



# Auswirkungsanalyse zur Verlagerung / Erweiterung eines Lidl Lebensmitteldiscounters sowie Rewe Lebensmittelvollsorti- menters in Nideggen

---

**Auftraggeber:** Stadt Nideggen

**Projektleitung:** Monika Kollmar,  
**-bearbeitung:** Niederlassungsleitung  
Isabel Stiebner, M. Sc. Geogr.

Köln, 19.03.2020 / **Ergänzung 10.12.2021**

## Urheberrecht

Vorliegendes Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sofern nicht anders mit dem Auftraggeber vereinbart, ist eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit darauf, immer die männliche und weibliche Schriftform zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleich-ermaßen angesprochen.



### **Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH**

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Siegburger Straße 215  
50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl, **Oliver Matzek**

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

## Vorbemerkung

Die Stadt Nideggen erteilte der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse zur Bewertung der Verlagerung / Erweiterung zweier Lebensmittelmärkte in Nideggen. Es handelt sich zum einen um den Lebensmittelvollsortimenter Rewe, dessen Verkaufsfläche von derzeit rd. 2.280 m<sup>2</sup> auf 2.500 m<sup>2</sup> erweitert werden soll. Zum anderen soll die Verkaufsfläche des Lebensmitteldiscounters Lidl von derzeit rd. 950 auf 1.405 m<sup>2</sup> vergrößert werden.

Die GMA hat die entsprechende Auswirkungsanalyse im März 2020 vorgelegt. Zwischenzeitlich hat sich die Planung von Lidl hinsichtlich des Filialtyps geändert; statt wie bisher eine Filiale mit 1.463 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ist nunmehr eine Filiale mit 1.405 m<sup>2</sup> vorgesehen. Darüber hinaus sind im Rahmen des Beteiligungsverfahrens verschiedene Fragestellungen aufgekommen, auf die im Nachfolgenden eingegangen werden soll. Dabei handelt es sich überwiegend um Erläuterungen bzw. Präzisierungen hinsichtlich der Flächenleistungen bzw. Umsatzerwartungen für die projizierten Märkte sowie Erläuterungen zu Einzugsgebiet und zur überörtlichen Bedeutung der Planung. Die entsprechenden Ergänzungen zum Gutachten vom März 2020 sind im nachfolgenden Text farblich hinterlegt; eine Aktualisierung der Daten auf Angebots- und Nachfrageseite sowie eine Neuberechnung der Wirkungen erfolgte nicht.

Für die Bearbeitung der Untersuchung standen der GMA neben Angaben des Auftraggebers eigene Grundlagenzahlen, Daten der Stadt Nideggen, des Statistischen Bundesamtes, der Bundesagentur für Arbeit sowie des Landesbetriebes für Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW) zur Verfügung. Im Dezember 2019 erfolgten des Weiteren eine Standortbesichtigung sowie eine Erhebung der untersuchungsrelevanten Wettbewerbsbetriebe in Nideggen und Umland durch die GMA. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffern) zurückgegriffen.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Stadt Nideggen. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller sekundären Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

G M A  
Gesellschaft für Markt- und  
Absatzforschung mbH

Köln, 19. März 2020 / 10. Dezember 2021  
KO/SRI

<b>Inhaltsverzeichnis</b>	<b>Seite</b>
<b>I. Aufgabenstellung und planungsrechtlicher Rahmen</b>	<b>5</b>
1. Ausgangslage und Fragestellungen	5
2. Planungsrechtlicher Rahmen	6
2.1 Regelungen der Baunutzungsverordnung	6
2.2 Landesplanung	6
3. Definition und ausgewählte Marktdaten im Lebensmittelsegment	8
<b>II. Standortbeschreibung</b>	<b>11</b>
1. Makrostandort Nideggen	11
2. Mikrostandort Jülicher Straße	13
<b>III. Nachfragesituation</b>	<b>16</b>
1. Einzugsgebiet und Bevölkerung	16
2. Projektrelevante Kaufkraft	19
<b>IV. Angebotssituation</b>	<b>20</b>
1. Wettbewerbssituation innerhalb des Einzugsgebietes	20
2. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes	21
<b>V. Auswirkungsanalyse</b>	<b>23</b>
1. Methodischer Ansatz	23
2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft	23
3. Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen	25
4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen	27
5. Raumordnerische Bewertung des Vorhabens	28
<b>VI. Zusammenfassung</b>	<b>31</b>
Verzeichnisse	33

## I. Aufgabenstellung und planungsrechtlicher Rahmen

### 1. Ausgangslage und Fragestellungen

In der Stadt Nideggen, konkret im Kernort Nideggen, befinden sich an der Straße am Eisernen Kreuz ein Rewe Lebensmittelvollsortimenter sowie am Thumer Weg ein Lidl Lebensmitteldiscounter. Nach Angaben des Auftraggebers soll sowohl der Rewe Supermarkt als auch der Lidl Lebensmitteldiscounter auf eine nordöstlich angrenzende Fläche an der Jülicher Straße verlagert werden, welche derzeit landwirtschaftlich genutzt ist. Im Rahmen der Verlagerung ist geplant, den Rewe-Markt von aktuell rd. 2.280 m<sup>2</sup> auf 2.500 m<sup>2</sup> und die Lidl-Filiale von derzeit 950 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf 1.405 m<sup>2</sup> zu erweitern.<sup>1</sup>

Für das Vorhaben ist ein Bebauungsplan für ein Sondergebiet (SO) aufzustellen. Im Rahmen der Untersuchung sind die potenziellen Auswirkungen auf Basis von § 11 Abs. 3 BauNVO in Verbindung mit den entsprechenden Regelungen der Landesplanung in Nordrhein-Westfalen zu prüfen.

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage werden mit der vorliegenden Auswirkungsanalyse folgende Aspekte behandelt:

- /// Darstellung des Planvorhabens
- /// Darstellung des planungsrechtlichen Rahmens
- /// Darstellung und Bewertung des Makrostandortes Nideggen und des Mikrostandortes Jülicher Straße
- /// Abgrenzung des Einzugsgebietes und Ermittlung des Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials
- /// Darstellung der Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet sowie in den Nachbarkommunen
- /// Ermittlung der Umsatzerwartung und des durch die Verlagerung / Erweiterung zu erwartenden zusätzlichen Umsatzes
- /// Darstellung der möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet bzw. im näheren Umfeld des Standortes
- /// Vereinbarkeit mit den landesplanerischen Vorgaben (LEP NRW)

<sup>1</sup> Nach Angaben des Projektentwicklers sind Rewe und Lidl Eigentümer der jeweiligen Bestandsstandorte und können daher gewährleisten, dass die Altflächen der Märkte nicht mehr durch Lebensmitteleinzelhandel nachgenutzt werden. Nach aktuellem Stand (Dezember 2021) soll der Standort Lidl durch gewerbliche Nutzungen (kein Einzelhandel) und der Standort Rewe durch nicht zentrenrelevanten Einzelhandel nachgenutzt werden. Entsprechend wurde im vorliegenden Gutachten eine reine Verlagerung beider Märkte geprüft.

## 2. Planungsrechtlicher Rahmen

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die städtebauliche Entwicklung und Ordnung bei der Planung von Einzelhandelsgroßprojekten stellen das Baugesetzbuch (BauGB) sowie die Baunutzungsverordnung (BauNVO) dar.

### 2.1 Regelungen der Baunutzungsverordnung

Der § 11 Abs. 3 BauNVO führt in der Fassung von 2017 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 m<sup>2</sup> überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m<sup>2</sup> 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.“

### 2.2 Landesplanung

Der Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) trat am 08. Februar 2017 in Kraft. Er legt folgende Ziele und Grundsätze zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels fest:

#### „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 m<sup>2</sup> 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 Ansiedlungen 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 Ansiedlung bestehender Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche entgegenzuwirken. Darüber hinaus haben sie dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Ansiedlung 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.“

### **3. Definition und ausgewählte Marktdaten im Lebensmittelsegment**

Als **Verkaufsfläche** eines Handelsbetriebes wird in diesem Bericht die Fläche definiert, auf der der Verkauf abgewickelt wird und die dem Kunden zugänglich ist. Hierzu gehören zum einen die tatsächlich mit Waren belegten Flächen (= Nettoverkaufsfläche) im Inneren und im Außenbereich des Gebäudes, zum anderen die hierfür erforderlichen Verkehrs- und Funktionsflächen, also Gangflächen, Thekenbereiche, Kassenzone, Kassenvorzone (inkl. Bereiche zum Einpacken der

Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Leergutautomaten und Windfang.<sup>2</sup> Ausgenommen sind Läger, Sozialräume, Kunden-WC und Parkierungsflächen, soweit diese als solche genutzt werden.

Im Einzelhandel werden verschiedene Betriebstypen unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die Differenzierung nach Betriebstypen wird dabei neben der Verkaufsfläche v. a. auch die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

Die Definitionen für Betriebstypen liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Die Definition, auf die in vorliegender Untersuchung zurückgegriffen wird, ist die des EHI Retail Institute, welche im Einzelnen folgende Definitionen beinhaltet:<sup>3</sup>

**Supermarkt:**

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel<sup>4</sup> führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.

