

# **Städtebauliche Wirkungsanalyse**

---

## **zur Erweiterung eines Lebensmittelmarktes im Ahauser Stadtteil Wessum**

unter besonderer Berücksichtigung zu erwartender Auswirkungen  
auf die Zentren und Versorgungsstrukturen der Stadt im Sinne  
von § 11 (3) BauNVO

im Auftrag der Stadt Ahaus

- Endfassung -

**Julia Hagemann**

**Stefan Kruse**

**Junker und Kruse**

Stadtforschung ■ Planung  
Markt 5 44137 Dortmund  
Tel. 02 31-55 78 58-0 Fax 02 31-55 78 58-50  
[info@junker-kruse.de](mailto:info@junker-kruse.de)

**Februar 2012**

Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit verzichten wir darauf, stets männliche und weibliche Schriftformen zu verwenden. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich Frauen und Männer angesprochen.

Der Endbericht sowie die Entwurfsvorlagen unterliegen dem Urheberrecht (§ 2 Absatz 2 sowie § 31 Absatz 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte). Soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart wurde, sind Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.

## Inhalt

<b>1</b>	<b>Ausgangslage und Ziele der Untersuchung</b> .....	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Methodik</b> .....	<b>5</b>
2.1	Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse .....	6
2.2	Exkurs – Die 10 %-Schwelle der Umsatzumverteilung.....	9
<b>3</b>	<b>Beschreibung des Erweiterungsvorhabens</b> .....	<b>12</b>
<b>4</b>	<b>Rahmenbedingungen im Einzugsbereich</b> .....	<b>15</b>
4.1	Abgrenzung des Einzugsbereiches .....	15
4.2	Einzelhandelsrelevante Rahmenbedingungen in der Gesamtstadt Ahaus und im Ortsteil Wessum .....	16
4.3	Relevante Angebotssituation in Ahaus nach Standorten .....	18
<b>5</b>	<b>Bewertung des Erweiterungsvorhabens vor dem Hintergrund des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Ahaus</b> .....	<b>20</b>
<b>6</b>	<b>Darstellung und Bewertung der möglichen Auswirkungen des Erweiterungsvorhabens</b> .....	<b>22</b>
<b>7</b>	<b>Zusammenfassung und Schlussfolgerungen</b> .....	<b>24</b>
	<b>Verzeichnisse</b> .....	<b>25</b>

## 1 Ausgangslage und Ziele der Untersuchung

---

Im Ortsteil Wessum möchte einer der dort bereits seit Mitte der 1990er Jahre vorhandenen Lebensmittelmärkte (K+K) seine Verkaufsfläche erweitern: von derzeit ca. 690 qm auf dann rd. 1.020 qm. Da das Vorhaben nach § 34 BauGB nicht genehmigungsfähig ist, ist die Aufstellung eines Bebauungsplans erforderlich. Als Abwägungs- und Begründungsgrundlage hierfür ist eine gutachterliche Analyse erforderlich, die untersucht, ob von dem geplanten Erweiterungsvorhaben negative Auswirkungen auf Ahauser Zentren oder die bestehenden Nahversorgungsstrukturen i. S. v. § 11 (3) BauNVO ausgehen werden.

Die vorliegende städtebauliche Wirkungsanalyse soll vor dem Hintergrund rechtlicher Rahmenbedingungen und Grundlagen einerseits und des beschlossenen Einzelhandelskonzeptes der Stadt Ahaus andererseits eine verlässliche Grundlage sowohl zur kommunalen Abwägung bilden als auch als Bewertungsgrundlage in den verschiedenen formalen Verfahrensschritten dienen.

Auch unter Berücksichtigung jüngster obergerichtlicher Urteile zu diesem Themenkomplex wird im Rahmen der Gutachtenerstellung mit verschiedenen Varianten gerechnet, die insbesondere die unter städtebaulichen Gesichtspunkten möglichen „Auswirkungskorridore“ aufzeigen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass, unter Beachtung eines einschlägigen Urteils des BVerwG aus 2005, nicht nur die reine Erweiterungsfläche, sondern das Gesamtvorhaben in die gutachterlich Analyse und Bewertung einzustellen ist. In der vorliegenden Analyse gilt es vor diesem Hintergrund folgende Fragestellungen zu beantworten:

- Welchen Umsatz wird das Erweiterungsvorhaben (Berechnung in Varianten) generieren?
- Wie ist der Standortbereich Schulstraße unter städtebaulichen Gesichtspunkten einzuordnen?
- Wie sind die zentralen Versorgungsbereiche im engeren Untersuchungsraum abzugrenzen und wie ist deren Bedeutung einzuordnen?
- Wie stellt sich die (derzeitige und zukünftige absehbare) untersuchungsrelevante Versorgungs- und Konkurrenzsituation im näheren Untersuchungsraum dar?
- Wie stellt sich die aktuelle lokale und regionale Nachfragesituation dar? (u.a. rechnerische Ermittlung der sortimentspezifischen Kaufkraftabschöpfung)
- Welche absatzwirtschaftlichen und daraus möglicherweise resultierenden städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Folgewirkungen sind mit der Realisierung des Erweiterungsvorhabens verbunden?
- Welche bauplanungsrechtlich relevanten Schlussfolgerungen (wie z. B. Beschränkung der Gesamtverkaufsfläche; Sortimentsbeschränkungen) ergeben sich aus den Ergebnissen der Modellberechnung in Verbindung mit den ggf. erforderlichen städtebaulichen Analysen einzelner betroffener Standortbereiche?

## 2 Methodik

---

Zentraler Bestandteil der nachfolgenden Analyse ist es, die sich durch eine mögliche Umverteilung der Umsätze (bedingt durch sich ändernde Kaufkraftströme) ergebenden städtebaulichen Auswirkungen im projektrelevanten Einzugsbereich zu untersuchen. Da das Vorhaben in seiner Dimensionierung erwartungsgemäß kein allzu großes Einzugsgebiet erschließt (weiterführend hierzu Kapitel 4), kann bei der Betrachtung städtebaulicher Auswirkungen der Untersuchungsraum auf das Gebiet der Stadt Ahaus beschränkt werden. Die Untersuchung berücksichtigt hierbei sowohl mögliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche als auch auf die sonstigen Versorgungsstrukturen.

Angesichts dieser Vorgehensweise gliedert sich der Bericht wie folgt:

- In Kapitel 3 bis 5 werden die Eingangsparameter der städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Wirkungsanalyse dargelegt; dabei handelt es sich insbesondere um die Beschreibung und absatzwirtschaftliche Einordnung des Vorhabens, die Abgrenzung des Untersuchungsraumes als potenziellem Einzugsbereich sowie die Darlegung der angebots- und nachfrage-seitigen Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum. Ein besonderer Fokus liegt hierbei auf den zentralen Versorgungsbereichen sowie den bestehenden Strukturen der Nahversorgung im Untersuchungsraum. Auch die Vorgaben des kommunalen Einzelhandelskonzeptes werden in diesem Zusammenhang thematisiert.
- In Kapitel 6 werden schließlich die mit Hilfe des Gravitationsmodells auf Basis der dargestellten Eingangsparameter ermittelten möglichen monetären und prozentualen Umverteilungen dargestellt sowie im Hinblick auf mögliche versorgungsstrukturelle bzw. städtebauliche Auswirkungen qualifiziert. Abschließend erfolgt die zusammenfassende Bewertung und Einordnung des Vorhabens vor dem Hintergrund relevanter konzeptioneller Aussagen (insbesondere des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Ahaus), der Bedeutung des Vorhabens für die Nahversorgung der Wohnbevölkerung im Standortumfeld sowie der zu erwartenden Umsatzumverteilungen im Einzugsgebiet.

