

Auswirkungsanalyse

Erweiterung eines Edeka Supermarktes am Standort Hagen-Hochschulviertel, Fleyer Straße 204

für die A+H Bauträger- und Verwaltungsgesellschaft mbH Elberfelder Str. 103 58095 Hagen

Ihre Ansprechpartner

Dipl.-Volksw. Corinna Küpper (Senior Consultant)

Dipl.-Kaufm. Jörg Lehnerdt (Niederlassungsleitung)

BBE Handelsberatung GmbH

Goltsteinstraße 87a 50968 Köln Deutschland

Tel +49 221 789 41 160 Fax +49 221 789 41 169 E-Mail kuepper@bbe.de lehnerdt@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

München - Hamburg - Berlin - Köln - Leipzig - Erfurt



Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation und Zielsetzung	4
2	Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel	5
2.1	Entwicklungstrends	5
2.2	Distributionsstrukturen	6
2.3	Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln	10
3	Projektplanung und Projektdaten	12
4	Makrostandort	14
5	Mikrostandort	19
6	Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum der Stadt Hagen	23
7	Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung	27
7.1	Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	27
7.2	Marktabschöpfung und Umsatzleistung des Planvorhabens	30
7.3	Exkurs: Prüfung einer atypischen Fallgestaltung	32
8	Auswirkungsanalyse	34
8.1	Umsatzumverteilungseffekte	34
8.2	Städtebauliche Bewertung der geplanten Edeka-Erweiterung	37
8.3	Einordnung des Vorhabens in die Ziele des Landesentwicklungsplans	38
9	Fazit	42



Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland	6
Abbildung 2:	Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland	7
Abbildung 3:	Einkaufsanlässe nach Betriebstypen	8
Abbildung 4:	Gründe für die Wahl des Betriebstyps	9
Abbildung 5:	Onlineanteil Food/ Nonfood am Einzelhandel	. 10
Abbildung 6:	Bebauungskonzept	. 13
Abbildung 7:	Lage der Stadt Hagen und die zentralörtliche Gliederung	. 14
Abbildung 8:	Einwohner in der Stadt Hagen nach Stadtbezirken/ statistischen Bezirken	. 15
Abbildung 9:	Hagener Stadtbezirke bzw. statistische Bezirke	. 16
Abbildung 10:	Zentrenstruktur Stadt Hagen	. 18
Abbildung 11:	Mikrostandort	. 20
Abbildung 12:	Planungsrechtliche Situation – Regionalplan und Regionaler Flächennutzungsplan	. 21
Abbildung 13:	Wettbewerbssituation	. 25
Abbildung 14:	Lebensmittelmärkte im Untersuchungsraum	. 26
Abbildung 15:	Einzugsgebiet des Planvorhabens	. 29
Abbildung 16:	Marktanteile des erweiterten Lebensmittelsupermarktes	. 31
Abbildung 17:	Umverteilungseffekte des Planvorhabens	. 36



1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Der Eigentümer der Büro- und Geschäftshausimmobilie Fleyer Straße 204 beabsichtigt, durch einen Anbau die Verkaufsfläche des ansässigen Edeka-Marktes von aktuell ca. 772 m² auf zukünftig ca. 1.500 m² zu erweitern. Hierzu soll der heutige Parkplatz überbaut werden. Eine ebenerdige Stellplatzanlage soll auf dem benachbarten Grundstück realisiert werden, das aktuell noch durch eine Tankstelle genutzt wird.

Der Untersuchungsstandort des Edeka-Marktes befindet sich im Geltungsbereich des Bebauungsplans Nr. 1/92 (461) "Fleyer Straße/ Feithstraße", der für den Standort Mischgebiete gemäß § 6 Baunutzungsverordnung (BauNVO) festsetzt. Für das Planvorhaben soll eine Änderung des Bebauungsplanes mit Ausweisung eines entsprechenden Sondergebietes für einen Lebensmittelmarkt mit ca. 1.500 m² Verkaufsfläche vorgenommen werden.

Mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.500 m² ist der projektierte Markt der Nutzungsart des großflächigen Einzelhandels zuzuordnen. Ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb ist auch in einem Mischgebiet genehmigungsfähig, wenn für das Vorhaben eine "atypische Fallgestaltung" im Sinne von 11 Abs. 3 BauNVO festgestellt werden kann.

Damit ist zunächst zu prüfen, ob Anhaltspunkte für eine atypische Fallgestaltung geltend gemacht werden können. Hierbei ist auf die städtebaulich integrierte Lage des Grundstücks und die Funktionen des Marktes für die wohnungsnahe Grundversorgung abzustellen.

Sowohl für ein Genehmigungsverfahren mit Berücksichtigung einer städtebaulichen Atypik als auch für ein Bauleitplanverfahren ist nachzuweisen, dass städtebaulich relevante Auswirkungen gem. § 11 Abs. 3 BauNVO auszuschließen sind. Gleichzeitig ist aufzuzeigen, dass das Planvorhaben mit den Vorgaben der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Hagen (2015) übereinstimmt. Für das Bauleitplanverfahren ist zusätzlich das Einhalten der landesplanerischen Ziele für den großflächigen Einzelhandel (LEP NRW) darzulegen.

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



2 Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel

2.1 Entwicklungstrends

Die Zahl der Einwohner in Deutschland wird langfristig voraussichtlich abnehmen, die Menschen werden immer älter werden und in immer kleineren Haushalten leben. Gleichzeitig nimmt die Disparität zwischen wachsenden Metropolregionen und strukturschwachen Räumen mit starken Einwohnerrückgängen zu. Insbesondere für die urbane Bevölkerung ändert sich dabei das Mobilitätsverhalten deutlich, da das motorisierte Individualverkehrsmittel an Bedeutung verliert. Aus den demografischen Rahmenbedingungen und der zunehmenden Digitalisierung ergeben sich auch geänderte Anforderungen an den Lebensmitteleinzelhandel.

Die Trends im Lebensmitteleinzelhandel führen u. a. zu mehr Convenience-Produkten, zu einer zunehmenden Kombination von Gastronomie und Handel, zu mehr Services wie Kartenzahlung und Lieferdiensten. Im Wettbewerb um die Verbraucher werden auch die Trendthemen Regionalität, artgerechte Tierhaltung, vegane/vegetarische Ernährung, Vermeidung von Verpackungen, aber auch Eventmarketing, gastronomische Angebote oder soziales Engagement zunehmend aufgegriffen.

Dabei steigt das nahversorgungsbezogene Ausgabenbudget der Deutschen seit Jahren an. Von den jährlichen Einzelhandelsausgaben in Deutschland von ca. 527,9 Mrd. € entfallen aktuell ca. 44 % auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren (ca. 229,7 Mrd. €).

Auf der Angebotsseite hat der Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland ebenfalls ein Wachstum zu verzeichnen. Wie die Abbildung 1 illustriert, ist die Verkaufsfläche des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland (ohne Spezialgeschäfte und nicht-organisierte Betriebe) von ca. 33,9 Mio. m² im Jahre 2010 auf ca. 36,2 Mio. m² im Jahre 2018 angestiegen. Im statistischen Mittel steht jedem Bundesbürger somit eine Verkaufsfläche von ca. 0,41 m² zur Verfügung, wobei tendenziell geringere Ausstattungswerte gleichermaßen in Großstädten wie in sehr ländlich strukturierten Gebieten festzustellen sind.

Besonders vom Flächenwachstum profitiert haben die Supermärkte (+ 18 %) und Discountmärkte (+ 8 %), während die SB-Warenhäuser (- 8 %) und insbesondere die sonstigen, überwiegend kleinteiligen Betriebsformen (- 14 %) Verkaufsflächen verloren haben.

-

Vgl. IfH-Brancheninformationssystem, Marktvolumen 2018, BBE-Berechnungen 2019



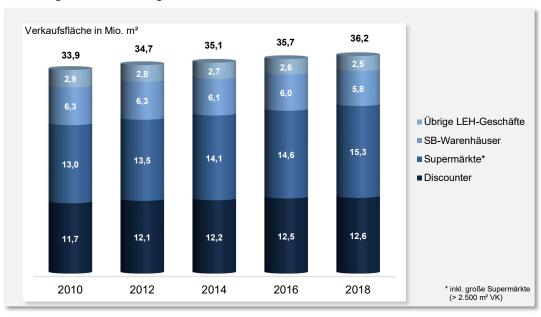


Abbildung 1: Entwicklung der Verkaufsflächen im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland

Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2019, BBE-Darstellung 2019

2.2 Distributionsstrukturen

Der Lebensmitteleinzelhandel wird wesentlich durch die Betriebstypen des Lebensmittelsupermarktes und -Discountmarktes geprägt. So stehen in Deutschland ca. 15.990 Discounter mit einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von ca. 790 m² ca. 12.143 Supermärkten mit durchschnittlich ca. 1.260 m² Verkaufsfläche gegenüber.²

Der Marktanteil der SB-Warenhäuser ist seit vielen Jahren – trotz Umstrukturierungen (u. a. mehr Lebensmittel, weniger Nonfood-Artikel) und Schaffung zusätzlicher Serviceangebote (u. a. Selbstbedienungskassen, Abholstationen für online bestellte Waren) – rückläufig. Das Aussterben der kleinen Lebensmittelgeschäfte mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche wird kaum aufzuhalten sein, wenngleich vor allem in Hochfrequenzlagen kleinformatige Convenience-Geschäfte entstehen, die jedoch im Regelfall nicht für den Versorgungseinkauf aufgesucht werden.

_

Vgl. EHI, Handelsdaten aktuell 2019, Stand: 2018 (inkl. große Supermärkte mit mehr als 2.500 m² Verkaufsfläche)



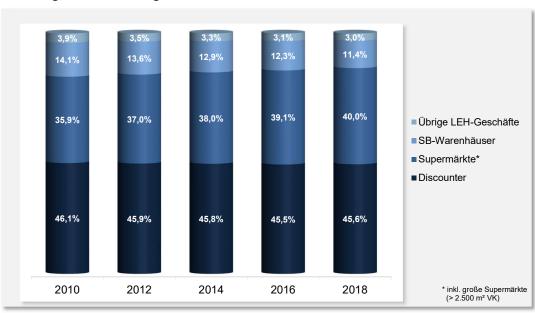


Abbildung 2: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel in Deutschland

Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2019, BBE-Darstellung 2019

Die durchschnittliche Artikelzahl liegt bei den Discountern bei ca. 2.295, bei einem Supermarkt bei 11.830, große Supermärkte bieten durchschnittlich 25.005 Artikel und SB-Warenhäuser 48.870 Artikel.³ Der Convenience-Store "Rewe to Go" weist auf 100 – 300 m² Verkaufsfläche ein Angebot von ca. 1.000 – 1.400 Artikeln mit Schwerpunkt bei verzehrfertigen Produkten, Getränken und einem begrenzten Sortiment an gängigen Waren des täglichen Bedarfs auf. Das Angebotskonzept wird ausschließlich in Hochfrequenzlagen wie großstädtischen Fußgängerzonen, Bahnhöfen, Flughäfen und Tankstellen umgesetzt.