**Großer Supermarkt:**

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel<sup>5</sup> führt.

**SB-Warenhaus:**

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood-II-Angebot führt.

**Discounter:**

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m<sup>2</sup>, das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood-I-Sortimente sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.

**LEH-Fachgeschäft:**

Ein LEH-Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft, das auf eine Warengruppe spezialisiert ist und ein tiefes Sortiment führt. Dazu zählen u. a. Spezialitäten-Fachgeschäfte, Getränkeabholmärkte, Obst- und Gemüse-, Süßwarenläden sowie handwerklich orientierte Einzelhandelsgeschäfte wie Feinkostgeschäfte, Bäckereien und Fleischereien.

**Convenience Store:**

Ein Convenience Store ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche unter 400 m<sup>2</sup>, das ein begrenztes Sortiment aus den Warenbereichen Tabakwaren, Süßwaren,

<sup>2</sup> Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2019, S. 397.

<sup>3</sup> Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2019, Seite 399.

<sup>4</sup> Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

<sup>5</sup> Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte bietet. Ein Convenience Store zeichnet sich durch seine bequeme Erreichbarkeit und übliche Sonntagsöffnung aus. Zu den Convenience Stores gehören Kioske und Tankstellenshops.

### Kleines Lebensmittelgeschäft:

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood-I-Sortiment führt.

Die Betriebstypen unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentsstruktur. Dies wird v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich. Während ein Supermarkt im Mittel ca. 11.830 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt gut das Doppelte an Produkten an. Lebensmitteldiscounter halten dagegen im Schnitt lediglich rd. 2.300 Artikel vor (vgl. Tabelle 1). Bei allen drei Betriebstypen liegt das Schwergewicht auf Waren des kurzfristigen Bedarfs. Auch wenn beim Lebensmitteldiscounter ca. 23 – 24 % der Artikel dem Nonfoodbereich zuzuordnen sind (davon ca. 11 – 12 % dem Nonfood I bzw. 12 % dem Nonfood II Sortiment), liegt der Umsatzschwerpunkt doch eindeutig im Food-Bereich (ca. 75 – 80 %).<sup>6</sup> Der durchschnittliche Umsatzanteil für das Nonfood II-Sortiment liegt nur bei 7,6 % für den Betriebstyp Lebensmitteldiscounter.<sup>7</sup>

Weiterhin kann festgehalten werden, dass Lebensmitteldiscounter die Zielgruppenansprache in erster Linie über das Preisargument vornehmen und über ein eingeschränktes Sortiment verfügen, aber zunehmend auch der Grundversorgung dienen. Sie weisen im Durchschnitt eine Fläche von knapp 750 m<sup>2</sup> auf, wobei bei Neuansiedlungen mittlerweile Verkaufsflächengrößen von z. T. deutlich über 1.000 m<sup>2</sup> angestrebt werden. Zudem wird versucht, bestehende kleinflächige Filialen zu erweitern oder auf größere Grundstücke zu verlagern.

**Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten**

Hauptwarengruppen	Discountmarkt (Ø 780 m <sup>2</sup> VK)		Supermarkt (Ø 1.028 m <sup>2</sup> VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.380 m <sup>2</sup> VK)	
	Durchschnittliche Artikelanzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Nahrungs- und Genussmittel	1.755	76 – 77	8.995	76	15.730	63
Nonfood I	265	11 – 12	2.030	17	4.825	19
Nonfood II	275	12	805	7	4.450	18
Nonfood insgesamt	540	23 – 24	2.835	24	9.275	37
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>2.295</b>	<b>100</b>	<b>11.830</b>	<b>100</b>	<b>25.005</b>	<b>100</b>

Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2018

<sup>6</sup> Der Umsatzanteil von Lebensmittelvollsortimentern im Lebensmittelbereich liegt je nach Anbieter bei ca. 85 – 90 %.

<sup>7</sup> Quelle: EHI handelsdaten online.

## II. Standortbeschreibung

### 1. Makrostandort Nideggen

Die im südlichen Bereich des Kreises Düren gelegene Stadt Nideggen nimmt die zentralörtliche Funktion eines Grundzentrums wahr (vgl. Karte 1). Die Stadt grenzt im Norden an die Gemeinden Kreuzau und Vettweiß, im Osten an die Stadt Zülpich, im Süden an die Stadt Heimbach und im Westen an die Gemeinden Simmerath und Hürtgenwald (alle Grundzentren).

Insgesamt umfasst die Stadt Nideggen **neun Ortsteile**, in denen aktuell rd. 10.290 Einwohner in Nideggen leben. Einwohnerschwerpunkte sind der Kernort (ca. 3.160 Einwohner) und den Ortsteil Schmidt (ca. 3.000 Einwohner)<sup>8</sup>. Alle anderen Ortsteile weisen deutlich weniger als 1.000 Einwohner auf. Im Zeitraum von 2011 – 2018 ist die Bevölkerung der Stadt Nideggen geringfügig angestiegen (rd. + 1,1 %).<sup>9</sup> Bis zum **Jahr 2025** ist nach Berechnungen des Landesbetriebs NRW.IT jedoch von einem Bevölkerungsrückgang um ca. 5 % auszugehen<sup>10</sup>.

Die Zahl der **sozialversicherungspflichtig Beschäftigten** am Arbeitsort betrug 2018 in Nideggen ca. 1.420 Personen. Die Zahl der Auspendler überstieg die der Einpendler deutlich (ca. 880 Einpendler stehen 3.150 Auspendlern gegenüber)<sup>11</sup>, was verdeutlicht, dass die Stadt insbesondere als **Wohnstandort** geschätzt wird. Im September 2019 lag die Arbeitslosenquote im Kreis Düren bei ca. 7,8 % und damit über dem Landesdurchschnitt von Nordrhein-Westfalen (ca. 6,6 %)<sup>12</sup>.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** der Stadt Nideggen wird im Wesentlichen durch Landstraßen gewährleistet. So durchqueren die L 33, die L 11, die L 249 und die L 246 als Hauptverkehrsachsen das Stadtgebiet. Die nächstgelegenen Bundesstraßen (B 399, B 265 und B 56) sind ca. 5 - 10 Kilometer entfernt und dienen als Verbindungsachsen zum Netz der Bundesautobahnen. Die Autobahnen A 1 und A 61 (Anschlussstelle: Euskirchen) befinden sich etwa 20 Kilometer in östlicher Richtung; die Bundesautobahn A 4 (Anschlussstelle: Düren) etwa 20 Kilometer in nördlicher Richtung. Ein unmittelbarer Autobahnanschluss besteht somit nicht. Im Bereich des ÖPNV besteht über die Haltepunkte Nideggen-Brück und Abenden ein Anschluss an das Regionalbahnnetz (RB 21 – Rurtalbahn), welches durch verschiedene Buslinien ergänzt wird, welche die Stadt mit dem Umland verbinden.

<sup>8</sup> Quelle: Stadt Nideggen, Stand: 31.12.2018; nur Hauptwohnsitze.

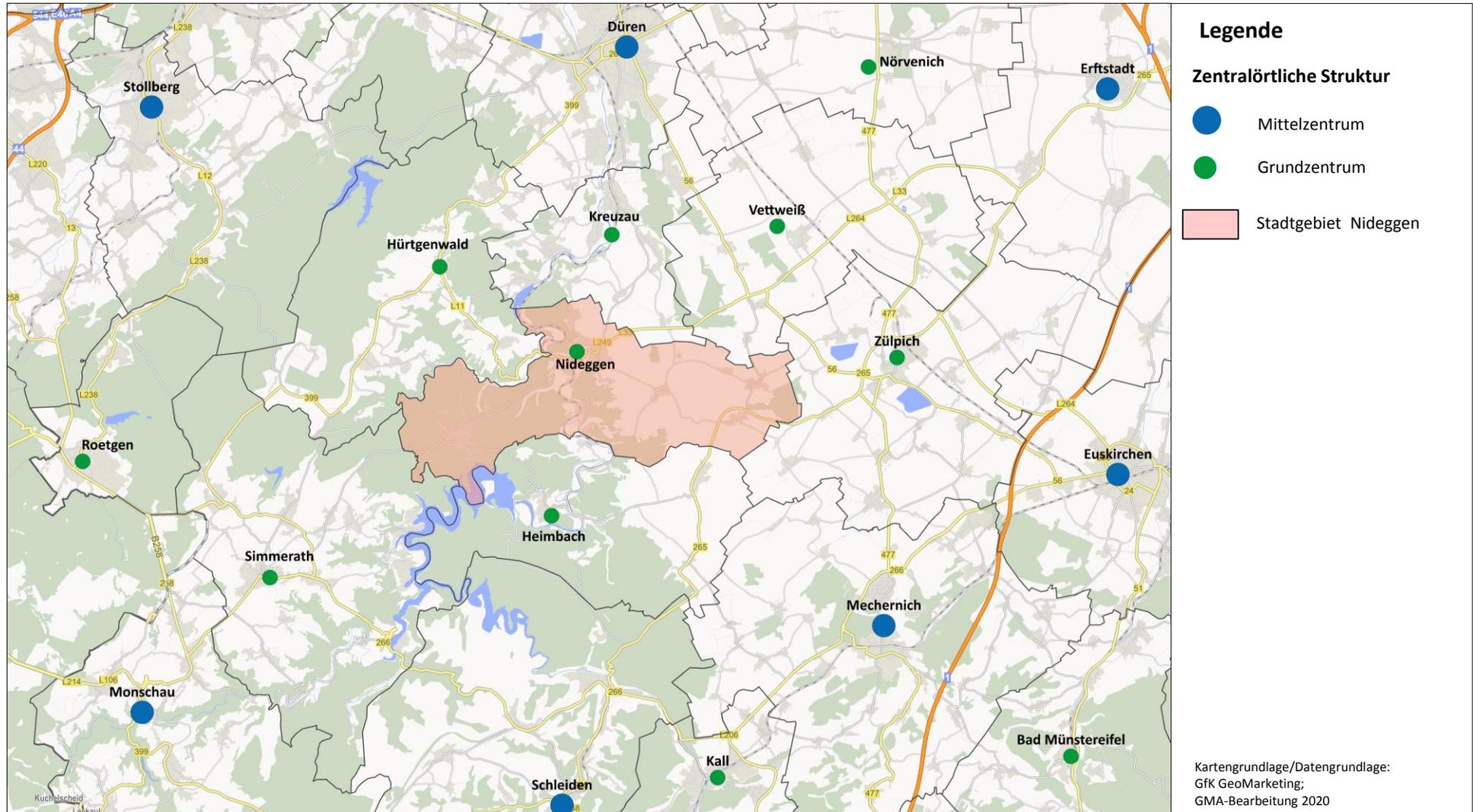
<sup>9</sup> Quelle: Stadt Nideggen, Stand jeweils 31.12.; nur Hauptwohnsitze