## 2.1 Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse

---

Zur Prognose der von Einzelhandelsvorhaben ausgehenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Wirkungen hat sich in der Einzelhandelsforschung und -begutachtung der Gravitationsansatz bewährt. Das ursprünglich von Huff konzipierte Gravitationsmodell<sup>1</sup> kann nach Ansicht der Gutachter allerdings nur für eine erste Einschätzung dienen. Daher werden in dem hier angewendeten Gravitationsmodell vertiefend Kennwerte und Parameter sowohl zur sortimentspezifischen als auch zur standortspezifischen Attraktivität, unter Berücksichtigung vorhandener Kaufkraftabschöpfungen, rechnerisch eingestellt, was eine unabdingbare Voraussetzung für die Validität der Ergebnisse dieser Modellrechnung darstellt.

Unter Anwendung dieses differenzierten Gravitationsmodells, in das die für den Untersuchungsraum relevanten Kennwerte einfließen, wird die durch das Einzelhandelsvorhaben induzierte Umsatzumverteilung ermittelt. Im Ergebnis dieser absatzwirtschaftlichen Untersuchung kann dann eine Beurteilung und Folgenabschätzung der potenziellen städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens erfolgen.

Zum Grundverständnis des **Gravitationsmodells** ist prinzipiell Folgendes anzumerken:

- Für die untersuchten Standorte werden die Einzelhandelskennziffern der relevanten Hauptwarengruppen ermittelt bzw. liegen vor (Verkaufsfläche, Umsatz, Zentralitätsfaktor und Standortqualitätsgewichtung im Sinne von Gesamtattraktivität). Des Weiteren werden die räumlichen Widerstände zwischen den jeweiligen Nachfrage- und Angebotsstandorten zu Grunde gelegt<sup>2</sup>.
- Mit dem potenziellen „Marktzutritt“ des Erweiterungsvorhabens verändert sich das raumwirtschaftliche Standortgefüge, da Umsatz und Widerstände von Nachfrage- und Angebotsstandorten zueinander eine relative Veränderung erfahren.
- Die Berechnung der Umsatzumverteilung erfolgt anhand verschiedener Varianten, die jeweils unterschiedliche Grundannahmen zum Gegenstand haben. Mit der daraus resultierenden Bestimmung von „Auswirkungskorridoren“ wird der aktuellen Rechtsprechung Rechnung getragen.

---

<sup>1</sup> vgl. Huff, David L.: Defining and estimating a trading area; Journal of Marketing; Vol. 28, 1964. Heinritz, G.: Die Analyse von Standorten und Einzugsbereichen. Passau 1999. Kemming: Raumwirtschaftstheoretische Gravitationsmodelle - Eine Untersuchung ihrer analytischen Grundlagen. Berlin, 1980. Löffler, G.: Konzeptionelle Grundlagen der chronologischen Betrachtungsweise in deterministischen Modellansätzen. Bremen, 1987.

<sup>2</sup> Diese sind ermittelt anhand von Zeitdistanzen und Entfernungen nach einem Routenplaner ([www.falk.de](http://www.falk.de)).

**Eingangswerte** des Gravitationsmodells sind:

- die erhobenen **Verkaufsflächen** nach Sortimentsgruppen und Anbietern / Standorten;
- die **Flächenproduktivitäten** (Euro / qm) nach Sortimentsgruppen und Anbietern / Standorten und der daraus resultierende sortimentsgruppenspezifische und summierte **Umsatz** der Anbieter / Standorte;
- die **Widerstände** (Raumdistanzen) zwischen den Standorten, die jeweils aus der Abhängigkeit der Sortimentsgruppen und der Gesamtattraktivität der Anbieter / Standorte und ihrer jeweiligen Marktgebiete resultieren;
- der zu erwartende **Umsatz des geplanten Erweiterungsvorhabens**;
- die einzelhandelsrelevante **Kaufkraft** im Einzugsgebiet für die projektrelevanten Sortimente.

Die für eine Wirkungsanalyse notwendigen konkreten einzelhandelsbezogenen Flächenangaben, Umsätze und Sortimentsstrukturen sind in allen Schritten detailliert und in verschiedenen Varianten (darunter auch eine unter rechtlichen Aspekten notwendige städtebauliche Worst-Case-Betrachtung) in die Analyse eingestellt.

Grundsätzlich ist jedoch anzunehmen, dass das umschriebene Modell und seine Ergebnisse nur eine erste Einschätzung möglicher Auswirkungen erlauben. Die Bewertung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Implikationen der wettbewerblichen Auswirkungen (mögliches „Umschlagen“ absatzwirtschaftlicher in städtebaulich negative Auswirkungen) ist ein weiterer – zwingend erforderlicher – Schritt bei der Beurteilung der Auswirkungen eines Vorhabens, wie erst jüngst erneut in einem obergerichtlichen Urteil bestätigt wurde<sup>3</sup>.

### **Angebotsseitige Datenbasis**

Insbesondere mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung zum Thema Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist im Rahmen der Angebotsanalyse eine sehr dezidierte, sortimentspezifische Bestandserfassung erforderlich. In diesem Zusammenhang konnte für die Stadt Ahaus auf flächendeckend vorliegende Erhebungsdaten zurückgegriffen werden. Diese wurden im Jahr 2005 im Rahmen der Erstellung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes der Stadt<sup>4</sup> erhoben und seitdem mehrfach fortgeschrieben. Im Dezember 2011 erfolgte eine Aktualisierung des relevanten Einzelhandelsbestandes der Branche Nahrungs- und Genussmittel<sup>5</sup>. Berücksichtigt wurde hierbei der gesamte, projektrelevante Einzelhandelsbestand in allen zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Ahaus sowie alle größeren Lebensmittelanbieter (ab ca. 400 qm Verkaufsfläche) in sonstigen Lagen. Für die übrigen Randsortimente (z. B. Gesundheit und Körperpflege, Haushaltswaren, Zooartikel) des Erweiterungsvorhabens ergibt sich sortimentspezifisch aufgrund ihres geringen Umfangs nur eine deutlich nachgeordnete absatzwirtschaftliche Bedeutung, weshalb sie nicht in die Untersuchung einbezogen wurden (vgl. Kapitel 3).