Discountmärkte und Verbrauchermärkte/große Supermärkte werden von rd. drei Vierteln der Kunden für den regelmäßigen Versorgungseinkauf (Wocheneinkauf/ Bevorratung) aufgesucht. Auch der Supermarkt dient der Grundversorgung, gleichzeitig ist der Anteil der "spontanen Kaufanlässe" (zeitnahe Zubereitung/ Sofortverzehr) mit etwa einem Drittel für diese Betriebsform deutlich höher. Demgemäß ist es den Supermarktbetreibern gelungen, in den letzten Jahren die Marktanteile auszubauen.

³ Ebenda, Stand: 2016



Discounter 52,7% 23,0% 18.3% Verbrauchermarkt/ 50,4% 24.6% großer Supermarkt Supermarkt 47,5% 18,7% 26.2% Online 23,0% 62,3% ■ geplanter Wocheneinkauf ■ Kauf zur Bevorratung ■ Bedarf für zeitnahe Zubereitung ■ Bedarf für Sofortverzehr

Abbildung 3: Einkaufsanlässe nach Betriebstypen

Quelle: HDE/IFH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung 2018, $719 \le n \le 1.176$), BBE-Darstellung 2019

Die Verbraucher präferieren den bequemen, wohn- bzw. arbeitsortnahen Lebensmittel-Einkauf, sodass sie ein umfassendes Angebot in jedem Betriebstyp des Lebensmittelhandels erwarten. Das steht jedoch nicht im Widerspruch zu einer abnehmenden Kundentreue, da der mobile Kunde nicht nur in seinem Wohnumfeld, sondern auch am Arbeitsplatz oder auf dem Weg zwischen Wohn- und Arbeitsplatz bzw. in Verbindung mit anderen Erledigungen Lebensmittel/ Drogeriewaren einkauft. Andererseits sind die Kunden nicht nur auf eine Betriebsform fokussiert. So werden neben den Lebensmittelmärkten auch regelmäßig andere Angebote wie Fachhandel, Wochenmarkt/ Hof-Verkauf, Online-Handel oder Convenience-Handel aufgesucht, ohne dass sich feste Einkaufshäufigkeiten ergeben. Die Verbraucher wechseln anlassbezogen.

Vor diesem Hintergrund haben die Supermärkte und die Discounter kontinuierlich ihr Angebot und ihr Erscheinungsbild geändert. Das Sortiment ist breiter und tiefer geworden, vor allem das Angebot frischer Waren wurde deutlich ausgebaut. Damit geht ein anhaltend steigender Verkaufsflächenbedarf einher.

Um die notwendige Kompetenz hinsichtlich Sortiment und Service zu vermitteln, verfügen die Discounter der neusten Generation über min. 1.200 m² Verkaufsfläche, bei Supermärkten sind heute 1.500 - 3.000 m² üblich.



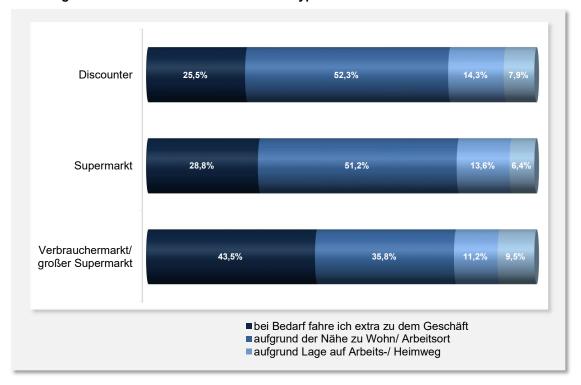


Abbildung 4: Gründe für die Wahl des Betriebstyps

Quelle: HDE/IFH Handelsreport Lebensmittel 2018 (bevölkerungsrepräsentative Befragung, 719 \leq n \leq 1.176), BBE-Darstellung 2019

Die Neuaufstellung der Lebensmittelmärkte hat nicht nur zu einem größeren Flächenbedarf geführt, sondern auch zu einer Diversifizierung des Sortiments. Die Supermärkte setzen verstärkt auf Bio, Regionalität und Gesundheit, während die Discounter ihr Frische-, Marken- und Bioangebot ausgebaut haben. Das Trading-up hat sich in Form wachsender Marktanteile und der Rückgewinnung jüngerer Konsumenten niedergeschlagen.

Der Markenkern der Supermärkte ist das umfassende Lebensmittelangebot mit Spezialitäten und unterschiedlichen Angebotsniveaus in Verbindung mit Aufenthaltsqualität und Serviceangeboten. Das "Trading-up" im Lebensmitteleinzelhandel hat dazu geführt, dass die Verbraucher auch im Discountmarkt eine ansprechende Aufenthaltsqualität und ausreichende Auswahl z. B. an Bio-, Frische- und Markenwaren erwarten. Für die Discountmärkte steht dabei nach wie vor der Preis im Mittelpunkt der Vermarktungsstrategie, da z. B. mit dem Ausbau des Angebotes von Markenartikeln auch wieder der Preis als Profilierung dient. Die Preiswürdigkeit lässt sich besonders gut mit Produkten dokumentieren, die der Kunde als Markenprodukt schon aus dem Supermarkt kennt.

Die positive Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel geht mit einem Bedeutungszuwachs des Faktors Wohnortnähe einher. Im Durchschnitt können die deutschen Verbraucher innerhalb von fünf Fahrminuten bereits 5 - 6 Geschäfte erreichen. Angesichts der demografischen Rahmenbedingungen wird der Aspekt

der Nähe zum Kunden bei der Standortwahl in den nächsten Jahren weiter an Bedeutung gewinnen, sodass auch neue Filialkonzepte (z. B. kleinere Lebensmittelmärkte in hochverdichteten Siedlungsstrukturen) realisiert werden.

2.3 Online-Einzelhandel mit Lebensmitteln

Im Gegensatz zu der Onlineentwicklung im Nonfood-Handel weist der Lebensmittelbereich nur eine geringe Onlinebedeutung auf. Aktuell liegt der Onlineanteil mit Nahrungs- und Genussmitteln bei ca. 1,2 % des Umsatzes, gegenüber dem Vorjahr konnte jedoch ein Umsatzzuwachs um 16 % erzielt werden. Dabei kann das Onlineangebot von "haltbaren Lebensmitteln" z. T deutlich höhere Marktanteile erzielen (z. B. Wein/ Sekt: ca. 6,2 %).⁴

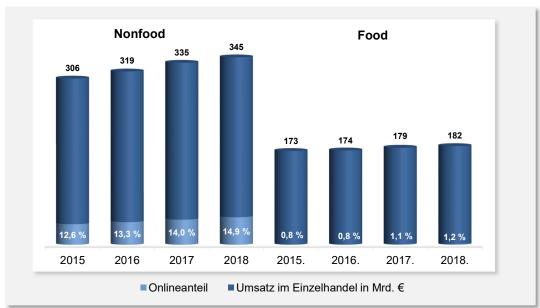


Abbildung 5: Onlineanteil Food/ Nonfood am Einzelhandel

Quelle: HDE-Online-Monitor 2019 (Onlineanteil in %), BBE-Darstellung 2019

Hintergrund ist, dass bislang kein wirtschaftlich tragfähiges Konzept für den Onlinehandel mit Lebensmitteln existiert. Erprobt werden gleichermaßen die Lieferung an die Haustür der Kunden, Click & Collect oder Zustellung an verkehrsgünstig gelegene Abholstationen. Die Zustellung von Lebensmitteln ist jedoch

⁴ Vgl. HDE-Online-Monitor 2019



zeit- und kostenaufwendig, sodass für die nahe Zukunft nur dann mit einem Durchbruch des Onlinehandels mit Lebensmitteln gerechnet werden kann, wenn eine betriebswirtschaftliche Lösung der Zustellung gefunden werden kann.

Gleichzeitig ist der wöchentliche Umsatz des (stationären) Lebensmitteleinzelhandels – abgesehen von Spitzenwerten vor Weihnachten, Ostern und Pfingsten – im Jahresverlauf relativ konstant und liegt bei durchschnittlich ca. 2,7 Mrd. € in Deutschland.⁵

Der stationäre Lebensmitteleinzelhandel ist damit wichtiger Bestandteil der regelmäßigen Grundversorgung der Bevölkerung. Eine differenzierte und gut erreichbare Nahversorgung ist wichtig für die Lebensund Wohnqualität. Dabei messen die Verbraucher auch der Angebotsvielfalt eine hohe Bedeutung bei. Im Ergebnis erreicht der Onlinehandel (noch) keine ausreichende Rentabilität, da der stationäre Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland hinsichtlich Preis, Verfügbarkeit und Erreichbarkeit hohe Wettbewerbsvorteile aufweist. Gleichzeitig entfalten die Digitalisierung und der Onlinehandel jedoch wesentliche Auswirkungen auf die Filialkonzepte und die Standortwahl des stationären Lebensmitteleinzelhandels. Dabei steht die Kundennähe bei Angebot, Service, Standortwahl im Vordergrund.

11

⁵ Vgl. Nielsen, Wöchentlicher Umsatz im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland in KW 16/2018 bis KW 15/2019



3 Projektplanung und Projektdaten

Am Standort Hagen-Hochschulviertel, Fleyer Straße 402 ist geplant, das vorhandene, mehrgeschossige Gebäude nach Süden um einen eingeschossigen Anbau zu erweitern. Der ansässige Edeka Lebensmittelmarkt belegt aktuell die Erdgeschossfläche, in den Obergeschossen sind verschiedene Büros- und Praxen untergebracht.





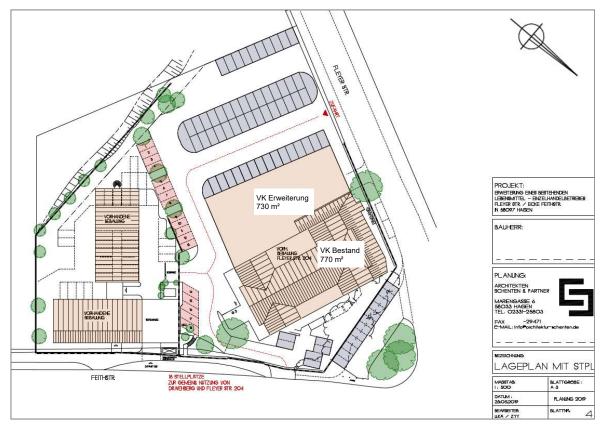




Durch den projektierten Anbau soll die aktuell als Kundenparkplatz genutzte Fläche überbaut werden. Die neue ebenerdige Stellplatzanlage ist auf dem angrenzenden, derzeit durch eine Tankstelle genutzten Grundstück vorgesehen. Die Verkaufsfläche des Edeka-Marktes kann durch den Anbau von derzeit ca. 770 m² auf zukünftig ca. 1.500 m² (+ 730 m²) erweitert werden. Es sind ca. 56 Kundenstellplätze geplant.