<sup>10</sup> Quelle: IT NRW Gemeindemodellrechnung, Basisjahr 2018, dargestellt 2018 – 2025.

<sup>11</sup> Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2018.

<sup>12</sup> Bundesagentur für Arbeit, Stand: Oktober 2019.

## Karte 1: Lage und zentralörtliche Struktur



## 2. Mikrostandort Jülicher Straße

Der Ortsteil Nideggen liegt im Norden des Stadtgebietes. Der Planstandort Jülicher Straße befindet sich am nördlichen Ortsrand von Nideggen und stellt sich derzeit als eine unbebaute Fläche dar, die landwirtschaftlich genutzt wird (vgl. Karte 2). Er liegt in unmittelbarer Nähe des derzeitigen Bestandsortes der zu erweiternden Lebensmittelmärkte Rewe und Lidl.

Nördlich und östlich des Planstandortes befinden sich landwirtschaftlich genutzte Flächen, welche bereits an die Nachbargemeinde Kreuzau grenzen. Südlich des Planareals verläuft die L 33, daran schließt sich ein Gewerbegebiet an. Dort sind unter anderem ein Gartencenter sowie diverse Dienstleistungsbetriebe ansässig. Des Weiteren ist hier am Thumer Weg die Bestandsfiliale des Lidl Lebensmitteldiscounters mit einem Standort in zweiter Reihe verortet. Südwestlich des Planstandortes, in ca. 100 m Entfernung, befindet sich der Bestandsstandort des Rewe Lebensmittelvollsortimenters an der Straße am Eisernen Kreuz. Dieser liegt mit dem Lebensmitteldiscounter Aldi-Süd, dem Sonderpostenmarkt Action, dem Drogeriefachmarkt dm, dem Zoofachmarkt Futterhaus und einem Bekleidungsgeschäft (Paris Mode) in einer Standortagglomeration in einer bereits in die Jahre gekommenen Immobilie. Hinzu kommen diverse Dienstleistungsanbieter (Imbiss, Reinigung, Fitnessstudio, Handy Reparatur). Im weiteren Verlauf der Straße am Eisernen Kreuz befindet sich im Wesentlichen Wohnbebauung. Westlich wird der Planstandort durch die L 249 begrenzt, im Anschluss daran folgen die nördlichen Wohnquartiere des Kernortes sowie landwirtschaftlich genutzte Flächen.

Die verkehrliche Erreichbarkeit des Planstandortes für den motorisierten Individualverkehr ist über die Jülicher Straße gegeben, die eine Verbindungsstraße zum Siedlungsgebiet der Stadt Nideggen darstellt, sowie über die L 249 und L 33. Für den Pkw-Verkehr ist am Planstandort eine Parkplatzanlage mit mindestens rd. 200 Stellplätzen geplant. Die nächst gelegene ÖPNV-Haltestelle ist zum einen die Bushaltestelle Nideggen Jülicher Straße (Haltestelle der Buslinie 210), welche sich etwa 550 m südwestlich des Planstandortes in Richtung Ortsmitte befindet. Zum anderen befindet sich rd. 400 m nördlich des Planstandortes die Bushaltestelle Nideggen, Gut Kirschbaum (Haltestelle der Buslinien 210). Aus den umliegenden Wohnquartieren ist der Standort zwar fußläufig über die Jülicher Straße zu erreichen, aufgrund der starken Topographie Nideggens handelt es sich dennoch - wie bereits bei den Bestandsstandorten - um einen überwiegend auto-kundenorientierten Standort. Die Sichtbarkeit der geplanten Marktgebäude von der L 33 ist aufgrund der angrenzenden landwirtschaftlichen Nutzflächen sehr gut.

**Foto 1: Grundstück des Planvorhabens in Blickrichtung Norden**



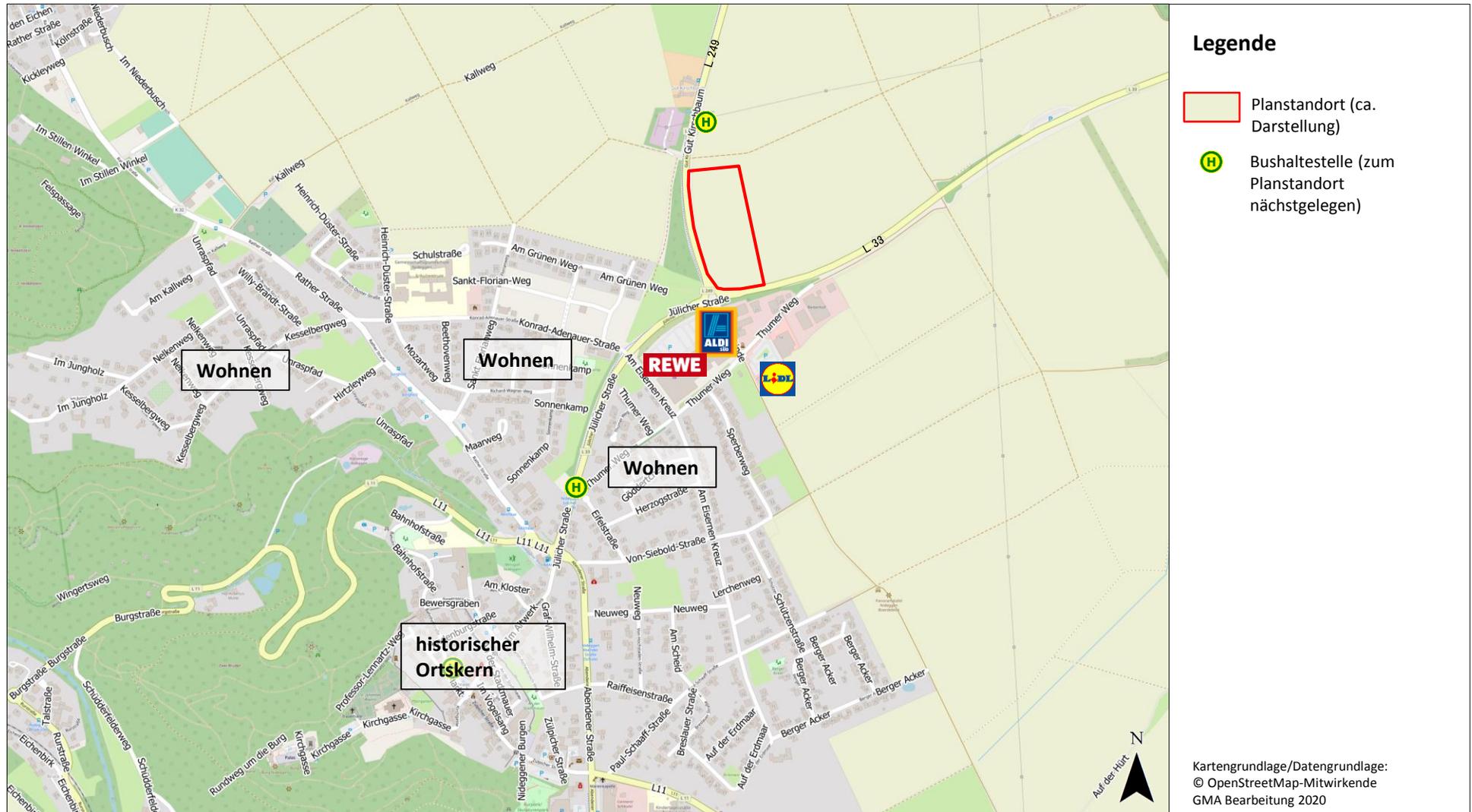
**Foto 2: Jülicher Straße in Blickrichtung Osten zum Kernort Nideggen, Planstandort rechts**



GMA 2019

Unter städtebaulichen Gesichtspunkten ist anzuführen, dass der Standort außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches liegt. Für die umliegenden Wohngebiete besteht trotz der zum Teil starken Topographie jedoch eine fußläufige Anbindung, sodass die geplanten Märkte auch eine gewisse fußläufige Nahversorgungsfunktion übernehmen können.