---

<sup>3</sup> vgl. Urteil des OVG NRW vom 30.09.2009 (10 A 1676/08)

<sup>4</sup> Junker und Kruse (2006): Einzelhandelskonzept für die Stadt Ahaus. Dortmund.

<sup>5</sup> Einzelsortimente Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tabakwaren), Bäckerei / Konditorei, Metzgerei / Fleischerei und Getränke

Es wurde eine **räumliche Zuordnung** der Einzelhandelsbetriebe nach folgenden Kategorien vorgenommen:

- zentraler Versorgungsbereich (Hauptgeschäftszentrum, Ortsteilzentrum, Nahversorgungszentrum)
- Sonderstandort / Fachmarktstandort
- sonstige integrierte<sup>6</sup> und nicht-integrierte<sup>7</sup> Lagen

### **Abgrenzung und Definition der Zentralen Versorgungsbereiche**

Im Hinblick auf die städtebauliche Lage und Einordnung der Einzelhandelsbetriebe im Rahmen der Bestandsanalyse und die Bewertung möglicher städtebaulicher Auswirkungen durch das Erweiterungsvorhaben ist eine Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (u. a. Hauptgeschäftszentrum, Stadtteilzentrum) als schützenswerte Bereiche im Sinne der hier einschlägigen Rechtsgrundlagen (u. a. im Sinne von § 11 (3) BauNVO und § 2 (2) BauGB) notwendig. Hierbei konnte hierbei auf bereits existente Abgrenzungen zurückgegriffen werden, da die Stadt Ahaus über ein beschlossenes kommunales Einzelhandelskonzept verfügt<sup>8</sup>, das entsprechende Festlegungen enthält.

### **Nachfrageseitige Datenbasis**

Im Rahmen der Grundlagenermittlung stellt die Nachfrageseite einen weiteren wichtigen Baustein dar. Dabei zählt die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft innerhalb von Einzelhandelsgutachten und -analysen zu den Arbeitsschritten, die methodisch nur unzureichend abgesichert sind. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine Daten und Angaben über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden. In diesem Zusammenhang wird in der Praxis u. a. auf Werte der IfH, Köln (ehemals BBE) zurückgegriffen. Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Liegt der errechnete Wert unter dem Wert 100 (Bundesdurchschnitt), so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedrigeres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau vor.

---

<sup>6</sup> Dazu zählen Einzelhandelsbetriebe, die sich in Lagen befinden, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Sie befinden sich aber dennoch im Siedlungsgefüge integriert und besitzen die unmittelbare Nähe zu Wohnsiedlungsbereichen.

<sup>7</sup> Die nicht-integrierten Lagen umfassen sämtliche Standorte, die nicht im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z. B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen und autokundenorientierten Standorten.

<sup>8</sup> Junker und Kruse (2006): Einzelhandelskonzept für die Stadt Ahaus. Dortmund.



## 2.2 Exkurs – Die 10 %-Schwelle der Umsatzumverteilung

Bereits in einer Vielzahl von gutachterlichen Stellungnahmen und gerichtlichen Urteilen zu großflächigen Einzelhandelsansiedlungsvorhaben basierte die Einordnung und Bewertung des zumutbaren Kaufkraftabzuges auf der sog. „10 %-Marke“<sup>9</sup>. Dabei wird vermutet, dass eine von Einzelhandelsgroßvorhaben in den benachbarten Gemeinden bzw. Standorten erzeugte Umsatzumverteilung von nicht mehr als 10 % zu Lasten des zentrenorientierten Einzelhandels keine negativen städtebaulichen Auswirkungen i. S. v. § 11 (3) BauNVO erwirkt, folglich sind die Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches lediglich absatzwirtschaftlicher, nicht jedoch städtebaulicher Art.

So begrüßenswert der Rückgriff auf eine derart quantitative und augenscheinlich auch operationalisierbare Messgröße sein mag, so kritisch ist

- die fachwissenschaftliche Herleitung der „10 %-Marke“ und
- die per se erfolgte Anwendung der „10 %-Marke“, ohne angemessen die raumordnerischen und städtebaulichen Begebenheiten und Spezifika zu berücksichtigen und in die Bewertung einzustellen.

### Zur fachwissenschaftlichen Herleitung der „10 %-Marke“:

- Der Grenzwert von 10 % basiert auf einer im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg mit Förderung des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg erstellten Langzeitstudie<sup>10</sup>: Innerhalb der Jahre 1992 bis 1996 sind acht unterschiedliche Einzelhandelsprojekte vom Supermarkt mit 900 qm Verkaufsfläche bis hin zum Einkaufszentrum mit ca. 21.000 qm Verkaufsfläche auf ihre raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen untersucht worden. Aus den gesammelten Ergebnissen wurde eine Querschnittsauswertung vorgenommen, als deren Resultat ein „Wirkungsgefüge bei der Ansiedlung eines dezentralen Einzelhandelsbetriebes“ und eine Übersicht zu „Grenzwerten der Umsatzumverteilung bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben in der jeweiligen Standortgemeinde“ erstellt wurde<sup>11</sup>.
- Für innenstadtrelevante Sortimente leiten sich demnach erhebliche städtebauliche Folgen zwischen 10 % und 20 % Umsatzumverteilung ab. Interessanterweise wurde hierzu angemerkt, dass die Auswirkungen durch Einzelfallprüfungen zu verifizieren sind, also nicht ohne Weiteres pauschal zu übertragen sind.

<sup>9</sup> vgl. z.B.: Schmitz, Holger/Federwisch, Christof, Einzelhandel und Planungsrecht, Berlin 2005, Rz. 361-365, auch mit Nachweisen der Rechtsprechung; Schmitz, Holger; Factory Outlet Center in der Rechtsprechung - Der Kaufkraftabzug als Maßstab für eine interkommunal rücksichtsvolle Einzelhandelsansiedlung? In: BauR 10/99, S. 1100-1113; OVG Münster (zu CentroOberhausen), OVG NRW, Urteil vom 06.06.2005 - 10 D 145/04. NE, Urteilsabdruck S. 57 ff

<sup>10</sup> vgl. GMA; Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Kurzfassung der GMA-Langzeitstudie im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg mit Förderung des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg, Ludwigsburg 1997, S. 41