Abbildung 6: Bebauungskonzept



Quelle: Architekten Schenten & Partner, Stand: 23.05.2019



4 Makrostandort

Lage und Siedlungsstruktur

Die kreisfreie Stadt Hagen gehört dem Regierungsbezirk Arnsberg an. Angrenzende Städte und Gemeinden sind Herdecke und Dortmund im Norden, Schwerte im Nordosten, Nachrodt-Wiblingwerde und Iserlohn im Osten, Schalksmühle und Breckerfeld im Süden, Ennepetal im Südosten, Gevelsberg und Wetter im Westen.

Der Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) weist Hagen die Funktion eines Oberzentrums im Ballungsgebiet des südöstlichen Ruhrgebietes zu. Hagen grenzt an das ländlich geprägte Sauerland an, sodass die Stadt als "Tor zum Sauerland" bezeichnet wird (vgl. Abbildung 7).

Dortmund

Schwerte

Wetter (Ruhr)

Hagen

Alternoerde

Alternoerde

Schälksmühle

Zentralörtliche Gliederung

Oberzentrum

Mittelzentrum

Unterzentrum

Unterzentrum

Abbildung 7: Lage der Stadt Hagen und die zentralörtliche Gliederung

Quelle: BBE-Darstellung 2019



Die Stadt weist mit den Autobahnen A 1, A 45 und A 46 sowie den Bundes- bzw. Landesstraßen B 54, B 226 und B 7/ L 700 insgesamt eine sehr gute Verkehrsanbindung auf.

Hagen ist eingebettet in eine waldreiche Mittelgebirgslandschaft und wird siedlungsstrukturell wesentlich durch die Tallagen der das Stadtgebiet (durch-)querenden Flüsse Ennepe, Volme und Lenne geprägt. Die Reliefunterschiede nach Norden und Süden sind groß und verzeichnen Höhenunterschiede von bis zu 150 Metern.

Aufgrund dieser naturräumlichen Gegebenheit zeichnet sich die Stadt durch einen bandartigen Siedlungskörper aus, der sich im Westen entlang der L 700, im Süden entlang der B 54 und im Osten nördlich der B 7/L 743 erstreckt. Den Hauptsiedlungskörper bilden die Stadtbezirke Hagen-Nord, Hagen-Mitte sowie der nördliche Bereich des Stadtbezirks Eilpe/ Dahl.

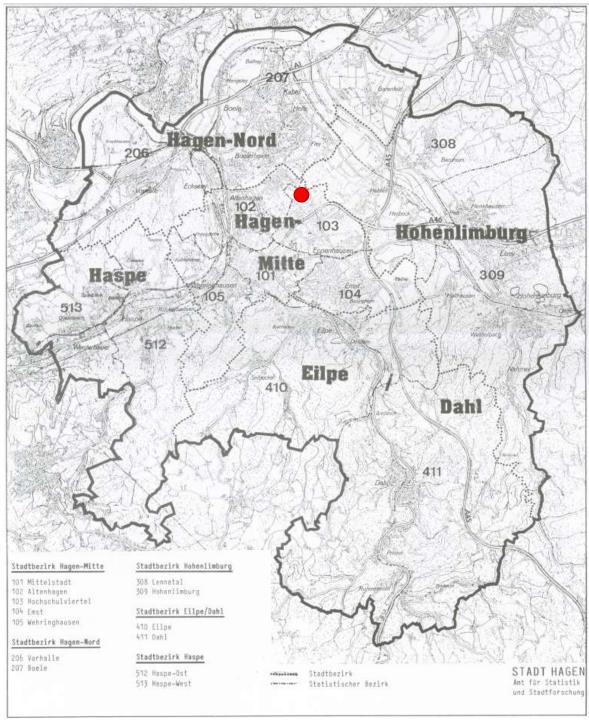
Die Stadt Hagen in ihrer heutigen Form geht auf die Gebietsreform im Rahmen des 1974 verabschiedeten "Gesetz zur Neugliederung der Gemeinden und Kreise des Neugliederungsraumes Sauerland/ Paderborn" (Sauerland/ Paderborn-Gesetz) zurück. Heute besteht das Stadtgebiet von Hagen aus den fünf Stadtbezirken Mitte, Nord, Haspe, Eilpe/ Dahl und Hohenlimburg, die insgesamt 13 statistische Bezirke umfassen.

Abbildung 8: Einwohner in der Stadt Hagen nach Stadtbezirken/ statistischen Bezirken

Stadtbezirk/ stat. Bezirk	Einwohner	Einwohner	
	abs.	in %	
Hagen-Mitte, darunter:	79.643	41	
Mittelstadt	21.950	11	
Altenhagen	18.560	10	
Hochschulviertel	12.401	6	
Emst	10.719	6	
Wehringhausen	16.013	8	
Hagen-Nord	38.167	19	
Hohenlimburg	29.375	15	
Eilpe/ Dahl	16.834	9	
Haspe	30.860	16	
Stadt Hagen	194.879	100	
Quelle: Stadt Hagen, Stand: 2018 (Wohn	bevölkerung)		



Abbildung 9: Hagener Stadtbezirke bzw. statistische Bezirke



Quelle: Stadt Hagen



Ihren Siedlungsschwerpunkt hat die Stadt Hagen im zentralen Stadtgebiet (Hagen-Mitte), das mit rd. 79.600 Einwohnern mit Abstand die höchste Einwohnerzahl und die höchste Einwohnerdichte aufweist. Insgesamt leben in der Stadt Hagen aktuell knapp 194.900 Einwohner.

Das Oberzentrum Hagen verzeichnet intensive arbeits- und einkaufsbezogene Beziehungen mit dem Umland. Diese sind insbesondere auf die in Hagen ansässigen Unternehmen wie Varta (bis 2000, seitdem Hawker-Batteries/EnerSys), die Douglas Holding, Europart Holding, Westfalia, Christ, Hussel, Stora Enso, Friedr. Gustav Theis Kaltwalzwerke, C.D. Wälzholz, SinnLeffers und Brandt (seit Jahr 2002 keine Produktion mehr in Hagen, nur noch Verwaltungssitz) zurückzuführen.

Einzelhandelsstrukturen

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer der Stadt Hagen 2019 liegt bei 92,9 %. Damit verfügt die Stadt über ein unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau. Die Zentralitätskennziffer 2019 zeigt mit einem Wert von 114,0 % eine übergemeindliche Ausstrahlungskraft der Einkaufsstadt.

Mit der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Hagen (2015) werden dreizehn zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen, die sich in ein Hauptzentrum (Hagen Innenstadt), vier Nebenzentren (Boele, Eilpe, Haspe und Hohenlimburg) sowie acht Nahversorgungszentren (Altenhagen, Altenhagen-Nord (Boeler Straße), Emst, Elsey, Helfe, Vorhalle, Wehringhausen und Westerbauer) gliedern.⁶

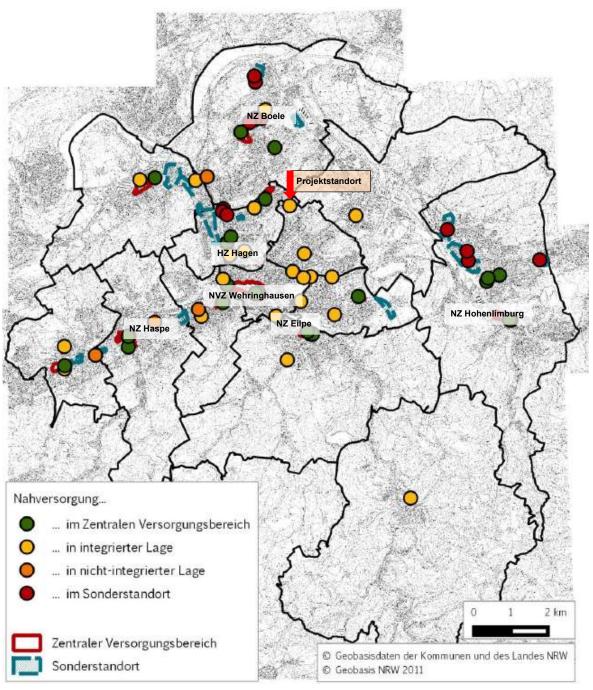
Während das Hauptzentrum gesamtstädtische und - als Oberzentrum - auch regionale Versorgungsfunktionen übernimmt, ist das Versorgungsangebot der Nebenzentren auf den jeweiligen Stadtbezirk ausgerichtet. Nahversorgungszentren sollen hingegen ein umfassendes Angebot im kurzfristigen Bedarf vorhalten. Die abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche übernehmen hinsichtlich ihres jeweiligen Angebotsspektrums somit unterschiedliche Versorgungsfunktionen.

Im Zentrensystem der Stadt Hagen wurden darüber hinaus die sechzehn Sonderstandorte Im Mühlenwert, Möbelpiraten, B1 Discount Baumarkt, Podi, Kaufland (Alexanderstraße), Eckeseyer Straße, Pettenkofer Straße, Poco (Am Ringofen), Becheltestraße, Real (Kabeler Straße), Schwerter Straße, Möbel BOSS (Feldmühlenstraße), Kaufland (Auf dem Lölfert), Berlet, Gartencenter Augsburg (Verbandsstraße) und Sonderstandort Haßleyer Insel (perspektivisch) ausgewiesen.

Vgl. CIMA, Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Hagen, 2015 Der Rat der Stadt Hagen hat die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes 2015 als städtebauliches Entwicklungskonzept zur Steuerung des Hagener Einzelhandels gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB am 11.01.2016 beschlossen.



Abbildung 10: Zentrenstruktur Stadt Hagen



Quelle: Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Hagen (2015) S. 72



5 Mikrostandort

Lage des Projektgrundstücks und Nutzungsumfeld

Der Edeka-Standort befindet sich in nördlicher Lage des Stadtteils Hochschulviertel. Nach Westen und Süden schließen sich große Wohngebiete in Hanglage des Fleyer Viertels und in Altenhagen-Nord an. Nördlich der Feithstraße sind der Fleyer Wald, der Campus der Fernuniversität Hagen und verschiedene öffentliche und dienstleistungsbezogene Einrichtungen (u. a. Kreispolizeibehörde, Niederlassung von IT.NRW, Zentrum für Transfusionsmedizin) ansässig.