## Karte 2: Mikrostandort Jülicher Straße



### III. Nachfragesituation

#### 1. Einzugsgebiet und Bevölkerung

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes für die zu verlagernden / erweiternden Lebensmittelbetriebe ist Voraussetzung zur Ermittlung des Einwohnerpotenzials und zur Berechnung der projektrelevanten Kaufkraft. Als Einzugsgebiet wird derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen.

Zur Abgrenzung des Einzugsgebietes wurden in der vorliegenden Untersuchung folgende Einflussfaktoren berücksichtigt:

- /// Betreiber, Sortimentsstruktur und Dimensionierung des konkreten Vorhabens
- /// Attraktivität der Nutzungen am Standort
- /// Siedlungsstrukturen im Untersuchungsraum
- /// projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum, vor allem nächst gelegene Systemwettbewerber
- /// verkehrliche und topografische Gegebenheiten im Untersuchungsraum
- /// ausgewählte Zeit- und Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte).

Vor diesem Hintergrund lässt sich für die projektierten Märkte ein Einzugsgebiet abgrenzen (vgl. Karte 3), das wie folgt zoniert werden kann:

<b>Zone I:</b>	Nideggen	ca. 10.290 Einwohner <sup>13</sup>
<b>Zone II:</b>	Heimbach	ca. 4.330 Einwohner <sup>14</sup>
<b>Zone I + II gesamt</b>		<b>ca. 14.620 Einwohner</b>

Insgesamt leben im Einzugsgebiet gegenwärtig **ca. 14.620 Einwohner**, davon ca. 70 % in Zone I und ca. 30 % in Zone II.

Das **Kerneinzugsgebiet (Zone I)** umfasst das Stadtgebiet von Nideggen. Hier findet aufgrund der räumlichen Nähe die größte Orientierung auf das Planvorhaben statt. In Zone I ist neben dem bestehenden Rewe- sowie Lidl- Markt eine Aldi-Süd Filiale im unmittelbaren Standortumfeld ansässig. Im Stadtteil Nideggen-Schmidt (im westlichen Stadtgebiet von Nideggen) ist zudem noch ein kleiner Nahversorger (Getränke- und Frischemarkt Zumbrägel) ansässig.

<sup>13</sup> Quelle: Stadt Nideggen, Stand: 31.12.2018.

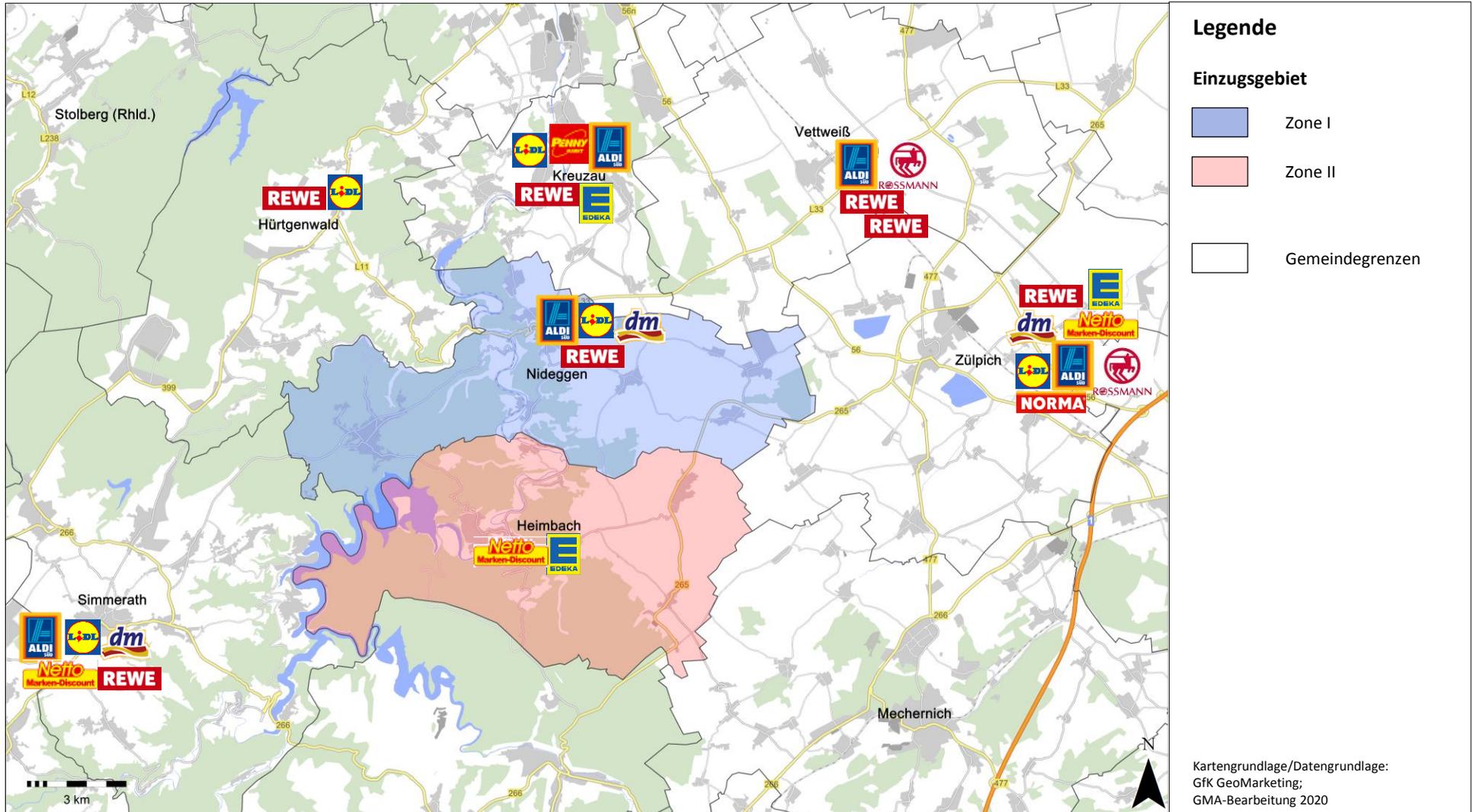
<sup>14</sup> Quelle: Statistisches Bundesamt, Stand: 31.12.2018.

Der **Zone II** ist die südlich an Nideggen angrenzende Stadt Heimbach zuzuordnen. In Zone II sind lediglich der Lebensmitteldiscounter Netto (ca. 750 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) sowie der Vollsortimenter / Supermarkt Edeka (ca. 950 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) ansässig, sodass dieser Bereich ein überschaubares Versorgungsangebot umfasst. Aufgrund der Angebote mit Rewe, Lidl und Aldi sowie dem Drogeriemarkt dm sowie der Straßenverbindungen ist Nideggen bereits heute ein attraktiver Versorgungsstandort für Kunden aus Heimbach, d. h. bereits heute liegen Kaufkraftabflüsse aus Heimbach Richtung Nideggen vor, die durch das Verlagerungs- / Erweiterungsvorhaben nur unwesentlich verändert werden. Dennoch liegt hier eine klare Mehrfachorientierung der Heimbacher auf Versorgungsstandorte in ihrer Stadt selbst und Nideggen vor.

Eine nennenswert weitere Ausdehnung des betrieblichen Einzugsgebietes ist unter Berücksichtigung der vorhandenen Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum nicht zu erwarten (vgl. Karte 3). So ist in der Nachbarkommune Kreuzau bereits ein Mehrfachangebot an Lebensmitteldiscountern und Lebensmittelvollsortimentern vorhanden; unter anderem sind Rewe und Lidl bereits ansässig. Ähnlich verhält es sich in der Stadt Zülpich, die eigene Versorgungsangebote (u.a. auch Lidl und Rewe) aufweist. Die Gemeinden Vettweiß (Rewe, Aldi) und Hürtgenwald (Rewe, Lidl) verfügen mit jeweils einem Lebensmitteldiscounter und einem Lebensmittelvollsortimenter über ein kleineres Angebot im Lebensmittelbereich, zählen aber aufgrund ihrer Nähe zu weiteren Nachbarkommunen und der damit verbundenen Mehrfachorientierung nicht zum Einzugsgebiet des Planstandortes. Die Stadt Simmerath ist zum einen zu weit vom Planstandort in Nideggen entfernt und weist zum anderen ebenfalls ein ausreichendes Angebot an Lebensmittelmärkten (u. a. Lidl und Rewe) auf (vgl. Kapitel 4.).