<sup>11</sup> vgl. GMA; A.a.O., Ludwigsburg 1997, S. 34 und 36

- Fachwissenschaftlich ist die „10 %-Marke“ oder auch Erheblichkeitsgrenze, ab der erhebliche städtebauliche Auswirkungen wahrscheinlich werden, somit nicht pauschal anwendbar.
- Vielmehr ist für die von Einzelhandelsgroßvorhaben potenziell ausgehenden Implikationen nach den „Worst-Case-Fällen“ zu urteilen, so dass auch bei **Nicht-Erreichen von 10 % Umsatzumverteilung** zu Lasten einer Innenstadt / eines Stadtkerns negative städtebauliche Auswirkungen erfolgen können.<sup>12</sup>
- Gleichzeitig bedeutet dies aber auch, dass auch **Umsatzumverteilungen von über 10 %** – wenn aus den wettbewerblichen Auswirkungen im entsprechenden Einzelfall (zentraler Versorgungsbereich) keine gravierenden Folgen für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen resultieren – städtebaulich verträglich sein können. In der obergerichtlichen Rechtsprechung wird die Frage des „Umschlagens“ von Umsatzumverteilungen (wettbewerbliche Auswirkungen) in städtebaulich negative (strukturelle Auswirkungen) mit unterschiedlichen Ergebnissen diskutiert. Die Bandbreite der Werte reicht von 10 %<sup>13</sup>, über 10 % bis 20 %<sup>14</sup> bis hin zu etwa 30 %<sup>15</sup>.
- Auch vor dem Hintergrund der seit mehr als einem Jahrzehnt andauernden wirtschaftlich angespannten Lage im Einzelhandel ist die 10 %-Schwelle kritisch zu sehen. So können angesichts der nur geringen Gewinnmargen in vielen Warengruppen auch schon deutlich geringere Umsatzumverteilungen gravierende Folgen für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen besitzen.<sup>16</sup>

Somit ist die städtebauliche Verträglichkeit großflächiger Planvorhaben immer auch aus den individuellen lokalen Gegebenheiten betroffener zentraler Versorgungsbereiche und der wirtschaftlichen Stabilität und Potenz der relevanten Anbieter abzuleiten. Diese müssen ebenfalls Gegenstand der gutachterlichen Untersuchung sein. Diese Pflicht geht nicht zuletzt auf die – vom Bundesverwaltungsgericht in ihrem Inhalt bestätigten – CentrO-Urteile des OVG Münster<sup>17</sup> zurück. Nach den CentrO-Urteilen ist in diesem Zusammenhang festzuhalten, dass

- der *gewichtige Schwellenwert* bei 10 % Umsatzverlust liegt (Regelfall), jedoch
- die Beurteilung offen bleibt, ob ein Schwellenwert von 10 % für alle Fallkonstellationen gelten kann und mit welcher Maßgabe bei der Ermittlung der Zumutbarkeitsschwelle die raumordnerische Funktion der betroffenen Gemeinde zu berücksichtigen ist.

Der gewichtige Schwellenwert ist als wesentlicher Indikator, anhand dessen die Intensität der Belastung der Nachbarkommunen ermittelt werden kann, somit nicht identisch mit der Zumut-

---

<sup>12</sup> vgl. OVG Mecklenburg-Vorpommern 3k 09/04, 03.02.2006

<sup>13</sup> vgl. OVG Potsdam, NVwZ 1999, 434; OVG Münster, BRS 59 Nr. 70; OVG Koblenz, NVwZ-RR 2001, 638 = BRS 64 Nr. 33

<sup>14</sup> vgl. OVG Koblenz v. 08.01.1999 – 8 B 12650/98 -, NVwZ, 1999, 435, 438; VGH München, BayVBl 2001, 175 = BRS 63 Nr. 62.

<sup>15</sup> vgl. OVG Weimar, Ur. V 20.12.2004 – 1 N 1096/03, Juris m. w. Nachw.

<sup>16</sup> vgl. z.B. Acocella, D.; Fürst, U.C. (2002): 10 Prozent Umsatzumverteilung. In: BAG Handelsmagazin, 05-06/2002, S. 29ff

<sup>17</sup> vgl. Urteil des OVG NRW vom 28.12.2005 – 10 D 148/04.NE - „Centro-Urteil“

barkeitsschwelle. Das Erreichen des gewichtigen Schwellenwertes ist Anlass, den Kaufkraftabfluss in die Abwägung bei der Planung als Belang einzustellen und zu bewerten, denn „Überschritten ist die städtebauliche Relevanzschwelle erst dann, wenn ein Umschlag von rein wirtschaftlichen zu städtebaulichen Auswirkungen stattzufinden droht“.<sup>18</sup>

**Dieses „Umschlagen“ kann dann konstatiert werden, wenn die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in Frage gestellt wird oder die Zentrenstruktur nachhaltig verändert wird.** Eine solche städtebaulich relevante Umsatzumverteilung liegt z. B. dann vor, wenn

- eine wesentliche Änderung der Marktverhältnisse in Form von „flächendeckenden“ Geschäftsaufgaben befürchtet werden muss, so dass die Versorgung der Bevölkerung nicht mehr gewährleistet ist<sup>19</sup>, bzw.
- das jeweilige Vorhaben zu Ladenleerständen und so zu einer Verminderung der Vielfalt und Dichte des Warenangebotes sowie zu abnehmender Frequenz, zur Niveauabsenkung und **damit zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches führt**<sup>20</sup>.

Ein Urteil des Bundesverwaltungsgerichts interpretiert den in diesem Zusammenhang verwendeten Begriff der „Funktionsstörung“ eines zentralen Versorgungsbereiches als

- **Herbeiführung eines Zustandes der Unausgewogenheit**, der zur Folge hat, dass der Versorgungsbereich seinen **Versorgungsauftrag** generell oder **hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr in substantieller Weise wahrnehmen kann**.<sup>21</sup>

Insbesondere die Bedeutung absatzwirtschaftlich „betroffener“ Betriebe für den zentralen Versorgungsbereich ist in diesem Zusammenhang ausschlaggebend dafür, ob sich aus wettbewerblichen Auswirkungen negative städtebauliche Auswirkungen ergeben. Somit gilt es zu analysieren, wie die Anbieter im zentralen Versorgungsbereich eingebettet sind und welche Bedeutung sie für den zentralen Versorgungsbereich übernehmen. Hierbei stehen folgende Aspekte im Vordergrund:

- Lage im Stadtgefüge
- Struktur des zentralen Versorgungsbereiches
- städtebauliche Qualität
- Qualität der Läden, des Straßenraumes
- Einzelhandelsdichte
- Magnetbetriebe

---

<sup>18</sup> ebenda

<sup>19</sup> vgl. Fickert/Fieseler, BauNVO, 10. Auflage (2002), § 11 Rn. 21.1 m.w.N.