Der Edeka-Markt wird im Einzelhandelskonzept der Stadt Hagen als "Nahversorger in integrierter Wohngebietslage" bewertet. In einem 700 Meter-Radius leben ca. 3.380 Einwohner, in einem 1.000 Meter-Radius leben bereits 6.720 Einwohner,⁷ sodass eine relativ hohe Bevölkerungsdichte festzustellen ist, obwohl sich nach Südwesten mit verschiedenen Kleingarten- und Parkanlagen und nach Norden mit dem Fleyer Wald große Grünflächen erstrecken.

Das Hochschulviertel weist mit Bäckereien/ Kiosken in Streulagen sowie mit den Lebensmittelmärkten Edeka (Untersuchungsobjekt) und Rewe (Lützowstraße) nur ein sehr geringes Nahversorgungsangebot auf. Ein zentraler Versorgungsbereich mit einer Konzentration von verschiedenen Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten in einem Geschäftszentrum existiert im Hochschulviertel nicht. Daraus resultiert auch die im Einzelhandelskonzept für das Hochschulviertel festgestellte unterdurchschnittliche Handelszentralität im Bereich der Nahversorgung.

Da im Hochschulviertel auch kein potenzieller Entwicklungsstandort für einen zentralen Versorgungsbereich besteht, wird die Weiterentwicklung der vorhandenen Nahversorgungsangebote empfohlen. Dabei soll – nach den Empfehlungen des Einzelhandelskonzeptes – eine Erweiterung der Märkte auf bis 1.500 m² Verkaufsfläche zur Standortsicherung möglich sein.

Für den nordwestlich angrenzenden Siedlungsbereich Altenhagen-Nord übernimmt das gleichnamige Nahversorgungszentrum mit einem eingeschränkten Nahversorgungsangebot (u. a. Markant Lebensmittelmarkt, Ladenhandwerk) und einem ergänzenden Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot (u. a. Apotheke, Optiker, Fachgeschäfte für Bettwaren und Elektrowaren, Gastronomie) Versorgungsfunktionen. Insbesondere der Lebensmittelmarkt Markant weist eine relativ kleine Ladengröße auf, die nur noch eingeschränkt dem marktüblichen Betriebstyp entspricht.

Der Entwurf des Einzelhandelserlasse führt zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten aus, dass diese i. d. R. noch in einer Gehzeit von 10-15 Minuten möglich sein soll. Dies entspricht in etwa einer fußläufigen Entfernung von 700 m - 1.000 m (vgl. Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben; Bauleitplanung und Genehmigung von Vorhaben (Einzelhandelserlass NRW), Gem. RdErl. d. Ministeriums für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung u. d. Ministeriums für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen (Entwurfsstand 22.01.2020, Seite 88)



Abbildung 11: Mikrostandort



Quelle: BBE-Darstellung 2020



Damit kommt dem ansässigen Edeka-Markt eine wichtige Nahversorgungsfunktion für das Hochschulviertel zu. Mit ca. 6.700 Einwohnern im fußläufig erreichbaren Umfeld ist auch ein starker Nahversorgungsbezug für den Standort ablesbar.

Verkehrliche Situation und Sichtbarkeit des Planstandortes

Dem Untersuchungsstandort ist die Haltestelle "Hoheleye" der Buslinien 514 und 543 unmittelbar und die Bushaltestelle "Polizeipräsidium" der Buslinien 515, 527 und 534 in einer Entfernung von ca. 150 Metern zugeordnet. Die Feithstraße (L 704) stellt eine wichtige innerstädtische Nord-Süd-Achse in der Stadt Hagen mit Anschluss an die Autobahnen A 1 im Norden, A 46 im Osten und A 45 im Süden dar. Die Fleyer Straße (K 3) fungiert als Erschließungsstraße für das Fleyer Viertel mit Anschluss an den Innenstadtring in Tallage. Für den Untersuchungsstandort ist damit eine sehr gute innerstädtische Verkehrsanbindung gegeben.

Genehmigungsrechtliche Situation

Der Planstandort befindet sich gemäß Regionalplan für den Regierungsbezirk Arnsberg innerhalb eines Allgemeinen Freiraum- und Agrarbereiches. Der Flächennutzungsplan der Stadt Hagen stellt für den Standort eine gemischte Baufläche dar.

Abbildung 12: Planungsrechtliche Situation – Regionalplan und Regionaler Flächennutzungsplan



Quelle: Regionalplan Arnsberg, Teilabschnitt Oberbereiche Hagen und Hagen, 2011

Quelle: Stadt Hagen, Stand April 2019

Der Bebauungsplan Nr. 1/92 (461) a "Fleyer Straße/ Feithstraße" setzt für den Planstandort des Edeka-Marktes ein Mischgebiet gemäß § 6 BauNVO fest. Damit ist ein großflächiger Einzelhandelbetrieb innerhalb der Bebauungsplanfestsetzungen nur genehmigungsfähig, wenn er nicht unter die Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO fällt, d. h., es müssen Anhaltspunkte für eine atypische Fallgestaltung geltend gemacht werden (vgl. Kapitel 7.3). Darüber hinaus ist das Vorhaben auf das Einhalten der Vorgaben der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Hagen zu prüfen.



Anderenfalls wäre eine Änderung des Bebauungsplanes notwendig. Im Rahmen des Bebauungsplanverfahrens ist zu untersuchen, ob im Falle der projektierten Erweiterung des Supermarktes mehr als unwesentliche Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgungsstrukturen in Hagen oder in umliegenden Städten und Gemeinden im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind. Darüber hinaus ist aufzuzeigen, ob die vorgesehene Bauleitplanung den landesplanerischen Zielen entspricht.



6 Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum der Stadt Hagen

Die Wettbewerbssituation wird im Wesentlichen durch die im Stadtbezirk Hagen-Mitte gelegenen zentralen Versorgungsbereiche sowie durch weitere solitäre Einzelhandelslagen in den Siedlungsbereichen Altenhagen, Eppenhausen und Eckesey geprägt. Darüber hinaus werden die Versorgungsstrukturen in den Stadtteilen Boele, Helfe und Emst in die Betrachtung aufgenommen.

Innerhalb des **Hochschulviertels** stellt der zu untersuchende Edeka-Markt den wichtigsten Nahversorger für das Fleyer Viertel dar. Im südlich angrenzenden Siedlungsbereich Eppenhausen übernehmen der Rewe-Ihr Kaufpark-Markt an der Lützowstraße (ca. 720 m²) sowie die Lebensmittelmärkte Penny (ca. 700 m²)⁸, Edeka (ca. 1.000 m²) und der Biomarkt Niemand (ca. 400 m²) entlang der Eppenhauser Straße gemeinsam mit Ladenhandwerksbetrieben Nahversorgungsfunktionen. Im Bereich Bülowstraße/ Leiblstraße ist ein Convenience Store ("90 Grad", ca. 250 m²) ansässig.

Das **Nahversorgungszentrum Altenhagen-Nord** erstreckt sich entlang der Boeler Straße. Mit dem Lebensmittelmarkt Markant (ca. 500 m² Verkaufsfläche) und einem ergänzenden Fachgeschäftsbesatz weist der Geschäftsbereich nur eine ausschnittweise Nahversorgungsausstattung auf. Innerhalb des Geschäftszentrums werden zwischenzeitlich relativ viele Geschäftslokale durch Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe belegt. Der Markant-Markt weist einen beengten Verkaufsraum sowie ein begrenztes Stellplatzangebot auf, sodass er vor allem der lokalen Versorgung dient.

Der Einzelhandelsbesatz im **Nahversorgungszentrum Altenhagen** konzentriert sich auf die Friedensstraße und die Zollstraße. Dabei kann der Verbundstandort von Edeka (ca. 1.850 m²) und Aldi (ca. 950 m²) im Bereich der Zollstraße eine große Ausstrahlungskraft entfalten, während die kleinteiligen Versorgungsstrukturen sowie die ansässige Netto-Filiale (ca. 500 m²) und der türkische Lebensmittelmarkt Saygi Markt (ca. 650 m²) vorwiegend der Nahversorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Umfeld dienen.

Außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche sind an **wohnungsnahen Standorten** ein attraktiver Aldi-Markt (Boeler Straße, ca. 1.200 m²) und ein lokal ausstrahlender Norma-Markt (Altenhagener Straße, ca. 750 m²) ansässig.

Der **Sonderstandort Alexanderstraße** weist mit dem Kaufland SB-Warenhaus (ca. 6.500 m²) einen Anbieter mit großem Einzugsgebiet auf. Im Standortumfeld sind die Lebensmittelmärkte Lidl und Penny (jeweils ca. 800 m²) sowie die Fachmärkte Kik, Fressnapf, Leuchten Bergenthal ansässig.

Für den Penny-Standort ist ein Abriss und Neubau des Gebäudes mit einer Erweiterung der Verkaufsfläche auf max. 1.000 m² geplant. In einem Obergeschoss soll auch eine Kindertagesstätte untergebracht werden.



Im statistischen Bezirk **Eckesey-Süd** belegen die Lebensmittelmärkte Lidl (ca. 800 m²) und Rewe-Ihr Kaufpark (ca. 2.600 m²) nicht-integrierte Standorte an der Schwerter Straße.

Dem im Einzelhandelskonzept abgegrenzten **innerstädtischen Hauptzentrum** sind ein Lidl-Markt (ca. 800 m²) im Schwenke-Center und ein Rewe-Markt in der Rathaus-Galerie (ca. 1.090 m²) sowie ab November 2019 ein Netto-Markt in der Volme-Galerie (ca. 800 m²) zugeordnet. Im Lebensmittelbereich sind in der Innenstadt darüber hinaus weitere Anbieter (u. a. Bäckereien, Metzgerei, Obst- & Gemüsehandel) vorhanden.

Im Umfeld des Hauptbahnhofs belegt Penny ein Ladenlokal im Graf-von-Galen-Karree (ca. 800 m²), das nicht dem Hauptzentrum zugeordnet ist.

Im **Nahversorgungszentrum Emst** ist eine Ausstattung vorhanden, die der Versorgung der in den umliegenden Wohngebieten lebenden Bevölkerung dient. Als Magnetbetrieb fungiert der relativ kleine Rewelhr Kaufpark-Supermarkt (ca. 550 m²). Perspektivisch ist die Schaffung eines Verbundstandortes von Supermarkt und Drogeriemarkt an der Haßleyer Straße geplant.