Dennoch ist in gewissem Umfang auch mit Umsätzen mit Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes zu rechnen (z. B. durch Pendlerverflechtungen, Camper). Diese werden in den nachfolgenden Berechnungen als sog. Streuumsätze berücksichtigt.

### Karte 3: Einzugsgebiet und Hauptwettbewerber



#### Legende

#### Einzugsgebiet

- Zone I
- Zone II
- Gemeindegrenzen

Kartengrundlage/Datengrundlage:  
GfK GeoMarketing;  
GMA-Bearbeitung 2020

## 2. Projektrelevante Kaufkraft

Die Berechnung der im abgegrenzten Einzugsgebiet vorhandenen Kaufkraft wird für das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel vorgenommen. Dabei werden aktuelle Daten des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-Kaufkraftwerte zugrunde gelegt. Demnach wird für Nahrungs- und Genussmittel ein jährlicher projektrelevanter **Pro-Kopf-Ausgabebetrag von ca. 2.210 €** angesetzt.

Unter Beachtung des lokalen Kaufkraftniveaus<sup>15</sup> im abgegrenzten Einzugsgebiet steht für das Vorhaben ein Kaufkraftpotenzial innerhalb des Einzugsgebietes in Höhe von rd. **32,7 Mio. €** im Bereich Nahrungs- und Genussmittel zur Verfügung.

Dieses verteilt sich wie folgt auf die Zonen des Einzugsgebietes:

/// Zone I (Nideggen):	ca. 23,4 Mio. € (ca. 72 %)
/// Zone II (Heimbach):	ca. 9,3 Mio. € (ca. 28 %).

<sup>15</sup> Verwendung regionaler Kaufkraftkennziffern von MB Research 2018. In Nideggen liegt die Kaufkraftkennziffer bei 103,0 und damit leicht über dem Bundesdurchschnitt (= 100). In Heimbach beträgt die Kaufkraftkennziffer 96,8 und liegt damit leicht unter dem Bundesdurchschnitt.

## IV. Angebotssituation

Im Rahmen der vorliegenden Analyse erfolgte im Dezember 2019 eine Erhebung des relevanten Einzelhandelsbestandes in Nideggen und Nachbargemeinden (= Untersuchungsraum). Da der Angebotsschwerpunkt im Nahrungs- und Genussmittelsektor liegt, wurden in diesem Zusammenhang die wesentlichen Lebensmittelanbieter, d. h. vor allem Discounter, Supermärkte und Getränkemärkte berücksichtigt.

### 1. Wettbewerbssituation innerhalb des Einzugsgebietes

Innerhalb des Einzugsgebietes (Zone I und Zone II) ist auf folgende Lebensmittelmärkte hinzuweisen (vgl. Tabelle 2). Zum Zeitpunkt der Erhebungen war dort im Bereich Lebensmittel insgesamt eine Verkaufsfläche von ca. 6.150 m<sup>2</sup> vorhanden (inkl. Verlagerungsobjekte Lidl und Rewe). Die Umsatzleistung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel beträgt rd. 25 Mio. €, ohne die Verlagerungsobjekte ca. 12 – 13 Mio. €.

**Tabelle 2: Untersuchungsrelevanter Einzelhandel innerhalb des Einzugsgebietes**

Betrieb	Straße	VK-Größe in m <sup>2</sup> (Gesamt-VK, ca.-Werte)	Lagekategorie	Bemerkung
Rewe	Am Eisernen Kreuz	1.500 - 2.500	Nideggen sonstige Lagen (Zone I)	Verlagerungsobjekt; Standortagglomeration zusammen mit Aldi-Süd, Action und dm
Aldi-Süd	Thumer Linde	800 - 1.500	Nideggen sonstige Lagen (Zone I)	zeitgemäßer Marktauftritt; Standortagglomeration zusammen mit Rewe, Action und dm
Lidl	Thumer Weg	800 - 1.500	Nideggen sonstige Lagen; In zweiter Reihe (Zone I)	Verlagerungsobjekt, solitärer Markt im Umfeld von Rewe/Aldi; eigene Parkplatzanlage
Frische- und Getränkemarkt Zumbrägel	Mon-schauer Straße	100 - 400	Nideggen sonstige Lagen (Zone I)	kleiner Nahversorger; wenige Stellplätze vor und hinter dem Markt
Edeka Engels	Schönblick	800 - 1.500	Heimbach sonstige Lagen (Zone II)	nicht mehr zeitgemäßer Marktauftritt; kleinere Parkplatzanlage vor dem Markt, nahegelegener Campingplatz
Netto	Hasenfelder Straße	400 - 800	Heimbach sonstige Lagen (Zone II)	zeitgemäßer Marktauftritt; eigene Parkplatzanlage, nahegelegener Campingplatz

GMA-Erhebung / -Zusammenstellung 2020.

## 2. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes

Außerhalb des Einzugsgebietes sind die umliegenden Nachbarkommunen sowie die nächstgelegenen Wettbewerber in Streulage in der Stadt **Zülpich**, sowie in den Gemeinden **Kreuzau**, **Vettweiß**, **Simmerath** und **Hürtgenwald** zu berücksichtigen (vgl. Karte 3 und Tabelle 3).

Dabei ist festzuhalten, dass in allen Umlandkommunen bereits ausgeprägte Versorgungsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel vorhanden sind; in jeder Gemeinde sind mindestens ein Vollsortimenter und ein Discounter ansässig. Kaufkraftströme zwischen den Gemeinden im Lebensmitteleinkauf kommen vor allem durch Pendlerverflechtungen und die Bevorzugung bestimmter Betreiber (und ggf. deren Sonderangebote / Aktionen) zustande. Auch die Drogeriemärkte, die z. B. in Nideggen, Vettweiß, Simmerath und Zülpich ansässig sind, stellen Anziehungspunkte für überörtliche Kaufkraftzuflüsse dar.

**Tabelle 3: Untersuchungsrelevanter Einzelhandel außerhalb des Einzugsgebietes**

Stadt/Gemeinde	Betrieb	Straße	VK-Größe in m <sup>2</sup> (Gesamt-VK, ca.-Werte)	Lagekategorie
Zülpich	Aldi Süd	Bonner Straße	800 - 1.500	Zülpich ZVB Innenstadt <sup>16</sup>
Zülpich	Edeka Helfen	Bonner Straße	1.500 - 2.500	Zülpich ZVB Innenstadt
Zülpich	Netto	Römerallee	400 - 800	Zülpich sonstige Lagen
Zülpich	Lidl	Römerallee	800 - 1.500	Zülpich sonstige Lagen
Zülpich	Rewe Center	Römerallee	1.500 - 2.500	Zülpich sonstige Lagen
Zülpich	Norma	Normannengasse	800 - 1.500	Zülpich ZVB Innenstadt <sup>17</sup>
Kreuzau	Aldi-Süd	Feldstraße	800 - 1.500	Kreuzau sonstige Lagen
Kreuzau	Rewe	Maubacher Straße	1.500 - 2.500	Kreuzau sonstige Lagen
Kreuzau	Penny	Mauerbach Straße	400 - 800	Kreuzau sonstige Lagen
Kreuzau	Edeka Prinz	Hauptstraße	400 - 800	Kreuzau ZVB Ortsmitte <sup>18</sup>
Kreuzau	Rewe Getränkemarkt	Teichstraße	400 - 800	Kreuzau ZVB Ortsmitte
Vettweiß	Rewe	Gereonstraße	1.500 - 2.500	Vettweiß ZVB Gereonstraße
Vettweiß	Aldi-Süd	Gereonstraße	800 - 1.500	Vettweiß ZVB Gereonstraße

<sup>16</sup> „Die Bonner Straße übernimmt dabei die Funktion eines Ergänzungs- und Erweiterungsstandortes der Kernstadt, der damit zum zentralen Versorgungsbereich gehört, in dem eine Ansiedlung zentren- oder nahversorgungsrelevanter Sortimente grundsätzlich zulässig ist“, Einzelhandelskonzept für die Stadt Bonn, 2008.

<sup>17</sup> Faktischer ZVB, gemäß vor-Ort-Besichtigung GMA.

<sup>18</sup> Faktischer ZVB, gemäß vor-Ort-Besichtigung GMA.

Stadt/Gemeinde	Betrieb	Straße	VK-Größe in m <sup>2</sup> (Gesamt-VK, ca.- Werte)	Lagekategorie
Simmerath	Netto	Humboldt- straße	800 – 1.500	Simmerath sonstige Lagen <sup>19</sup>
Simmerath	Rewe Center	Witzerather Straße	1.500 - 2.500	Simmerath sonstige Lagen
Simmerath	Aldi-Süd	Matthias-Zim- mermann- Straße	800 - 1.500	Simmerath sonstige Lagen
Simmerath	Lidl	Robert-Koch- Straße	800 - 1.500	Simmerath ZVB Ortsmitte
Hürtgenwald	Lidl	Zum Stein- bruch	800 - 1.500	Hürtgenwald HZ - Kleinhau <sup>20</sup>
Hürtgenwald	Rewe	Kreuzstraße	1.500 - 2.500	Hürtgenwald HZ - Kleinhau

GMA-Zusammenstellung 2020.