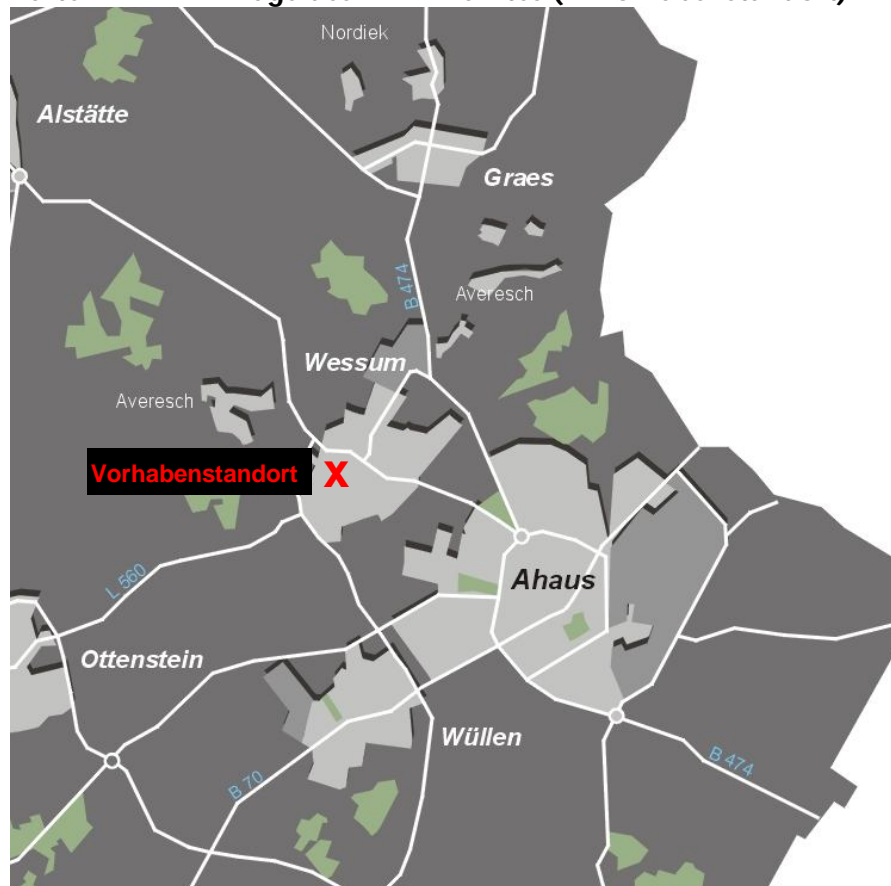
<sup>20</sup> vgl. u. a. Janning, Der Ausschluss des zentrenschädigenden Einzelhandels im unbeplanten Innenbereich, BauR 2005, 1723, 1725

<sup>21</sup> BverwG 4 C 7.07 vom 11. Oktober 2007

### 3 Beschreibung des Erweiterungsvorhabens

Der Standort des untersuchungsrelevanten Erweiterungsvorhabens befindet sich in dem vom Kernsiedlungsbereich nordwestlich abgesetzten Ahauser Stadtteil Wessum. Der Betreiber des dortigen K + K-Lebensmittelmarktes strebt eine Erweiterung am bestehenden Standort an der Schulstraße 22-24 an. Es handelt sich hierbei um eine städtebaulich integrierte Streulage im südwestlichen Bereich des Ortsteils (siehe Karte 1). In Wessum existiert kein zentraler Versorgungsbereich.

**Karte 1: Lage des K+K-Marktes (= Vorhabenstandort) in Wessum**



Quelle: eigene Darstellung

Die derzeitige Gesamtverkaufsfläche des Lebensmittelmarktes K + K beläuft sich auf knapp 690 qm. Beabsichtigt ist eine Erweiterung auf rd. 1.020 qm. Davon ist ein Anteil von jeweils rund 80 % der Verkaufsfläche dem Nahrungs- und Genussmittelbereich zuzuordnen. Das übrige Angebot verteilt sich auf verschiedene Branchen, so u. a. Gesundheit- und Körperpflege, Haushaltswaren und Zooartikel.

Da mittels bauleitplanerischer Maßnahmen lediglich Sortimente und Verkaufsflächen gesteuert werden können, verbietet sich im Rahmen einer Verträglichkeitsanalyse eine „betreiberscharfe“ Betrachtung und Bewertung. Im Falle eines Lebensmittelmarktes als Betriebstyp bedeutet dies, dass nicht nur die Leistungsfähigkeit (ausgedrückt in der sog. Flächenproduktivität = Umsatz pro qm Verkaufsfläche) des derzeitigen Betreibers zu Grunde gelegt wird, sondern maximal er-

zielbare Kennwerte. In Ahaus fällt die durchschnittliche Flächenproduktivität in der Branche Nahrungs- und Genussmittel mit rd. 4.100 Euro / qm<sup>22</sup> leicht unterdurchschnittlich aus. Dabei ist für den bestehenden K+K-Markt davon auszugehen, dass dieser sich etwa in diesem Durchschnitt bewegt. Für das Erweiterungsvorhaben ist hingegen im Sinne des geforderten Worst-Case-Ansatzes von einer leicht gesteigerten Flächenproduktivität auszugehen, die u. a. der Tatsache Rechnung trägt, dass in den hinzukommenden Verkaufsflächen auch ein – tendenziell höherproduktiver – Backshop enthalten ist. Die Flächenproduktivität im Worst Case wird mit ca. 4.400 Euro /qm im Kernsortiment angesetzt.

Zusätzlich ist im vorliegenden Fall auch von Relevanz, dass es sich um ein Erweiterungsvorhaben handelt: Die höchstrichterliche Rechtsprechung zu diesem Themenkomplex (Urteil des BVerwG vom 29.11.2005 - 4 B 72/05 (VGH Mannheim)) fordert, dass bei der Erweiterung eines bestehenden Einzelhandelsbetriebes, die kein selbstständiges, abtrennbares Vorhaben, sondern vielmehr eine Änderung einer baulichen Anlage darstellt, das Gesamtvorhaben in seiner durch die Erweiterung geänderten Gestalt geprüft werden muss. Das bedeutet im vorliegenden Fall jedoch nicht, dass die gesamte Verkaufsfläche als neu hinzu tretende Fläche anzusetzen ist, sind doch die vorhandenen Verkaufsflächen bereits langjährig an dem bestehenden Standort etabliert. Allerdings ist im Sinne eines Worst-Case-Ansatzes auch die Variante zu berücksichtigen, dass durch die Erweiterung der Gesamtstandort an Attraktivität gewinnt, was sich auch auf die Flächenproduktivitäten des Bestandes steigernd auswirkt.

Die branchenspezifischen Umsatzvolumina stellen sich demnach wie folgt dar (vgl. Tabelle 1). Das Gesamtumsatzvolumen nach der Erweiterung wird sich demnach auf 4,2 bis 4,5 Mio. Euro belaufen, davon 1,3 bis 1,7 Mio. Euro Umsatzzuwachs. Ein Großteil dieses Umsatzzuwachses wird mit 1,1 bis 1,3 Mio. Euro auf das Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel entfallen. Für die übrigen Sortimente ergibt sich aufgrund ihres geringen geplanten Umfangs nur eine deutlich nachgeordnete absatzwirtschaftliche Bedeutung; in den einzelnen Sortimenten wird der Umsatzzuwachs weniger als 0,2 Mio. Euro betragen. Absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen für diese Sortimente sind somit auch ohne weitergehende Untersuchungen auszuschließen.

---

<sup>22</sup> Auf einer gesamtstädtischen Verkaufsfläche von 20.700 qm wird ein Umsatz von rd. 84 Mio. Euro generiert.