Einen ergänzenden Versorgungsstandort in Emst-West übernimmt der Aldi-Markt am Standort Wasserloses Tal (ca. 700 m²).⁹

Das **Nahversorgungszentrum Helfe** stellt das geplante Geschäftszentrum des als Gartenvorstadt angelegten gleichnamigen Stadtteils dar. Neben kleinteiligen Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten ist der Rewe-Ihr Kaufpark-Markt (ca. 800 m²) der Magnetbetrieb.

Im Stadtteil **Boele** erstreckt sich ein **Nebenzentrum** rund um den Boeler Marktplatz. Das Nahversorgungsangebot im Geschäftszentrum beschränkt sich auf einen Edeka Lebensmittemarkt (ca. 1.600 m²), einen Rossmann Drogeriemarkt und ergänzenden kleinteiligen Einzelhandel.

Nordöstlich schließt sich der **Sonderstandort Schwerter Straße** an, der neben Fachmärkten mit nichtzentrenrelevanten Sortimenten (u. a. Baumarkt) auch eine Konzentration von Lebensmittelmärkten (Netto mit ca. 600 m², Lidl mit ca. 700 m² und Aldi mit ca. 1.200 m² nach Fertigstellung des Neubaus) aufweist.

-

⁹ Es ist eine Erweiterung der Aldi-Filiale auf ca. 1.000 m² Verkaufsfläche geplant.



Abbildung 13: Wettbewerbssituation



Quelle: BBE-Darstellung 2019



Abbildung 14: Lebensmittelmärkte im Untersuchungsraum

Standort	Verkaufsfläche	Umsatz
	in m²	in Mio. €
Wohnungsnaher Standort Eppenhausen (Rewe-Ihr Kaufpark, Edeka, Penny, Biomarkt Niemand, 90 Grad Convenience Stores)	3.070	16,0
Nahversorgungszentrum Altenhagen-Nord (Markant)	500	1,9
Nahversorgungszentrum Altenhagen (Edeka, Aldi, Netto, Saygi)	3.950	18,9
Wohnungsnaher Standort Altenhagen (Aldi, Norma)	1.950	11,1
Sonderstandort Alexanderstraße (Kaufland, Lidl, Penny)	8.100	42,7
Hauptzentrum Innenstadt (Rewe-Ihr Kaufpark, Lidl, Netto)	2.790	15,3
Wohnungsnaher Standort Mitte (Penny)	800	3,9
Nahversorgungszentrum Emst (Rewe-Ihr Kaufpark)	550	2,5
Wohnungsnaher Standort Emst (Aldi)	700	4,5
Nahversorgungszentrum Helfe (Rewe-Ihr Kaufpark)	800	3,8
Nebenzentrum Boele (Edeka)	1.600	7,0
Sonderstandort Schwerter Straße (Aldi, Lidl, Netto)	2.500	15,5
Nicht-integrierter Standort Eckesey-Süd/ Schwerter Straße (Rewe-Ihr Kaufpark, Lidl)	3.400	15,0
Untersuchungsraum gesamt	30.710	158,1

Im **Fazit** zeigt sich im Untersuchungsraum des Hochschulviertels eine unterdurchschnittliche Lebensmittelmarktausstattung, sodass die projektierte Erweiterung des als Nahversorger fungierenden Edeka-Marktes eine Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung und eine Reduzierung des örtlichen Kaufkraftabflusses an andere Standorte auslösen wird.

Als wesentliche Wettbewerber des zu erweiternden Nahversorgers sind damit die Lebensmittelmärkte zu betrachten, die eine Ausstrahlungskraft über die lokale Bevölkerung hinaus entfalten können. Dies sind vor allem die attraktiven modernen Lebensmittelmärkte (u. a. Verbundstandort Edeka/ Aldi an der Zollstraße in Altenhagen, Kaufland am Sonderstandort Alexanderstraße), die aktuell von den Kunden aus dem Hochschulviertel aufgrund einer mangelnden "eigenen" marktgerechten Nahversorgungsausstattung aufgesucht werden. Die Wettbewerbswirkungen für die anderen der lokalen Versorgung dienenden Anbieter (u. a. in Eppenhausen, Altenhagen-Nord) werden hingegen deutlich geringer ausfallen, da die Lebensmittelmärkte hinsichtlich Größe, Angebotsvielfalt, Erreichbarkeit und Stellplatzangebot nur eingeschränkt Kunden aus einem größeren räumlichen Umfeld binden können.



7 Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung

7.1 Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial

Das Einzugsgebiet umfasst den Raum, in dem die Verbraucher überwiegend bzw. zu großen Teilen das Planvorhaben aufsuchen werden. Es stellt damit den städtischen Teilraum dar, in dem das Erweiterungsvorhaben eine hohe Versorgungsbedeutung bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten übernehmen wird.

Unter Berücksichtigung der Angebots- und Nachfragesituation wird gutachterlicherseits das Einzugsgebiet für das Untersuchungsobjekt abgegrenzt. Dabei sind für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung grundsätzlich folgende Faktoren von Bedeutung:

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung in den geplanten Sortimentsbereichen,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand, 10
- die projektrelevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Anbieter im Standortumfeld.
- die Attraktivität der Projektvorhaben, die u. a. durch die Dimensionierung, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad der Betreiber bestimmt wird,
- die Qualität des Projektstandortes, die u. a. aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten sowie aus vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen ausgehend von z. B. topographischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten,
- traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung,
- die zentralörtliche Funktion der Stadt bzw. des Stadtteils.

Ein Einzugsgebiet ist grundsätzlich nicht als statisches Gebilde anzusehen, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil eines Betriebes stammt. Darüber hinaus können diffuse Zuflüsse von außerhalb erwartet werden. Für den zu untersuchenden Lebensmittel-Supermarkt am Standort Fleyer Straße sind folgende Faktoren für die (perspektivische) Reichweite des Kundenherkunftsgebietes von Bedeutung:

Mit zunehmender Häufigkeit der Bedarfsdeckung und abnehmendem spezifischen Wert des nachgefragten Gutes nimmt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand ab. Demzufolge sind bei einem Angebot der Grundversorgung die Aktionsradien räumlich enger als bei Angeboten des längerfristigen Bedarfsbereichs (z. B. Möbelsortiment).



- Aufgrund des nahversorgungsbezogenen Angebotsschwerpunktes (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) des Supermarktes stellt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand für die Ausdehnung des (perspektivischen) Einzugsgebietes einen begrenzenden Faktor dar.
- Die nächstgelegenen Wettbewerber (Lebensmittelsupermärkte) stellen der Markant-Markt in Altenhagen-Nord, der Rewe-Ihr Kaufpark-Markt an der Lützowstraße sowie die Edeka-Märkte an den Standorten Zollstraße und Eppenhauser Straße dar, sodass das Vorhaben nur eine geringe Ausstrahlungskraft auf das weitere Stadtgebiet entfalten wird.
- Der Planstandort ist einer bedeutsamen Durchfahrtstraße (Feithstraße) zugeordnet, sodass das Planvorhaben Streuumsätze mit Kunden aus anderen Herkunftsräumen generieren kann.

Dem Einzugsgebiet des Edeka-Marktes sind die angrenzenden Siedlungsbereiche des Hochschulviertels (Fleyer Viertels) und von Altenhagen-Nord in einem fußläufigen erreichbaren 1.000 Meter- Radius als **Kerneinzugsgebiet** (Zone 1) zuzuordnen. Hier leben aktuell **ca. 6.700 Einwohner**.

Aufgrund der siedlungs- und versorgungsstrukturellen Situation kann der modernisierte Supermarkt zukünftig auch ein **erweitertes Einzugsgebiet** erreichen, das die angrenzenden Siedlungsbereiche des (südlichen) Fleyer Viertels sowie von Eppenhausen und Halden/Herbeck umfasst (vgl. Abbildung 15). In dieser Zone 2 leben ca. 8.900 Einwohner, für die der projektierte Edeka-Markt eine ergänzende Supermarktversorgung sicherstellen kann.

Das **vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen** errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag von aktuell ca. 2.770 € für nahversorgungsrelevante Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren), gewichtet mit der stadtspezifischen Kaufkraftkennziffer.

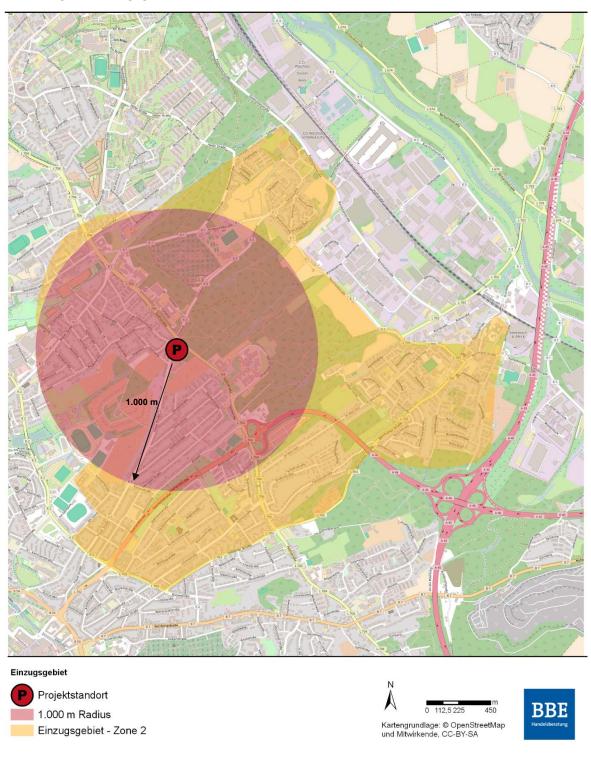
Die Höhe der **Kaufkraftkennziffer** wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer stellt unabhängig von der Gemeindegröße das Verhältnis des in Hagen verfügbaren Nettoeinkommens zum Gesamteinkommen in Deutschland dar, welches für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht. Die Kaufkraftkennziffer für nahversorgungsrelevante Sortimente im Untersuchungsbereich der Stadt Hagen liegt bei 96,6 und somit leicht unter dem Bundesdurchschnitt (100,0).¹¹

_

Vgl. MB-Research, Kaufkraft nach Sortimenten 2019, Kaufkraftkennziffern für Nahrungs- und Genussmittel/ Drogeriewaren im PLZ-Bereich 58097



Abbildung 15: Einzugsgebiet des Planvorhabens



Quelle: BBE-Darstellung 2020



Unter Berücksichtigung der erläuterten Parameter steht im Nahbereich (Zone 1) ein **Kaufkraftvolumen** in Höhe von ca. 18,0 Mio. € im Jahr für die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren zur Verfügung. Im erweiterten Einzugsgebiet (Zone 2) stehen darüber hinaus ca. 23,8 Mio. € nahversorgungsrelevante Kaufkraft zur Verfügung.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass sich das Einzugsgebiet des Planvorhabens auf die zentralen Siedlungsbereiche des Hochschulviertels bezieht. Aus der Verkehrslage resultieren Umsätze mit Kunden aus entfernten Siedlungsbereichen; diese finden im Folgenden als diffuse Streuumsätze Berücksichtigung.