<sup>19</sup> Städteregionales Einzelhandelskonzept STRIKT Aachen.

<sup>20</sup> Quelle: Stadtplanung Zimmermann GmbH, Gemeinde Hürtgenwald, Bebauungsplan F4 Nahversorgungszentrum Kleinhau.

## V. Auswirkungsanalyse

### 1. Methodischer Ansatz

Die möglichen Auswirkungen des Vorhabens Verlagerung / Erweiterung von Lidl / Rewe in Nideggen werden im Folgenden vor dem Hintergrund der zur Verfügung stehenden Kaufkraftvolumina und der dargelegten Angebotsstrukturen ermittelt. Daraus lassen sich anschließend die zu erwartenden wirtschaftlichen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen ableiten. Hierzu werden zwei Berechnungsschritte durchgeführt:

- / 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 für die einzelnen Sortimente bzw. Betriebstypen zufließt.
- / Mit einem zweiten Ansatz, dem **Umsatzumverteilungsmodell**, werden die voraussichtlichen Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Angebote im Einzugsgebiet sowie im Umfeld eingeschätzt. Damit wird aufgezeigt, wo – und in welchem Umfang – dem bestehenden Einzelhandel Umsätze verloren gehen.

### 2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft

Das Marktanteilkonzept geht von einer Gegenüberstellung des relevanten Angebotes mit dem für das Einzugsgebiet ermittelten Nachfragevolumen (= Kaufkraft) aus. Als wesentliche Kriterien bei der Ermittlung der Marktanteile werden die Art und Dimensionierung der vorgesehenen Einzelhandelsnutzungen, die Lage und das Standortumfeld sowie die Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und im weiteren Umfeld berücksichtigt. Vor diesem Hintergrund sind die in Tabelle 4 dargestellten Marktanteile und Umsatzleistungen zu erwarten.

**Tabelle 4: Marktanteile und Umsatz des Vorhabens (3.905 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)**

	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz	
			in Mio. €	in %
Zone I	23,4	44 - 45	10,5	58 - 59
Zone II	9,3	18 - 19	1,7	9 - 10
<b>Einzugsgebiet</b>	<b>32,7</b>	<b>37</b>	<b>12,2</b>	<b>68</b>
Streuumsätze (17 - 18%)*			2,6	14 - 15
<b>gesamt Nahrungs- und Genussmittel</b>			<b>14,8</b>	<b>82 - 83</b>
Randsortimente (ca. 15 - 20 %)*			3,1	17 - 18
<b>Umsatz gesamt</b>			<b>17,9</b>	<b>100</b>

\*17 - 18 % bezogen auf den Umsatz bei Nahrungs- und Genussmitteln \*\*Randsortimente beim Lebensmitteldiscounter ca. 20 %, beim Vollsortimenter ca. 15 %; GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte, gerundet)

Die geplanten Lebensmittelmärkte Lidl sowie Rewe werden auf einer Gesamtverkaufsfläche von **3.905 m<sup>2</sup>** einen Umsatz von rd. 17,9 Mio. € erwirtschaften. Davon entfallen rd. 14,8 Mio. € auf Nahrungs- und Genussmittel, sowie rd. 3,1 Mio. € auf Nichtlebensmittel.<sup>21</sup>

Der **Lebensmitteldiscounter Lidl** kann auf einer Verkaufsfläche von ca. 1.405 m<sup>2</sup> einen Umsatz von rd. 8,7 Mio. € erwirtschaften. Unter Zugrundelegung der geplanten Erweiterung der Verkaufsfläche lässt sich eine Flächenproduktivität für den Lebensmitteldiscounter Lidl von **knapp 6.200 €** je m<sup>2</sup> ermitteln. Die prognostizierte Flächenleistung des zu erweiternden Lidl Marktes ist zwar als unterdurchschnittlich zu bewerten, jedoch liegt die geplante Verkaufsfläche deutlich über der durchschnittlichen Größe der Lidl-Filialen in Deutschland.<sup>22</sup> Im vorliegenden Fall wird davon ausgegangen, dass der Umsatz von Lidl gegenüber dem Bestandsumsatz am Altstandort um rund 30 % steigt, **von heute ca. 6,7 Mio. € auf 8,7 Mio. €; dies bei einer Verkaufsflächensteigerung um ca. 48 % (von 950 m<sup>2</sup> auf 1.405 m<sup>2</sup>).**

Der **Lebensmittelvollsortimenter Rewe** kann auf einer Verkaufsfläche von rd. 2.500 m<sup>2</sup> einen Gesamtumsatz von ca. 9,2 Mio. € erzielen. Unter Berücksichtigung der geplanten Verkaufsflächenenerweiterung entspricht dies einer Flächenproduktivität von 3.700 € pro m<sup>2</sup>. Ähnlich wie der Lebensmitteldiscounter Lidl weist auch der Lebensmittelvollsortimenter Rewe eine leicht unterdurchschnittliche Flächenleistung auf.<sup>23</sup> **Angesichts der Verkaufsflächenenerweiterung um knapp 10 %** wird i.S.e. worst case-Ansatzes modellhaft unterstellt, dass der Anbieter diese Flächenproduktivität bereits heute erreicht und somit sein Umsatzwachstum proportional zum Verkaufsflächenwachstum erfolgt.

In der Handelswissenschaft ist unbestritten, dass mit einer zunehmenden Flächenausweitung nicht eine ebenso starke Ausweitung des Umsatzes einhergeht. Vielmehr sinkt die Flächenleistung pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche i. d. R. bei der Erweiterung der Verkaufsfläche. **Gerade bei so starken Verkaufsflächenzuwächsen wie im vorliegenden Fall bei Lidl (+ 48 % Verkaufsfläche) ist das Umsatzwachstum regelmäßig deutlich niedriger als der Verkaufsflächenzuwachs.**

**Bei den Umsatzermittlungen ist insgesamt zu berücksichtigen, dass die Flächenproduktivität eine standortabhängige Größenordnung ist, die eine große Bandbreite nach oben und nach unten um**

<sup>21</sup> Zu den Nichtlebensmittelsortimenten zählen in beiden Märkten insbesondere Drogeriewaren, Tiernahrung und Zeitschriften, die sowohl bei Lidl als auch bei Rewe im Stammsortiment geführt werden und überwiegend als nahversorgungsrelevant einzustufen sind. Darüber hinaus sind die wöchentlich wechselnden Aktionswaren beim Discounter und kleinteilige Randsortimente wie Schreibwaren, Haushaltswaren / Küchenhelfer und Kleinlektrowaren (z.B. Batterien, Glühmittel) bei Rewe zu nennen. Es ist zu beachten, dass im Bebauungsplan die Verkaufsflächen für nicht nahversorgungsrelevante Sortimente mit max. 10 % der Verkaufsfläche festgelegt werden. Der Nichtlebensmittelanteil ist jedoch größer, da er u.a. auch die genannten nahversorgungsrelevanten Nichtlebensmittelsortimente umfasst.

<sup>22</sup> Laut Hahn Retail Real Estate Report Germany 2019 / 2020 liegt die durchschnittliche Flächenleistung von Lidl aktuell bei ca. 7.400 € je m<sup>2</sup> bei einer durchschnittlichen Verkaufsflächengröße von ca. 898 m<sup>2</sup>. Dies entspricht einem durchschnittlichen Filialumsatz von rd. 6,6 Mio. €.

<sup>23</sup> Laut Hahn Retail Real Estate Report Germany 2019 / 2020 beträgt die durchschnittliche Flächenleistung von Rewe ca. 4.010 € je m<sup>2</sup> bei einer durchschnittlichen Verkaufsflächengröße von ca. 1.498 m<sup>2</sup>. Dies entspricht einem durchschnittlichen Filialumsatz von rd. 6,0 Mio. €.

Durchschnittswerte erzielen kann. Im ländlichen Raum wie in Nideggen werden bei größeren Filialen oft vergleichsweise geringe Flächenleistungen erzielt, insbesondere im Vergleich mit kleineren Filialen in (groß)städtischen Räumen. Auch ist in Nideggen und Umland nicht von deutlichen Einwohnerzuwächsen in den kommenden Jahren auszugehen, d. h. die Nachfrage wird in näherer Zukunft nicht wesentlich steigen, was eine höhere Umsatzerwartung rechtfertigen würde.<sup>24</sup>

Demzufolge bilden die hier ermittelten Werte einen realitätsnahen worst-case-Ansatz ab.

### **3. Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen**

Mit der Neuansiedlung bzw. der Erweiterung eines Einzelhandelsobjektes werden i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen des zu untersuchenden Planvorhabens dar. Die im vorangegangenen Untersuchungsabschnitt ermittelten Marktanteile stellen dabei die kaufkraftbezogene Ermittlung der Umsatzherkunft dar. Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen ist jedoch die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel.