**Tabelle 1: Branchenspezifische Vorhabenkenwerte in Varianten****Verkaufsfläche (qm)**

Warengruppe	Bestand	Neu	Differenz
Nahrungs- und Genussmittel	560	820	260
Sonstige (u. a. Gesundheit u. Körperpflege. Zooartikel, Haushaltswaren)	130	200	70
<b>Summe*</b>	<b>690</b>	<b>1.020</b>	<b>330</b>

**Flächenproduktivität (Euro / qm)**

Warengruppe	Bestand	Neu		Differenz	
		Moderate Case	Worst Case	Moderate Case	Worst Case
Nahrungs- und Genussmittel	4.100	4.100	4.400	-	300
Sonstige (u. a. Gesundheit u. Körperpflege. Zooartikel, Haushaltswaren)	4.000	4.000	4.300	-	300
<b>Summe*</b>	<b>4.100</b>	<b>~ 4.100</b>	<b>~ 4.400</b>	<b>-</b>	<b>~ 300</b>

**Umsatz (Mio. Euro)**

Warengruppe	Bestand	Neu		Differenz	
		Moderate Case	Worst Case	Moderate Case	Worst Case
Nahrungs- und Genussmittel	2,3	3,4	3,6	1,1	1,3
Sonstige (u. a. Gesundheit u. Körperpflege. Zooartikel, Haushaltswaren)	0,5	0,8	0,9	0,3	0,3
<b>Summe*</b>	<b>2,8</b>	<b>4,2</b>	<b>4,5</b>	<b>1,3</b>	<b>1,7</b>

\* Durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen.

Quelle: eigene Berechnungen

## 4 Rahmenbedingungen im Einzugsbereich

---

Das folgende Kapitel beschäftigt sich mit den einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen im Einzugsbereich des Planvorhabens. Hierzu erfolgt eine Abgrenzung des potenziellen Einzugsgebietes (= Untersuchungsraum) und eine Analyse der absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Ein Fokus liegt hierbei auf dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel.

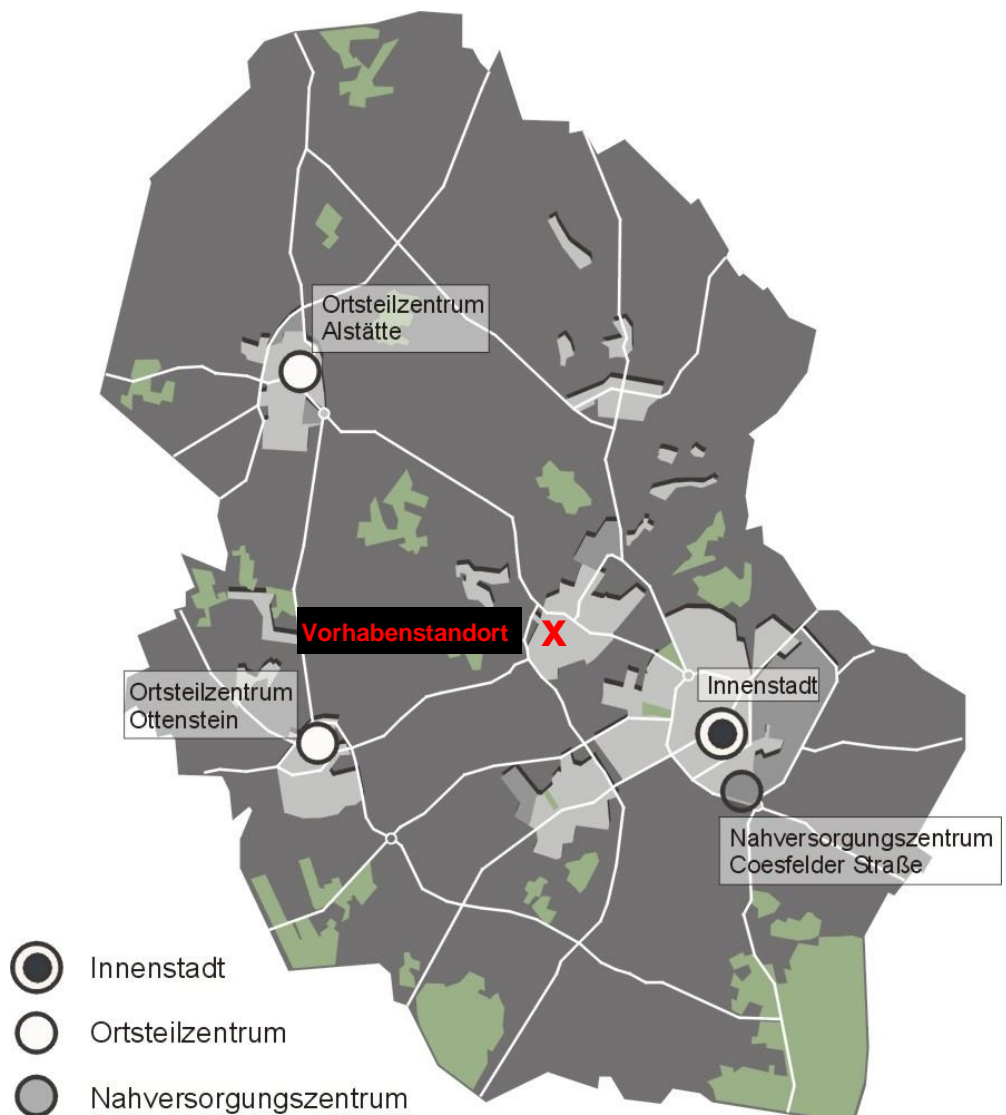
### 4.1 Abgrenzung des Einzugsbereiches

---

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient als Grundlage zur Analyse der Wettbewerbssituation sowie zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials eines Standortes. Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität für die Versorgung, insbesondere mit mittel- und langfristigen Bedarfsgütern, vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten der Nachfrager. Ab spezifischen Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zum Einkaufsstandort) nimmt jedoch die Bereitschaft der Kunden ab, diese aufzusuchen, weil wiederum andere Zentren bzw. Wettbewerbsstandorte geringere Raum-Zeit-Distanzen bzw. eine höhere Attraktivität aufweisen. Einfacher ausgedrückt bedeutet dies, dass mit zunehmender Entfernung zum Angebotsstandort die Kundenbindung immer weiter nachlässt. Dabei weisen speziell die Branchen der kurzfristigen Bedarfsstufe, wie die hier untersuchungsrelevante Branche Nahrungs- und Genussmittel, eine vergleichsweise hohe Distanzsensibilität auf. Aus diesem räumlichen Spannungsgewebe resultiert schließlich ein Einzugsgebiet. Auf der Grundlage von Raumwiderständen, der Einordnung / Bewertung von Konkurrenzstandorten sowie unter Berücksichtigung der entsprechenden Aussagen des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes lässt sich in Abhängigkeit von der Dimensionierung des untersuchten Vorhabens der Einzugsbereich abgrenzen.

Im vorliegenden Fall stellt der **Stadtteil Wessum** den **Kerneinzugsbereich** des Vorhabens dar. Darüber hinausgehend werden auch die übrigen Stadtteile der Stadt Ahaus, die alle in jeweils weniger als zehn Minuten Fahrtzeit zu erreichen sind, zum Untersuchungsraum gezählt. Es ist nicht davon auszugehen, dass sich das Einzugsgebiet des Vorhabens durch die Erweiterung relevant verändern wird. Eine Ausdehnung über die Stadtgrenzen von Ahaus hinaus ist nicht anzunehmen.