7.2 Marktabschöpfung und Umsatzleistung des Planvorhabens

Die Einschätzung der durch die geplante Erweiterung zu erwartenden (Mehr-)Umsätze bildet die Voraussetzung für die Prognose der ausgelösten Umsatzumlenkungen und der hierdurch möglicherweise hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen.

Die Umsatzerwartung des Planvorhabens hängt zunächst von der Verkaufsflächengröße und von der Sortimentsaufteilung ab. Hinzu kommen aber auch die Gesamtattraktivität des Standortes sowie die standortbezogene Wettbewerbsintensität.

Unter Berücksichtigung der vorhandenen Wettbewerbsstrukturen im Untersuchungsraum werden die von dem erweiterten Lebensmittelmarkt innerhalb der Teilräume des Einzugsgebietes realisierbaren Marktanteile (Kaufkraftbindungsguoten) prognostiziert und auf dieser Basis der zu erwartende Umsatz abgeleitet.

Unter Berücksichtigung dieser Faktoren kann der neu aufgestellte Supermarkt im Naheinzugsgebiet (Zone 1) eine Kaufkraftbindung von ca. 21 % bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten erreichen (ca. 3,8 Mio. €). Im weiteren Siedlungsbereich des Hochschulviertels (Zone 2) ist aufgrund der räumlichen Entfernung und der Wettbewerbsüberschneidungen mit anderen Lebensmittelmärkten eine Kaufkraftbindung von ca. 8 % realistisch (ca. 1,9 Mio. €).

Als (diffuse) Streuumsätze können darüber hinaus ca. 13 % des Umsatzes (ca. 0,9 Mio. €) erwirtschaftet werden. Insgesamt entspricht dies einem Umsatz mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten von ca. 6,6 Mio. €. Auf die Nonfood-Sortimente des Lebensmittelsupermarktes (vor allem Zeitungen, Schreib- und Haushaltswaren) entfallen zudem ca. 5 % des Umsatzes (ca. 0,4 Mio. €).

Für den geplanten Lebensmittelsupermarkt (ca. 1.500 m² Verkaufsfläche) ist ein Umsatzvolumen von rd. 7,0 Mio. € zu prognostizieren, sodass der Markt mit ca. 4.650 € je m² Verkaufsfläche eine supermarktty-



pisch hohe Flächenleistung und auch innerhalb des Edeka-Filialnetzes eine überdurchschnittliche Umsatzleistung erzielen wird.¹² Die angesetzten Marktanteile sind angesichts der Wettbewerbs- und Siedlungsstruktur als Worst-Case-Ansatz zu bewerten.

Abbildung 16: Marktanteile des erweiterten Lebensmittelsupermarktes

Bereich/ Ortsteil	Kaufkraft- potenzial	Kaufkraftbin- dungsquote	Erwarteter Umsatz	Umsatzanteil
	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %
Zone 1 (1.000 m-Nahbereich)	18,0	21	3,8	54
Zone 2 (angrenzende Siedlungsbereiche des Hochschulviertels)	23,8	8	1,9	27
Diffuse Umsatzzuflüsse	./.	J.	0,9	13
Nahversorgungsrelevante Kernsortimente gesamt	41,8	.I.	6,6	94
Nonfood-Sortimente	J.	J.	0,4	6
Summe	J.	J.	7,0	100

Quelle: BBE-Berechnungen 2019, Rundungsdifferenzen möglich

Die BBE-Gutachter gehen davon aus, dass der bestehende Edeka-Markt mit ca. 770 m² Verkaufsfläche unter Berücksichtigung der Standortqualität, der Angebotssituation sowie des im Einzugsgebiet vorhandenen Bevölkerungs- bzw. Kaufkraftpotenzials einen Umsatz von ca. 4,5 Mio. € pro Jahr erzielt, der im Filialnetz einer deutlich überdurchschnittlichen Flächenleistung (ca. 5.800 € je m² Verkaufsfläche) entspricht. Im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung wird für den Fall der Verkaufsflächenerweiterung um ca. 730 m² von einem Umsatzzuwachs ausgegangen, welcher bei einem unveränderten Sortiment nur aus einer Attraktivitätssteigerung resultieren kann. So wird im Folgenden für das Planvorhaben nach erfolgter Verkaufsflächenerweiterung auf ca. 1.500 m² ein Umsatz von max. 7,0 Mio. € unterstellt. Dies entspricht einem jährlichen Mehrumsatz von max. 2,5 Mio. €.

Im Fazit dient auch der erweiterte Supermarkt vor allem der Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung im Hagener Hochschulviertel, das nur über ein begrenztes wohnungsnahes Versorgungsangebot verfügt.

12 Im Durchschnitt erzielen die deutschen Supermärkte eine Flächenleistung von ca. 4.310 € je m² Verkaufsfläche (vgl. EHI Handelsdaten aktuell 2019). Die Edeka-Filialen erreichen auf einer Verkaufsfläche von durchschnittlich ca. 1.240 m² einen Durchschnittsumsatz von ca. 5,5 Mio. € (vgl. Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report Germany 2019/2020).



7.3 Exkurs: Prüfung einer atypischen Fallgestaltung

Der Projektstandort liegt im Geltungsbereich eines Bebauungsplans, der Mischgebiete gemäß § 6 BauNVO festsetzt. Eine Genehmigungsfähigkeit des Vorhabens mit. 1.500 m² Verkaufsfläche außerhalb eines Kern- oder Sondergebietes ist dann gegeben, wenn die Vermutungsregel des § 11 Abs. 3 BauNVO widerlegt und damit eine "atypische Fallgestaltung" begründet werden kann.¹³

Anhaltspunkte für eine Widerlegung der Vermutungsregel können sich in erster Linie aus dem Standort des Betriebes und der betrieblichen Eigenart, insbesondere aus dem Warenangebot ergeben. Insofern kann eine Atypik aus betrieblichen oder städtebaulichen Besonderheiten des konkreten Sachverhaltes resultieren.

Bei der Prüfung einer atypischen Fallgestaltung ist im vorliegenden Fall auf städtebauliche Besonderheiten abzustellen. Für den projektierten Edeka-Markt ergibt sich folgende Bewertung:

- Das Sortiment muss sich zu mindestens 90 % der Verkaufsfläche auf nahversorgungsrelevante Angebote (i. d. R. Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren) beziehen.
 - Edeka-Märkte sind dem Betriebstyp Lebensmittelsupermarkt zuzuordnen, die typischerweise ein umfassendes Angebot bei Nahrungs- und Genussmitteln sowie Drogeriewaren (nahversorgungsrelevante Sortimente) aufweisen. Das "Nonfood-Sortiment" beschränkt sich auf wenige Artikel der Sortimente Zeitungen, Schreib- und Haushaltswaren u. a. Damit werden die nahversorgungsrelevanten Sortimente des projektierten Edeka-Marktes deutlich mehr als 90 % der Verkaufsfläche belegen.
- Der Standort des Marktes muss städtebaulich integriert sein, d. h., er liegt entweder in einem abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich oder in einem Wohnsiedlungsgebiet. Gleichzeitig muss das Vorhaben der Nahversorgung dienen und darf keine zentralen Versorgungsbereiche gefährden.
 - In der Fortschreibung des Einzelhandel- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Hagen (2015) wird der Edeka-Standort als Nahversorger in integrierter Wohngebietslage definiert.

Durch die direkte Zuordnung zu den Wohnsiedlungsgebieten des Fleyer Viertels/von Altenhagen-Nord (ca. 6.700 Einwohner im fußläufig erreichbaren Nahbereich) ist der zu untersuchende Edeka-Markt als wohnungsnaher Versorgungsstandort zu bewerten. Er sichert die Nahversorgung im zentralen Siedlungsbereich des Hochschulviertels, in dem keine zentralen Versorgungsbereiche vorhanden sind.

Darüber hinaus ist zu prüfen, ob eine Befreiung von den Vorgaben zum Maß der Nutzung und den festgesetzten Baufeldern möglich ist.



■ Der Standort muss verbrauchernah sein; d. h., der Lebensmittelmarkt muss der Sicherung der verbrauchernahen Versorgung dienen.

Das OVG Lüneburg (Beschluss vom 28.09.2015 – 1 MN 144/15 – BauR 2015, 1944) geht davon aus, dass eine wohnortnahe Versorgung gegeben ist, wenn mindestens 50 % des nahversorgungsrelevanten Umsatzes durch Kaufkraftabschöpfung aus dem Nahbereich, also in fußläufiger bzw. entsprechend weiter zu ziehender Entfernung, generiert werden. In Kapitel 7.2 konnte dargelegt werden, dass das Planvorhaben ca. 54 % seines nahversorgungsrelevanten Umsatzes durch Kaufkraftabschöpfung im Nahbereich (1.000 Meter-Radius) generiert, sodass entsprechend der Vorgaben der Rechtsprechung von einem so hohen Nahversorgungsbezug des Marktes ausgegangen werden kann, dass eine Atypik begründet werden kann. In der Gegenüberstellung von nahversorgungsrelevantem Planumsatz des Edeka-Marktes von max. 6,6 Mio. € (Gesamtumsatz unter Berücksichtigung der Nonfood-Sortimente ca. 7,0 Mio. €) und entsprechender Kaufkraft von rd. 18,0 Mio. € wird deutlich, dass mit einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von ca. 37 % der vom Einzelhandelserlass vorgeschlagene 35 %-Orientierungswert nur geringfügig überschritten wird.

Im Fazit kann festgehalten werden, dass die Voraussetzungen einer atypischen Fallgestaltung - einer überdurchschnittlich hohen Kaufkraftpotenzialbasis im direkt angebundenen siedlungsstrukturellen Umfeld - am Standort Fleyer Straße gegeben sind. Gegebenenfalls können damit Ansatzpunkte für die Genehmigung des Erweiterungsvorhabens innerhalb des im Bebauungsplan festgesetzten Mischgebietes aufgrund einer städtebaulichen Atypik geltend gemacht werden. Da das im Bebauungsplan festgesetzte Maß der Nutzung und die festgesetzten Baufelder überschritten werden sollen, ist zudem zu prüfen, ob eine Befreiung von diesen Festsetzungen des Bebauungsplanes möglich ist.