Zur Ermittlung der Umsatzumverteilung im Nahrungs- und Genussmittelbereich werden die aus dem Marktanteilkonzept berechneten Umsätze gewichtet. In der Modellrechnung wurden folgende Kriterien berücksichtigt:

- /// die aktuelle Ausstattung im Untersuchungsraum und die Sortimentsüberschneidungen mit dem Erweiterungsvorhaben
- /// die Versorgungsbedeutung einzelner Standortbereiche des Einzelhandels
- /// die aktuellen Kaufkraftströme im Untersuchungsgebiet
- /// die Wettbewerbssituation und Überlagerungen durch sonstige Einzelhandelsstandorte.

In die Berechnung fließen damit die derzeitigen Einzelhandelsausstattungen konkurrierender Einzelhandelsstandorte als Attraktivitätsfaktor und die Distanz zum Planstandort als Widerstands-

<sup>24</sup> Die Lidl-Regionalgesellschaft Kerpen geht selbst von einem deutlich niedrigeren Umsatzwachstum am Standort Nideggen aus als von der GMA ermittelt (max. + 15 % gegenüber heute). Demnach läge der zu erwartende Umsatz bei deutlich weniger als 8 Mio. € brutto. Eine entsprechende eMail vom 09.12.2021 liegt der GMA und der Stadt Nideggen als Trägerin der Bauleitplanung vor.

faktor ein. Eine weitere Grundannahme der nachfolgenden Berechnungen ist, dass die Einkaufslagen, welche die größten Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben aufweisen, quantitativ am stärksten von Umsatzumverteilungen betroffen sein werden.

Für die nachfolgende Betrachtung der Auswirkungen der geplanten Erweiterung ist **nur der zu erwartende Zusatzumsatz von Relevanz**, sodass dem prognostizierten Gesamtumsatz der erweiterten Lebensmittelmärkte der Bestandsumsatz abgezogen wird. Dieses Vorgehen ist allgemein üblich, da die Wettbewerbswirkungen der Bestandsflächen bereits eingetreten sind. Das Bundesverwaltungsgericht hat dazu u. a. in einem Urteil vom 12.02.2009 ausgeführt, dass „*von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen [ist]. Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt.*“<sup>25</sup>

Für die Bestandsmärkte wird ein Umsatz in Höhe von rund 6,7 Mio. € (Lidl) und ca. 8,4 Mio. € (Rewe) unterstellt. Damit beläuft sich der zusätzlich am Planstandort erzielte Umsatz auf ca. 2,8 Mio. €, davon ca. 2,3 Mio. € bei Lebensmitteln und 0,5 Mio. € bei Nichtlebensmitteln.

Mit der Verkaufsflächenerweiterung der Planobjekte und der damit verbundenen zusätzlichen Umsatzerwartung von ca. 2,3 Mio. € im Bereich Nahrungs- und Genussmittel werden **voraussichtlich folgende Umverteilungswirkungen ausgelöst:**

- /// Die Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern in der Zone I (Nideggen) belaufen sich auf etwa 1,0 Mio. €. Diese werden hauptsächlich gegenüber dem Anbieter Aldi-Süd wirksam. Die Umverteilungsquote liegt bei ca. 14 - 15 %.
- /// Rd. 0,3 – 0,4 Mio. € (Umverteilungsquote ca. 6 – 7 %) werden in Zone II (Heimbach) wettbewerbswirksam. Dies betrifft die Anbieter Edeka und Netto.
- /// Etwa 0,9 Mio. € der Umsatzerwartung gehen zu Lasten von Anbietern an anderen Standorten außerhalb des Einzugsgebietes. Dies entspricht einer Umverteilungsquote von rd. 1 %.<sup>26</sup>

Tabelle 5 gibt eine Übersicht über die zu erwartenden Umsatzumverteilungen, welche die Verlagerungen / Erweiterungen der Lidl- sowie Rewe Filiale im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** auslösen wird.

<sup>25</sup> vgl. Bundesverwaltungsgericht 4 B 3.09 vom 12.02.2009, RN 6.

<sup>26</sup> Hierbei wird modellhaft unterstellt, dass der gesamte am Planstandort zusätzlich zu erwartende Umsatz im Untersuchungsraum umverteilungswirksam wird.

**Tabelle 5: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben**

Städte / Standortlagen	Umsatz Bestand in Mio. €	Umsatzumverteilung	
		in Mio. €	in %
Nideggen sonstige Lagen (Zone I)	6,8	1,0	14 -15
Heimbach sonstige Lagen (Zone II)	5,5	0,3 – 0,4	6 - 7
<b>Summe Einzugsgebiet (Zone I + II)</b>	<b>12,3</b>	<b>1,3 – 1,4</b>	<b>10 - 11</b>
Zülpich sonstige Lagen	16,4	0,1 - 0,2	< 1
Zülpich ZVB Innenstadt	17,0	n. n.	n. n.
Vettweiß ZVB Gereonstraße	11,0	0,1 – 0,2	1 - 2
Hürtgenwald HZ Kleinau	10,8	0,1 - 0,2	1 - 2
Simmerath sonstige Lagen	21,2	n. n.	n. n.
Simmerath Ortsmitte	6,7	n. n.	n. n.
Kreuzau sonstige Lagen	19,7	0,2 - 0,3	1 - 2
Kreuzau ZVB	2,4	n. n.	n. n.
<b>Summe außerhalb*</b>	<b>105,3</b>	<b>0,9</b>	<b>1</b>
<b>Summe insgesamt</b>	<b>117,6</b>	<b>2,3</b>	<b>2</b>

GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte, gerundet); \* bezogen auf die nächstgelegenen zentralen Versorgungsbe-  
reiche und Wettbewerber in Streulagen. n. n.: gutachterlich nicht nachweisbar

#### 4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen

Die durch die Erweiterungsvorhaben zu erwartenden Umsatzumverteilungswirkungen bei **Nahrungs- und Genussmitteln** sind hinsichtlich der möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen wie folgt zu bewerten:

/// **Innerhalb des Einzugsgebietes** (Zone I + II) wird es infolge der geplanten Verlagerung / Erweiterung des Lidl Lebensmitteldiscounters sowie des Rewe Lebensmittelvollsortimenters an den Planstandort an der Jülicher Straße insgesamt zu Umsatzumverteilungen in Höhe von insgesamt rd. 1,3 – 1,4 Mio. € kommen. Dies entspricht einer Umsatzumverteilungsquote von rd. 10 – 11 % gegenüber den relevanten Wettbewerbern im Einzugsgebiet. Hinsichtlich der einzelnen Zonen bedeutet dies folgende Umsatzverteilungen:

Für die Lebensmittelmärkte in Zone I (Nideggen) sind Umsatzumverteilungseffekte in Höhe von 14 – 15 % (rd. 1,0 Mio. €) zu erwarten. Die Zone II (Heimbach) wird Umsatzumverteilungseffekte von rd. 6 – 7 % (0,3 – 0,4 Mio. €) verzeichnen. Die wettbewerblichen Wirkungen sind insbesondere bei Aldi in Nideggen als spürbar zu bezeichnen, allerdings ist hier keine Betriebsaufgabe zu erwarten. Der Standort ist langjährig in Nideggen etabliert und befindet sich in einer Fachmarkttagglomeration unter anderem mit dem Drogeriemarkt dm, der - neben den Lebensmittelmärkten - als wichtiger

Frequenzbringer am Standort zu bezeichnen ist. Das Einwohnerpotenzial in Nideggen ist – auch unter Berücksichtigung der nicht unerheblichen touristischen Bedeutung der Urlaubsregion Eifel – als ausreichend für die drei bereits langjährig ansässigen Lebensmittelmärkte zu sehen.

In der Stadt Heimbach (Zone II) sind mit Edeka und Netto zwei vergleichsweise kleinstrukturierte Anbieter ansässig, die der örtlichen Grundversorgung dienen. Nach GMA-Einschätzungen gelingt es den aktuellen Anbietern Edeka und Netto derzeit rd. 60 % der Heimbacher Kaufkraft an sich zu binden. Bereits heute sind aus Heimbach Kaufkraftabflüsse in Richtung Nideggen festzuhalten, da hier mit der Standortkombination aus Lidl, Aldi, Rewe und dm attraktive nahversorgungsrelevante Anbieter vorhanden sind. An diesen Kaufkraftzuflüssen aus Heimbach in Richtung Nideggen wird sich durch das Verlagerungs- und Erweiterungsvorhaben nichts Wesentliches ändern, da der Planstandort relativ nahe zu den Bestandsstandorten liegt und keine neuen Anbieter angesiedelt werden. Über das Marktanteilkonzept wurden Kaufkraftbindungswerte durch die Erweiterungsvorhaben bei Heimbacher Kunden in einer Größenordnung von etwa 18 – 19 % ermittelt, sodass hier keine Dominanz der Nidegger Märkte gegenüber der Angebotssituation in Heimbach festzuhalten ist und auch die zentralörtliche Versorgungsfunktion des Grundzentrums Heimbach nicht gefährdet ist.

Demzufolge sind **insgesamt keine negativen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen im Einzugsgebiet** festzustellen.