**Karte 2: Untersuchungsraum**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Ahaus (2006)

Im Ahauser Stadtgebiet befinden sich **vier zentrale Versorgungsbereiche**. Neben dem Hauptgeschäftszentrum der Innenstadt handelt es sich hierbei um die Ortsteilzentren Ottenstein und Alstätte sowie das Nahversorgungszentrum Coesfelder Straße im Stadtteil Ahaus. Im Ortsteil Wessum existiert kein zentraler Versorgungsbereich. Für die konkreten Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche sei auf das Einzelhandelskonzept der Stadt Ahaus verwiesen.

#### 4.2 Einzelhandelsrelevante Rahmenbedingungen in der Gesamtstadt Ahaus und im Ortsteil Wessum

Bei der Ermittlung der aktuellen **Umsatzzahlen** werden nicht nur die ermittelten **Verkaufsflächen** sowie bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte angesetzt, sondern vielmehr die konkrete Situation vor Ort mit berücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die unterschiedlichen Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die



Berücksichtigung der räumlich detaillierten Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum. Durch die Gegenüberstellung des errechneten Einzelhandelsumsatzes und der lokal **vorhandenen Sortimentsspezifischen Kaufkraft** lässt sich die **Zentralität**<sup>23</sup> einzelner Warengruppen ermitteln. Einen Überblick über die relevanten Kennwerte des Ahauser Einzelhandels im Bereich Nahrungs- und Genussmittel gibt Tabelle 4.

**Tabelle 2: Relevante Kennwerte des Ahauser Einzelhandels in der Branche Nahrungs- und Genussmittel**

	Einwohner	Verkaufsfläche (qm)	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Geschätzter Umsatz (Mio. Euro)	Zentralität
Gesamtstadt Ahaus	38.900	20.700	80,3	84,2	105,0
Ortsteil Wessum	4.700	1.650	9,7	6,2	64,2

Quelle: eigene Bestandserhebung, eigene Berechnung

In der Stadt Ahaus wohnen rd. **38.900 Einwohner** mit einem einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial** in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel von insgesamt **80,3 Mio. Euro**<sup>24</sup>. Davon entfallen **9,7 Mio. Euro** auf die rd. **4.700 Einwohner** des Stadtteils Wessum. Die **Verkaufsfläche** in der Branche Nahrungs- und Genussmittel beläuft sich in der Gesamtstadt auf rd. **20.700 qm**, darunter **1.650 qm** in Wessum. Hauptanbieter im Ortsteil sind die beiden **Vollsortimenter K+K** und **Edeka**. Das Angebot in Wessum wird ergänzt von kleiner strukturierten Angeboten, so u. a. einem Getränkemarkt (im Standortverbund mit K+K) sowie Betrieben des Lebensmittelhandwerks.

Die **Verkaufsflächenausstattung** pro Kopf der Bevölkerung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel liegt mit **0,53 qm pro Einwohner** in der Stadt Ahaus über dem bundesdurchschnittlichen Wert von **0,35-0,4 qm /Einwohner**. In Wessum fällt sie mit **0,35 qm pro Einwohner** deutlich geringer aus. Die **Zentralität** der Gesamtstadt Ahaus liegt in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bei **105**; im Ortsteil Wessum bestehen hingegen bei einem Zentralitätswert von nur **64** relativ hohe Kaufkraftabflüsse. In der im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes im Jahr 2005<sup>25</sup> durchgeführten **Haushaltsbefragung** gaben sogar mehr als **zwei Drittel** der Wessumer Bürger an, **Nahrungs- und Genussmittel** vorrangig außerhalb von Wessum zu kaufen. Die relativ hohen **Kaufkraftabflüsse** in dieser Branche richteten sich ausschließlich auf andere **Ahauser Stadtteile**, insbesondere die Kernstadt Ahaus, nicht aber auf Umlandkommunen. Entsprechend würde eine Kaufkraftrückgewinnung durch das Planvorhaben insbesondere andere Ahauser Standorte betreffen.

<sup>23</sup> Die Zentralität zeigt an, wie viel Umsatz im Verhältnis zur Kaufkraft am Standort erzielt werden kann und ist ein wichtiger Indikator für die Ausstrahlungskraft und Versorgungsfunktion eines Einzelhandelsstandorts. Werte von über 100 bedeuten, dass der Einzelhandelsumsatz größer als die vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist, was im Saldo auf Zuflüsse von außerhalb hindeutet, während Werte von unter 100 Kaufkraftabflüsse im Saldo bedeuten.

<sup>24</sup> Angaben der IfH Köln für das Jahr 2011. Danach verfügt die Stadt Ahaus über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 96,0.

<sup>25</sup> Seit der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes hat sich der Angebotsumfang in Wessum nur geringfügig verändert (v. a. Ansiedlung eines Getränkemarktes).

Neben der quantitativen Ausstattung im Bereich der Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln ist die **räumliche Versorgungssituation** ein wichtiger Aspekt. Beide Vollsortimenter im Ortsteil Wessum befinden sich in städtebaulich integrierter Streulage und gewährleisten gemeinsam eine fußläufige Nahversorgungsmöglichkeit<sup>26</sup> für den nahezu gesamten Ortsteil, in dem rd. 4.700<sup>27</sup> Menschen leben (vgl. Karte 3).

**Karte 3: Lebensmittelanbieter mit 700-Meter Versorgungsradien im Ortsteil Wessum**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Ahaus (2006)

### 4.3 Relevante Angebotssituation in Ahaus nach Standorten

---

Im Folgenden (Tabelle 3) sind die angebotsseitigen Kenndaten (Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze<sup>28</sup>) der untersuchten zentralen Versorgungsbereiche sowie sonstigen Einzelhandelslagen in der Branche Nahrungs- und Genussmittel aufgeführt.

---

<sup>26</sup> Als Bewertungsmaßstab für die fußläufige Erreichbarkeit von Lebensmittelmärkten wird ein Radius von 700 Metern herangezogen.

<sup>27</sup> Stadt Ahaus, Stand 31.12.2010

<sup>28</sup> An einigen der aufgeführten Standorte sind nur wenige Anbieter bzw. nur ein Hauptanbieter vorhanden. Da es sich bei den ausgewiesenen Umsatzzahlen der einzelnen Standorte jedoch nicht um Echtzahlen, sondern um eigene Schätzungen durch den Gutachter anhand branchenspezifischer Kennwerte handelt, werden Datenschutzbelange dadurch nicht berührt.

