nachhaltigen Be-triebsschwächungen einhergehen werden. Somit können sowohl städtebauliche als auch versor-gungsstrukturelle Folgewirkungen der geplanten Umstrukturierung ausgeschlossen werden; auch die untersuchten zentralen Versorgungsbereiche in Alsdorf und Baesweiler werden durch das Vorhaben nicht in ihrer Funktions- oder Entwicklungsfähigkeit gefährdet.

4. Vereinbarkeit mit den Vorgaben der Raumordnung und Landesplanung

Zur Bewertung der raumordnerischen bzw. der landesplanerischen Zulässigkeit des Vorhabens sind die Regelungen bzw. Prüfkriterien des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) vom 25. Januar 2017 heranzuziehen.

Da es sich bei dem Vorhaben um eine Umstrukturierung eines bereits mit Einzelhandel be-legten Standortes handelt, ist laut juristischer Einschätzung²⁵ hinsichtlich der landesplaneri-schen Vorgaben nur Ziel 6.5-7 heranzuziehen. Demnach besteht für den Standort Am Rosen-kränzchen ein baurechtlicher Bestandsschutz. Durch die Umstrukturierung wird die genehm-igte Verkaufsfläche in Höhe von 11.125 m² nicht überschritten. Des Weiteren wird durch die Verkleinerung des Rewe-Centers der Verkaufsflächenanteil an zentrenrelevanten Sorti-menten reduziert. Diese werden durch nicht-zentrenrelevante Sortimente im toom-Bau-markt ersetzt.

²⁵ Juristische Einschätzung durch die Kanzlei Lenz und Johlen, Dr. Christian Giesecke, Köln

5. Vereinbarkeit mit den Kriterien zur Prüfung und Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben des städtereionalen 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 Planvorhaben ist im Hinblick auf die Prüfkriterien zur Entscheidung bzw. Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben wie folgt zu beurteilen:

- /// Die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit **nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten** (Bau-, Heimwerker- und Gartenmarkt) sollen ausschließlich in den gemäß Regionalplan festgesetzten „Allgemeinen Siedlungsbereichen – ASB“ erfolgen. Da sich der Vorhabenstandort in einem allgemeinen Freiraum- und Agrarbereich befindet, wird diesem Prüfkriterium derzeit nicht entsprochen. Laut Aussage der Stadt Alsdorf soll im Zuge der Neuaufstellung des Regionalplans eine Anpassung als Allgemeiner Siedlungsbereich erfolgen.
- /// Darüber hinaus legen die Prüfkriterien fest, dass der **Anteil zentrenrelevanter Randsortimente bei nicht-zentrenrelevanten Vorhaben** auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche beschränkt werden (Obergrenze für einzelne Hauptwarengruppen 800 m²). Dieses Prüfkriterium wird durch den projektierten toom-Baumarkt eingehalten. Darüber hinaus wird die Umsatzleistung des Marktes die Kaufkraft im Stadtgebiet im Kernsortiment Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf nicht übersteigen.
- /// Bezüglich der **nahversorgungsrelevanten Sortimente** ist darauf hinzuweisen, dass die Planung eine Verkleinerung der Verkaufsfläche vorsieht. Der Anteil an **zentrenrelevanten Randsortimenten** im Rewe-Center wird ca. 10 % betragen.
- /// Insgesamt soll die Kombination von Rewe-Center und toom-Baumarkt auch zukünftig die bisher genehmigte Verkaufsflächengröße von insgesamt rd. 11.125 m² nicht überschreiten. Nach juristischer Einschätzung genießt der Standort im Sinne von Ziel 6.5-7 LEP NRW **Bestandsschutz**.

6. Vereinbarkeit mit den Zielen des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Alsdorf

- /// Gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Alsdorf aus dem Jahr 2008 wird der Standort Am Rosenkränzchen als wichtiger Träger der Nahversorgung definiert, diesem fehlt jedoch ein Zentren- bzw. Wohngebietsbezug im 700 m-Radius. Die Verkaufsflächenreduzierung des Rewe-Centers entspricht damit den Zielen des Einzelhandelskonzeptes.