- Auf die untersuchungsrelevanten Lebensmittelbetriebe **außerhalb des Einzugsgebietes** entfallen Umverteilungswirkungen in Höhe von rd. 0,9 Mio. € (Umverteilungsquote ca. 1 %). Diese verteilen sich auf eine Vielzahl von Gemeinden und Standortlagen, so dass Umverteilungsquoten von max. 2 % in den jeweiligen Lagen ermittelt wurden. Betriebsaufgaben und damit möglicherweise verbundene städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen sind auszuschließen.

**Zusammenfassend ist festzuhalten, dass mit der geplanten Verlagerung / Erweiterung des Lidl Lebensmitteldiscounters sowie Rewe Vollsorbitmenters an den geplanten Standort Jülicher Straße weder städtebauliche noch versorgungsstrukturelle Folgewirkungen einhergehen; auch werden zentrale Versorgungsbereiche oder zentrale Orte nicht in ihrer Funktions- oder Entwicklungsfähigkeit gefährdet.**

## 5. Raumordnerische Bewertung des Vorhabens

Im Hinblick auf die ermittelten Auswirkungen des Verlagerungs- / Erweiterungsvorhabens des Lidl- sowie Rewe-Marktes am Standort Jülicher Straße in Nideggen sind folgende Anmerkungen zu treffen:

- /// Das Vorhaben steht in Einklang mit **Ziel 1**, da der Standort in einem regionalplanerisch ausgewiesenen Allgemeinen Siedlungsbereich liegt. Zudem stellt der aktuelle Flächennutzungsplan bereits ein SO gemäß § 11 (3), Ziff. 2 BauNVO am Planstandort dar.
- /// Hinsichtlich **Ziel 2** ist darauf hinzuweisen, dass sich der Verlagerungs- / Erweiterungsstandort des Lidl Lebensmitteldiscounters sowie Rewe Lebensmittelvollsortimenters nicht innerhalb eines bestehenden oder geplanten zentralen Versorgungsbereiches befindet, so dass die Festsetzung eines entsprechenden Baugebietes für Betriebe mit zentrenrelevanten bzw. nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten nur bei Erfüllung der Ausnahmeveraussetzungen zu Ziel 2 im Einklang mit den Aussagen des LEP NRW steht.

Ein zentraler Versorgungsbereich i.S. des Baugesetzbuchs ist in Nideggen nicht zu definieren. In der historischen Ortsmitte befinden sich zwar kleinteilige Einzelhandelsstrukturen und Angebotsergänzungen durch Gastronomie und Dienstleister / öffentliche Einrichtungen, allerdings fehlt ein Magnetbetrieb aus dem Lebensmittelsegment. Die topografischen und städtebaulichen Strukturen lassen hier auch keine entsprechend große Fläche für einen zeitgemäßen Anbieter zu, weshalb bereits in den letzten Jahrzehnten die wesentlichen Versorgungsstrukturen am Ortsrand in verkehrlich gut erreichbarer Lage gebündelt wurden.

Die Bauleitplanung dient im Wesentlichen der zukunftsfähigen Sicherung der Nahversorgung der Stadt Nideggen. Der Planstandort befindet sich in unmittelbarer Nähe zu den Bestandsstandorten, da auch weiterhin das Ziel verfolgt werden soll, die Versorgungsstrukturen an einem verkehrlich günstigen Standort zu bündeln, der nicht nur von den Einwohnern des Kernortes sondern auch der weiteren Stadtteile gut erreichbar ist.

Gleichzeitig sind städtebauliche Auswirkungen durch die Erweiterung auszuschließen, d.h. es werden keine zentralen Versorgungsbereiche beeinträchtigt.

Somit entspricht die Planung aus Gutachtersicht der Anwendung der Ausnahmeregelung gemäß Ziel 6.5-2.

- /// Im Hinblick auf **Ziel 3** sind keine negativen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen in Nideggen oder im Umland zu erwarten. Weder sind zentraler Versorgungsbereiche noch zentrale Orte in ihrer zentralörtlichen Versorgungsfunktion gefährdet
- /// Die **Grundsätze 4, 6 und 9** sowie die **Ziele 5, 7 und 8** sind nicht relevant; die Prüfung kann daher entfallen.

- Die Aufstellung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplans ist in dem projektierten Sachverhalt zulässig, der Standort in einem ASB liegt (Ziel 1), die Ausnahmeregelung bei Ziel 2 greift und keine zentralen Versorgungsbereiche beeinträchtigt werden (Ziel 3). **Ziel 10** wird demnach entsprochen.

## VI. Zusammenfassung

### Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

<b>Planvorhaben / Planstandort</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Verlagerung / Erweiterung des Lebensmitteldiscounters Lidl von ca. 950 m<sup>2</sup> auf ca. <b>1.405 m<sup>2</sup></b> sowie des Lebensmittelvollsortimenters Rewe auf ca. 2500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in der Stadt Nideggen</li> </ul>
<b>Rechtsrahmen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO</li> </ul>
<b>Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Das Einzugsgebiet umfasst das Stadtgebiet von Nideggen (Zone I) und die Nachbargemeinde Heimbach (Zone II)</li> <li>Aus den restlichen Nachbarkommunen von Nideggen sind lediglich geringe Zuflüsse an den Planstandort zu erwarten, da sie alle über ausreichende Nahversorgungsstrukturen verfügen, die nächstgelegenen Lidl-Märkte befinden sich in</li> <li>Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet insgesamt ca. 14.620 Einwohner, davon ca. 70 % in Zone I und ca. 30 % in Zone II.</li> <li>Kaufkraftpotenzial im Lebensmittelbereich im Einzugsgebiet: ca. 32,7 Mio. €</li> </ul>
<b>Umsatzerwartung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Die perspektivische Umsatzerwartung des Vorhabens beträgt ca. 17,9 Mio. €; davon Umsatzzuwachs durch die Erweiterung rd. 2,8 Mio. € (davon 2,3 Mio. € bei Lebensmitteln).</li> </ul>
<b>Bewertung der versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Bei einer Verlagerung und Verkaufsflächenerweiterung des Lebensmitteldiscounters Lidl sowie des Lebensmittelvollsortimenters Rewe sind die stärksten Wettbewerbsauseinandersetzungen gegenüber den Lebensmittelanbietern im Einzugsgebiet, insbesondere dem Lebensmitteldiscounter Aldi-Süd zu erwarten. Der Anbieter Aldi wird aufgrund seiner Leistungsstärke sowie seiner Position als Marktführer die absolut und relativ hohen Umverteilungseffekte (ca. 14 – 15 %) kompensieren. Negative Effekte für die sonstigen Anbieter und Lagen sind nicht zu ermitteln. Auch im sonstigen Stadtgebiet von Nideggen und Heimbach ist vor dem Hintergrund der Höhe der Umsatzumverteilungswirkungen die Schwächung von Anbietern auszuschließen. Somit können insgesamt städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen ausgeschlossen werden.</li> </ul>
<b>Raumordnerische Bewertung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ziele 1 und 3 des LEP NRW werden erfüllt. Aus GMA-Sicht greift die Ausnahmeregelung von Ziel 2, da das Vorhaben Verlagerung- / Erweiterung des Lidl Lebensmitteldiscounters sowie Rewe Lebensmittelvollsortimenters der wohnortnahen Versorgung von Nideggen dient und in der historischen Ortsmitte aufgrund der städtebaulichen und topografischen Strukturen kein Platz für einen modernen Lebensmittelmarkt besteht. Die Stadt Nideggen verfolgt daher das Ziel, die Versorgungsstrukturen möglichst an einem verkehrlich aus den Stadtteilen gut erreichbaren Standort zu bündeln, um Verkehre innerhalb des Stadtgebietes zu verringern.</li> </ul>

---

## Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens

---

### Fazit

- Der Standort der Lebensmittelmärkte Lidl sowie Rewe an der Jülicher Straße erfüllt eine wichtige Nahversorgungsfunktion. Mit einer Erweiterung der Verkaufsflächen auf ca. 1.405 m<sup>2</sup> (Lidl) und rd. 2.500 m<sup>2</sup> (Rewe) gehen keine negativen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen in Nideggen oder dem Umland einher.

---

GMA-Zusammenstellung 2020 / 2021

## Verzeichnisse

	Seite
<b>Fotoverzeichnis</b>	
Foto 1: Grundstück des Planvorhabens in Blickrichtung Norden	14
Foto 2: Jülicher Straße in Blickrichtung Osten zum Kernort Nideggen, Planstandort rechts	14
<b>Kartenverzeichnis</b>	
Karte 1: Lage und zentralörtliche Struktur in der Region	12
Karte 2: Mikrostandort Jülicher Straße	15
Karte 3: Einzugsgebiet und Hauptwettbewerber	18
<b>Tabellenverzeichnis</b>	
Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten	10
Tabelle 2: Untersuchungsrelevanter Einzelhandel innerhalb des Einzugsgebietes	20
Tabelle 3: Untersuchungsrelevanter Einzelhandel außerhalb des Einzugsgebietes	21
Tabelle 4: Marktanteile und Umsatz des Vorhabens (3.905 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche)	23
Tabelle 5: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben	27