8 Auswirkungsanalyse

8.1 Umsatzumverteilungseffekte

Im vorherigen Abschnitt wurde dargelegt, welche Marktanteile das Planvorhaben im projektrelevanten Einzugsgebiet erreichen wird und somit aufgezeigt, welche Versorgungsbedeutung der erweiterte Edeka-Markt am Standort Hagen-Hochschulviertel übernehmen kann.

Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind jedoch die durch das Erweiterungsvorhaben induzierten Umverteilungseffekte für die ansässigen Betriebe relevant. Dabei ist grundsätzlich das Gesamtvorhaben zu berücksichtigen.

Da die Bestandsfiliale am Standort allerdings bereits langjährig ansässig ist und ihre Wettbewerbswirkungen somit bereits in der Vergangenheit entfaltet hat, ist im Zuge des geplanten Erweiterungsvorhabens nur der zu erwartende Mehrumsatz zu berücksichtigen, der sich aus der Attraktivitätssteigerung infolge der Flächenerweiterung ergibt und der zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern/ Wettbewerbsstandorten umverteilt wird.

Im Falle der geplanten Erweiterung des Edeka Supermarktes am Standort Hagen-Hochschulviertel ist ein Mehrumsatz in Höhe von maximal 2,5 Mio. € zu erwarten. Bei der Einschätzung der zu erwartenden Umsatzverlagerungseffekte werden folgende Annahmen zugrunde gelegt:

- Die durch die Erweiterungsplanung hervorgerufenen Umsatzverlagerungen gehen in erster Linie zu Lasten derjenigen Wettbewerber, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen. Dies bedeutet, dass als Hauptwettbewerber des Edeka-Marktes in erster Linie größere Lebensmittel(-super)märkte anzusehen sind.
- Mit zunehmender Entfernung des Projektstandortes nimmt die Stärke der Umsatzverlagerungseffekte ab. Dies bedeutet, dass Einzelhandelsbetriebe im näheren Umfeld des Projektstandortes stärker von Umsatzverlagerungen betroffen sind als weiter entfernt gelegene Einzelhandelsbetriebe.

Dieser Annahme liegt der Erfahrungswert zugrunde, dass für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben mit zunehmender Zeitdistanz und dem hiermit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird. Die Zeitdistanzempfindlichkeit der einzelnen Sortimente ist jedoch unterschiedlich und wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt. So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs - wie z. B. Lebensmittel und Drogeriewaren - aufgrund des relativ niedrigen Warenwertes sowie der vergleichsweise hohen Einkaufshäufigkeit eine hohe Zeitdistanzempfindlichkeit auf. Die Folge hiervon ist, dass bereits nach relativ geringer Zeitdistanz die Nachfrage nach diesen Gütern deutlich abnimmt.



Grundsätzlich wären städtebaulich bedeutsame Auswirkungen dann anzunehmen, wenn es durch die projektierte Neuaufstellung des Lebensmittelmarktes zu einer Störung der Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche und der wohnungsnahen Versorgungsstrukturen in Hagen und ggf. in Nachbarkommunen käme. Dies wäre vor allem dann der Fall, wenn ein frequenzstarker Lebensmittelmarkt schließen müsste und damit die Funktionsvielfalt eines Zentrums oder der wohnungsnahen Versorgung eingeschränkt würde.

Die Wettbewerbswirkungen werden sich auf die nächstgelegenen Wettbewerber mit einem vergleichbaren Angebot beziehen. Demgemäß sind vor allem die Lebensmittelmärkte im Nahversorgungszentrum Altenhagen (vor allem der Standortverbund Edeka/ Aldi) von Wettbewerbswirkungen (Umverteilung ca. 0,9 Mio. €, gleichbedeutend ca. 5 % des Umsatzes) betroffen. Auch die kleineren Nahversorger im Umfeld (Eppenhausen, Altenhagen-Nord) werden von Umverteilungseffekten von ca. 3 − 5 % des Umsatzes betroffen sein. Dies resultiert vor allem daraus, dass diese Betriebe überwiegend der lokalen Versorgung dienen, jedoch nur geringe Umsatzzuflüsse aus dem Fleyer Viertel generieren können.

Die Lebensmittelmärkte am Sonderstandort Alexanderstraße übernehmen ergänzende Versorgungsfunktionen für den Untersuchungsraum. So werden bei Neuaufstellung des Edeka-Marktes für diese Lebensmittelanbieter Umsatzumverteilungen von ca. 0,5 Mio. € (gleichbedeutend 1 % des derzeitigen Umsatzes) prognostiziert. Gleiches gilt auch für die Lebensmittelmärkte an wohnungsnahen Standorten im Stadtteil Altenhagen (Umverteilung ca. 0,2 Mio. € bzw. 2 % des Umsatzes).

Das Lebensmittelangebot in der Hagener Innenstadt übernimmt auch Nahversorgungsfunktionen für den Untersuchungsraum, kann jedoch ein deutlich größeres Marktgebiet abdecken, sodass sich die zu erwartenden Umsatzverluste auf ca. 0,2 Mio. € bzw. 1 % des Umsatzes belaufen werden.

Die sonstigen zentralen Versorgungsbereiche bzw. wohnungsnahen Versorgungsstandorte u. a. in Emst, Helfe und Boele werden von der Erweiterung eines auf die Nahversorgung ausgerichteten Lebensmittelmarktes – wenn überhaupt – nur in marginalem Umfang tangiert.

Insgesamt werden ca. 1,2 Mio. € des zu erwartenden Mehrumsatzes gegenüber Wettbewerbern in zentralen Versorgungsbereichen der benachbarten Stadtteile und ca. 0,6 Mio. € gegenüber Wettbewerbern an wohnungsnahen Standorten umverteilt (vgl. Abbildung 17). Darüber hinaus ist aufgrund der geringen Lebensmittelmarktausstattung im Untersuchungsraum eine Umverteilung für Pkw-orientierte Sonderstandorte (ca. 0,5 Mio. €) sowie eine diffuse Umverteilung für andere Lebensmittelmarktstandorte (ca. 0,2 Mio. €) zu erwarten. Hierbei handelt es sich vor allem um derzeit abfließende Kaufkraft aus dem Einzugsgebiet, die aus der unterdurchschnittlichen Lebensmittelmarktausstattung im Hagener Hochschulviertel resultiert.



Abbildung 17: Umverteilungseffekte des Planvorhabens

in Mio. € 16,0 1,9 18,9 11,1 42,7	in Mio. € 0,4 0,1 0,9 0,2	in % des Umsatzes 3 5 2
1,9 18,9 11,1	0,1	5 5
18,9 11,1	0,9	5
11,1		
	0,2	2
42.7		
74,1	0,5	1
15,3	0,2	1
3,9	(*)	(*)
2,5	(*)	(*)
4,5	(*)	(*)
3,8	(*)	(*)
7,0	(*)	(*)
15,5	(*)	(*)
15,0	(*)	(*)
./.	0,2	
J.	2,5	J.
	3,9 2,5 4,5 3,8 7,0 15,5 15,0 ./.	15,3

Im Fazit ist festzuhalten, dass der erweiterte Edeka-Markt einer Verbesserung des wohnungsnahen Versorgungsangebotes im Hochschulviertel dienen wird. Aufgrund des bestehenden Angebotsdefizites im Untersuchungsraum werden sich die Wettbewerbswirkungen auf eine Vielzahl von Betrieben in den benachbarten Stadtteilen beziehen, die aktuell von Kaufkraftzuflüssen aus dem Hochschulviertel profitieren.

Angesichts der Höhe des maximalen Mehrumsatzes von ca. 2,5 Mio. € kann ein Umschlagen von wettbewerblichen in städtebaulich bedeutsame Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die sonstigen Versorgungsstrukturen im Untersuchungsraum der Stadt Hagen ausgeschlossen werden. Das



Erweiterungsvorhaben ist geeignet, die Nahversorgung im Hochschulviertel bedarfsgerecht weiterzuentwickeln, ohne Versorgungsstrukturen anderenorts zu gefährden.

8.2 Städtebauliche Bewertung der geplanten Edeka-Erweiterung

Für die städtebauliche Bewertung des Erweiterungsvorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden oder die Nahversorgung in Wohngebieten nachteilig beeinflusst wird. 14 Diese negativen Auswirkungen wären zu unterstellen, wenn infolge der geplanten Erweiterung des Lebensmittelmarktes solche Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können. Die Entwicklungsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen wäre dann beeinträchtigt, wenn bei Realisierung der Projektplanung die Chancen bestehender Betriebe zur Anpassung an Marktentwicklungen oder die Entwicklungschancen zum Ausbau zentraler Versorgungsbereiche eingeschränkt würden.

Städtebaulich relevante Auswirkungen liegen somit regelmäßig dann vor, wenn

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

Die BBE Handelsberatung GmbH vertritt die gutachterliche Einschätzung, dass durch die geplante Erweiterung des Edeka Lebensmittelmarktes am Standort Hagen-Hochschulviertel keine mehr als unwesentlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sowie die wohnungsnahe Versorgung gemäß § 11

Die Einschätzung städtebaulicher Auswirkungen wird an die Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO angelehnt, wonach sich Einzelhandelsbetriebe "nicht nur unwesentlich" auswirken dürfen. Noch nicht abschließend geklärt ist, ab welcher Höhe des Schwellenwertes gravierende Auswirkungen auftreten können. In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis hat sich als quantitative Orientierungsgröße etabliert, dass bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust von 10 %, bei anderen Sortimenten von 20 % als abwägungsrelevant angesehen wird. Bis zu diesen Abwägungsschwellenwerten ist regelmäßig davon auszugehen, dass sich keine erheblichen städtebaulichen Folgen ergeben werden. Es müssen jedoch weitere qualitative Indikatoren geprüft werden, um die Auswirkungen des Vorhabens beurteilen zu können.

Liegen z. B. bereits erhebliche Vorschädigungen vor, die sich durch Leerstände oder die Schließung früherer sog. Frequenzbringer äußern, kann im Einzelfall auch bei Umsatzverteilungen von weniger als 10 % vom Vorliegen negative Auswirkungen ausgegangen werden.