- Der Standort ist als Ergänzungsstandort für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel eingestuft. Zum Zeitpunkt der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes im Jahr 2008 bzw. bei der Teilfortschreibung im Jahr 2012 waren am Standort Rosenkränzchen noch ein toom-Baumarkt sowie ein SB-Warenhaus und ein Elektromarkt ansässig.
- Im Einzelhandelskonzept der Stadt Alsdorf wird zudem festgelegt, dass vorhandene Betriebe grundsätzlich Bestandsschutz genießen. Bei der aktuellen Planung wird zudem die Verkaufsfläche der zentrenrelevanten Sortimente stark reduziert. Somit steht das aktuelle Vorhaben im Einklang mit dem Einzelhandelskonzept für die Stadt Alsdorf, wonach der Standort langfristig als Ergänzungsstandort für den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel gesichert werden soll.

7. Fazit

Zusammenfassend ist die geplante Wiederansiedlung des toom-Baumarktes am Standort Am Rosenkränzchen in Alsdorf sowohl raumordnerisch, städtebaulich als auch versorgungsstrukturell als verträglich zu bewerten. Die Umsetzung der Projektplanung wird zwar zu einer Intensivierung des Wettbewerbs in den betrachteten Sortimenten führen, ohne dass dadurch jedoch zentrale Lagen oder entsprechende Versorgungsstrukturen in der Stadt Alsdorf oder den Nachbarkommunen Aldenhoven, Baesweiler und Übach-Palenberg beeinträchtigt werden.

Auch die geplante Umstrukturierung des Rewe-Centers, welche eine Verkaufsflächenreduzierung nach sich zieht, wird weder auf die zentralen Versorgungsbereiche in den Städten Alsdorf und Baesweiler noch auf sonstige Lagen raumordnerische, städtebauliche als auch versorgungsstrukturelle Auswirkungen haben.

Verzeichnisse

	Seite
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Prüfverfahren für Vorhaben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten	11
Abbildung 2: Prüfverfahren für Vorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten	11
Abbildung 3: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2007 – 2016	19
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage und zentralörtliche Struktur	14
Karte 2: Mikrostandort Am Rosenkränzchen	17
Karte 3: Einzugsgebiet und Hauptwettbewerber des geplanten toom-Baumarktes	29
Karte 4: Einzugsgebiet und Hauptwettbewerber Rewe-Center	31
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Einwohnerverteilung in der Stadt Alsdorf	12
Tabelle 2: Gegenüberstellung von Bestands- und Planungssituation des Rewe-Centers, Am Rosenkränzchen	21
Tabelle 3: Sortimentsstruktur des geplanten toom-Baumarktes in Alsdorf	22
Tabelle 4: Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet des geplanten toom-Baumarktes	25
Tabelle 5: Hauptwettbewerber des geplanten toom-Baumarktes im Untersuchungsraum	28
Tabelle 6: Hauptwettbewerber des Rewe-Centers	30
Tabelle 7: Verkaufsflächen und Umsätze der Wettbewerber in den Einzugsgebieten	34
Tabelle 8: Projektdaten des geplanten toom-Baumarktes in Alsdorf	37
Tabelle 9: Marktanteile und Umsätze des geplanten toom-Baumarktes (untersuchungsrelevante Sortimente)	38
Tabelle 10: Umsatzumverteilung toom-Baumarkt	41
Tabelle 11: Marktanteile und Umsätze des umstrukturierten Rewe-Centers (max. 2.950 m ² VK)	45
Tabelle 12: Verkaufsflächen- und Umsatzentwicklung Rewe-Center	45
Tabelle 13: Umsatzumverteilung Nahrungs- und Genussmittel des umstrukturierten Rewe-Centers	46