Abs. 3 BauNVO in Hagen sowie in umliegenden Städten und Gemeinden zu erwarten sind. Folgende Gründe sprechen zusammenfassend für diese Einschätzung:

- Es handelt sich um eine standortsichernde Maßnahme eines strukturprägenden Nahversorgungsbetriebes an einem eingeführten und im Einzelhandelskonzept ausgewiesenen Nahversorgungsstandort. Die Versorgungsfunktionen werden sich auch nach der projektierten Erweiterung vor allem auf die benachbarten Siedlungsbereiche beziehen.
- Durch die geplante Edeka-Erweiterung werden nur vergleichsweise geringe Umverteilungseffekte innerhalb der untersuchungsrelevanten zentralen Versorgungsbereiche und gegenüber den wohnungsnahen Versorgungsstrukturen ausgelöst, sodass die Wettbewerbswirkungen nicht die wirtschaftliche Tragfähigkeit einzelner Betriebe in Frage stellen. Städtebaulich relevante Auswirkungen sind somit nicht zu erwarten. Hierbei ist von Bedeutung, dass die Lebensmittelmärkte in den benachbarten Stadtteilen ergänzende Versorgungsfunktionen für die Bevölkerung im untersuchungsrelevanten Nahversorgungsbereich übernehmen.
- Die Entwicklungsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Hagen wird durch das Erweiterungsvorhaben nicht eingeschränkt. Dies ist darauf zurückzuführen, dass es sich um einen Nahversorgungsbetrieb ohne größere räumliche Ausstrahlungskraft handelt, sodass andere zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Entwicklungsfähigkeit nicht tangiert werden.
- Auch für die anderen Nahversorgungsstandorte in den benachbarten Siedlungsbereichen sind keine Beeinträchtigungen der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zu erwarten, da durch das Planvorhaben keine wesentlichen Kundenumlenkungen in den jeweiligen Marktgebieten ausgelöst werden.
- Aufgrund der Dimensionierung des Untersuchungsobjektes sind wesentliche Marktwirkungen für die Nachbarstädte und damit negative übergemeindliche Auswirkungen für zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung auszuschließen.

Damit können "mehr als unwesentliche Auswirkungen" auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung in Hagen und den Nachbarstädten gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO aufgrund der Vorhabenausrichtung auf die wohnungsnahe Versorgung ausgeschlossen werden.

8.3 Einordnung des Vorhabens in die Ziele des Landesentwicklungsplans

Mit dem Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen bestehen Ziele und Grundsätze der Raumordnung, die im Rahmen eines Bauleitplanverfahrens in der Abwägung beachtet (Ziele) bzw. berücksichtigt (Grundsätze) werden müssen:



Ziel 6.5-1: Standorte nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen

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

Der Regionalplan stellt für den Planstandort einen **Allgemeinen Agrar- und Freiraumbereich** dar, während der Flächennutzungsplan der Stadt Hagen – entsprechend der bestehenden Nutzung – eine gemischte Baufläche ausweist, sodass Abweichungen zwischen den planerischen Rahmensetzungen bestehen.

Da es sich um eine bestandsbezogene Weiterentwicklung eines vorhandenen Gebäudes handelt, ist der Umgang mit diesem landesplanerischen Ziel mit der Regionalplanungsbehörde abzustimmen.

Ziel 6.5-2: Zentrenrelevante Kernsortimente: Standorte nur in zentralen Versorgungsbereichen

Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur:

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

dargestellt und festgesetzt werden.

Zentrenrelevant sind

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

Ausnahmsweise dürfen Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden, wenn nachweislich:

 eine Lage in den zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere der Einhaltung gewachsener baulicher Strukturen oder der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild nicht möglich ist und



- die Bauleitplanung der Gewährleistung einer wohnungsnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und
- zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Der Planstandort befindet sich außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches, insofern ist zu prüfen, ob die **Ausnahmeregelung für den Lebensmitteleinzelhandel** anzuwenden ist:

Die geplante Erweiterung des ansässigen Edeka-Marktes ist als Sicherung der Nahversorgung im Hochschulviertel zu bewerten. Dem Stadtteil sind keine zentralen Versorgungsbereiche zugeordnet, sodass wohnungsnahe Versorgungsstandorte alleine die Grundversorgung der Bevölkerung sicherstellen sollen. Demgemäß empfiehlt das Hagener Einzelhandelskonzept eine Modernisierung und Erweiterung der bestehenden Lebensmittelmärkte.

Der projektierte Edeka-Markt übernimmt unter quantitativen und räumlichen Aspekten somit – gemeinsam mit dem Rewe-Ihr Kaufpark-Markt an der Lützowstraße – eine wichtige Ergänzungsfunktion im Versorgungsnetz der städtischen Nahversorgung für das Hochschulviertel.

Auch die geplante Dimensionierung des Marktes – bezogen auf das nahversorgungsrelevante Nachfragepotenzial im fußläufig erreichbaren Nahbereich – ist als maßstabsgerecht zu bewerten. Unter Berücksichtigung des Einwohner- bzw. Kaufkraftpotenzials im 1.000 m-Radius (ca. 6.700 Einwohner/ ca. 18,0 Mio. € nahversorgungsrelevante Kaufkraft) ist die projektierte Dimensionierung von ca. 1.500 m² Verkaufsfläche als bedarfsgerecht zu bewerten. Der zu erwartende nahversorgungsrelevante Umsatz von max. 6,6 Mio. € nach BBE-Prognose entspricht ca. 37 % der Kaufkraft im Versorgungsbereich.¹⁵

Für den projektierten Edeka-Markt kann damit nachgewiesen werden, dass bezogen auf die Einwohner im Nahbereich bei einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von deutlich unter 50 % ein hoher Nahversorgungsbezug besteht. Damit ist die geplante Dimensionierung des Marktes als bedarfsgerecht zu bewerten.

■ Ziel 6.5-3: Beeinträchtigungsverbot

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

Aufgrund der speziellen siedlungsstrukturellen Situation mit einem - aufgrund der ausgedehnten Grünflächen und der gegebenen Topografie - abgesetzten Siedlungsgebiet erscheint ein Abweichen von dem pauschalen Ansatz (35 %) gerechtfertigt (vgl. hierzu OVG NRW, Urteil vom 25.01.2010 – 7 D 97/09.NE)



Im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse konnte nachgewiesen werden, dass von dem Vorhaben keine wesentliche Beeinträchtigung der Versorgungsstrukturen und keine Gefährdung städtebaulich schutzwürdiger zentraler Versorgungsbereiche und deren Entwicklungsfähigkeit ausgehen werden. Das Beeinträchtigungsverbot wird somit von dem Vorhaben gewahrt.

Die landesplanerischen Ziele für den großflächigen Einzelhandel werden von dem Ansiedlungsvorhaben gewahrt.

Aufgrund der städtebaulich integrierten Lage eines im Einzelhandelskonzept ausgewiesenen Nahversorgungsstandortes und des gleichzeitig starken Nahversorgungsbezuges des Vorhabens liegen somit deutliche **Anhaltspunkte für eine atypische Fallgestaltung** im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO vor.



9 Fazit

- Am Standort Fleyer Straße 204 im Hagener Hochschulviertel ist die Neuaufstellung des ansässigen Edeka Lebensmittelsupermarktes geplant. Der Markt soll durch einen Anbau von derzeit ca. 770 m² Verkaufsfläche auf zukünftig ca. 1.500 m² Verkaufsfläche erweitert werden. Die Angebotsausrichtung des Lebensmittelmarktes wird nach wie vor primär bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten liegen.
- Der Projektstandort ist im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Hagen als "Nahversorger in integrierter Wohngebietslage" definiert, der gemeinsam mit dem Lebensmittelmarkt an der Lützowstraße Versorgungsfunktionen für das Hochschulviertel übernehmen soll. Dazu werden die Modernisierung und Erweiterung der ansässigen Märkte an wohnungsnahen Standorten empfohlen, da das Hochschulviertel keine Ansätze zur Entwicklung eines zentralen Versorgungsbereiches aufweise. Das Planvorhaben entspricht damit den Zielsetzungen des kommunalen Einzelhandelskonzeptes.
- Der neu aufgestellte Lebensmittelmarkt kann Versorgungsfunktionen für die Bevölkerung im Fleyer Viertel und in den angrenzenden Siedlungsbereichen von Altenhagen-Nord, Eppenhausen und Halden/ Herbeck (mit insgesamt ca. 15.600 Einwohner) übernehmen. Darüber hinaus kann der Markt Streuumsätze mit sonstigen Kunden aufgrund der Lage an der Feithstraße erzielen, die als Landesstraße 704 eine wichtige Verkehrsachse im Hagener Stadtgebiet darstellt.
- Die projektierte Größenordnung von ca. 1.500 m² Verkaufsfläche ist angesichts der Marktbedingungen im Lebensmittelbereich und der zu versorgenden "Mantelbevölkerung" als versorgungsstrukturell angemessen zu bewerten. Durch die Erweiterung wird unter Berücksichtigung von "Worst-case-Annahmen" eine jährliche Umsatzsteigerung von maximal ca. 2,5 Mio. € prognostiziert.
- Die zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte infolge der Edeka-Erweiterung werden sich vor allem auf die Nahversorger in den benachbarten Stadtteilen beziehen, die angesichts des Angebotsdefizits im Hochschulviertel von den Abflüssen der lokalen Kaufkraft profitieren. Für die nahegelegenen Nahversorgungszentren Altenhagen und Altenhagen-Nord sind Umsatzverluste von max. 5 % des derzeitigen Umsatzes zu prognostizieren. Auch die Innenstadt und der gesamtstädtisch ausstrahlende Sonderstandort Alexanderstraße werden infolge der Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung im Hochschulviertel jeweils maximal 1 % des Umsatzes einbüßen. Aufgrund der überwiegend auf die lokale Versorgung ausgerichteten Ausstrahlung der sonstigen wohnungsnahen Versorgungsstandorte im Hochschulviertel (u. a. Lebensmittelmärkte an den Standorten Lützowstraße und Eppenhauser Straße) werden für diese ebenfalls keine bedeutsamen Wettbewerbsverschärfungen eintreten.



- Da die durch die Erweiterung des Edeka-Marktes ausgelösten Umsatzumverlagerungen relativ gering ausfallen, können mehr als unwesentliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und auf die wohnungsnahe Versorgung im Stadt- und Umlandgebiet im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO ausgeschlossen werden.
- Im Fazit ist festzuhalten, dass das Einzelhandelsvorhaben der Verbesserung der Nahversorgung im Hochschulviertel dienen wird. Aufgrund der Größe des Vorhabens und der Wettbewerbssituation sind städtebaulich negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die wohnungsnahe Versorgung auszuschließen. Die bestandssichernde Weiterentwicklung des Nahversorgers entspricht den Empfehlungen des städtischen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes. Im Hinblick auf die Ziele der Landesplanung kann für das Vorhaben die Ausnahmeregelung von Ziel 6.5-2 LEP NRW geltend gemacht werden. Zudem können ggf. Anhaltspunkte für eine atypische Fallgestaltung aufgrund des hohen Nahversorgungsbezuges und der städtebaulich integrierten Lage des Vorhabens geltend gemacht werden.

Köln, im November 2019/Dezember 2020

BBE Handelsberatung GmbH

i. V. Corinna Küpper

C. Kuppe

i. V. Jörg Lehnerdt

Til beliend