**Tabelle 3: Angebotssituation in den untersuchungsrelevanten zentralen Versorgungsbereichen und sonstigen Lagen in Ahaus**

Lage	Verkaufsfläche (qm)	Umsatz (Mio. Euro)
Hauptgeschäftszentrum	2.960	13,0
Ortsteilzentrum Alstätte	40	0,3
Ortsteilzentrum Ottenstein	370	1,7
Nahversorgungszentrum Coesfelder Straße	640	3,6
Sonderstandort Adenauerring / B70	60	0,3
Sonderstandort Gewerbegebiet Ahaus	920	3,0
Sonderstandort Gewerbegebiet Wüllen	1.780	8,4
Sonstige Lagen Stadtteil Ahaus	6.370	24,9
Sonstige Lagen Stadtteil Alstätte	2.750	11,0
Sonstige Lagen Stadtteil Ottenstein	890	3,3
Sonstige Lagen Stadtteil Graes	280	1,2
Sonstige Lagen Stadtteil Wessum	1.650	6,2
Sonstige Lagen Stadtteil Wüllen	2.020	7,4
<b>Summe*</b>	<b>20.720</b>	<b>84,2</b>

\* Durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen.

Quelle: eigene Bestandserhebung, eigene Berechnung

Insgesamt befinden sich rd. zwei Drittel des Angebotes in der Branche Nahrungs- und Genussmittel in Streulagen außerhalb der definierten zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte. Ein Schwerpunkt liegt hierbei im Stadtteil Ahaus. Unter den zentralen Versorgungsbereichen weist das Hauptgeschäftszentrum mit rd. 3.000 qm Verkaufsfläche das umfangreichste Angebot auf. Mit Ausnahme des Ortsteilzentrums Alstätte sind strukturprägende Lebensmittelanbieter in Form von Vollsortimentern und / oder Lebensmitteldiscountern Bestandteil aller Zentren.

## 5 Bewertung des Erweiterungsvorhabens vor dem Hintergrund des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Ahaus

---

Bei der Einordnung und Bewertung des Vorhabens sind die konzeptionellen Aussagen des beschlossenen kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Ahaus zu berücksichtigen. In diesem Zusammenhang ist u. a. die Nahversorgungsfunktion des Planvorhabens zu untersuchen.

Gemäß Einzelhandelskonzept soll der Einzelhandel in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen, den zukünftigen ökonomischen Rahmenbedingungen und in funktionaler Ergänzung auf ausgewählte Standorte im Ahauser Stadtgebiet konzentriert werden. Eine besondere Rolle spielt dabei die Sicherung und Stärkung der Funktion der zentralen Versorgungsbereiche, aber auch der Nahversorgung in den Ahauser Stadtteilen.

Im Hinblick auf das Planvorhaben sind die Grundsätze zur Steuerung des Einzelhandels mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten zu beachten. Danach ist nahversorgungsrelevanter Einzelhandel künftig in die zentralen Versorgungsbereiche zu lenken. An solitären Standorten außerhalb der räumlich definierten zentralen Versorgungsbereiche sind Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten nur ausnahmsweise zulässig, wenn

- versorgungsstruktureller Bedarf vorhanden ist und
- negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sowie die Versorgungsstrukturen vermieden werden.<sup>29</sup>

Speziell bezüglich der Nahversorgungssituation im Ortsteil Wessum wird im Einzelhandelskonzept ausgeführt:

*„Obwohl beide Märkte [Edeka und K + K] eine geringe Verkaufsflächengröße aufweisen, erscheinen sie aktuell wettbewerbsfähig. Erweiterungsmöglichkeiten sind vor dem Hintergrund der geringen Mantelbevölkerung unter absatzwirtschaftlichen Gesichtspunkten zu prüfen.*

*Insgesamt ist im Ortsteil somit kein Nahversorgungsdefizit festzustellen. Die Anwohner in Wessum profitieren zudem von der Nähe zur Kernstadt Ahaus, deren gutes Versorgungsangebot auch durch die Wessumer wahrgenommen wird.“<sup>30</sup>*

Seit dem Jahr 2006, aus dem das Einzelhandelskonzept der Stadt Ahaus datiert, hat sich die Nahversorgungssituation im Ortsteil Wessum nur unwesentlich verändert (v. a. Ansiedlung Getränkemarkt). Die Verkaufsflächen der beiden Vollsortimenter sind seitdem konstant geblieben.

Somit ist zunächst festzustellen, dass im Ortsteil Wessum zwar kein akutes versorgungsstrukturelles Defizit vorhanden ist, jedoch relevante Abflüsse einzelhandelsrelevanter Kaufkraft im Bereich Nahrungs- und Genussmittel bestehen. In Anbetracht der heutzutage marktüblichen Dimensionierungen von Vollsortimenten mit Marktzutrittsgrößen von mindestens 800 bis 1.000 qm ist die beabsichtigte Erweiterung von 690 auf 1.020 qm als **bestandssichernde Maßnahme** in üblicher Größenordnung zu bewerten, die einem **Erhalt der bestehenden Versorgungs-**

---

<sup>29</sup> Junker und Kruse 2006, S. 95.

<sup>30</sup> ebenda, S. 48.

**strukturen** im Ortsteil dient. Durch den damit einhergehenden Verkaufsflächenzuwachs von ca. 260 qm in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel würde die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** im Ortsteil in dieser Branche nur geringfügig von derzeit 0,35 qm pro Einwohner auf dann **0,41 qm pro Einwohner** steigen. Sie läge somit im (oberen) Bundesdurchschnitt, jedoch noch unterhalb dem derzeitigen gesamtstädtischen Durchschnittswert in Ahaus von 0,53 qm pro Einwohner. Bei einer Größenordnung der derzeit bestehenden Kaufkraftabflüsse aus dem Ortsteil in der Branche Nahrungs- und Genussmittel von insgesamt ca. **3,5 Mio. Euro** wird zudem deutlich, dass der **Umsatzzuwachs** durch das **Erweiterungsvorhaben** sich mit maximal **1,3 Mio. Euro** in einer grundsätzlich angemessenen Größenordnung für Wessum bewegt.

Im Folgenden wird differenziert untersucht, ob infolge der Erweiterung negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die Versorgungsstrukturen in Ahaus zu erwarten sind.

## 6 Darstellung und Bewertung der möglichen Auswirkungen des Erweiterungsvorhabens

Es ist davon auszugehen, dass durch die Neuansiedlung des Vorhabens bestehenden Standorten im Untersuchungsraum Umsätze verloren gehen. Mit Hilfe eines Gravitationsmodells wurde der projizierte Vorhabenumsatz im Untersuchungsraum umverteilt. Dabei wurde von einer **vollständigen Umsatzumverteilung innerhalb der Stadt Ahaus** (= Untersuchungsraum) ausgegangen. Diese Annahme trägt der geforderten Worst-Case-Betrachtung Rechnung und wird von den Ergebnissen der Angebots- und Nachfrageanalyse (vgl. Kapitel 4) gestützt.

Bezogen auf die **Gesamtstadt Ahaus** beträgt die Umsatzumverteilung somit **1,1 bis 1,3 Mio. Euro**, was **1,3 bis 1,6 %** des Bestandsumsatzes von rd. 84 Mio. Euro entspricht. Nachfolgend werden in Tabelle 4 die mit Hilfe des Gravitationsmodells ermittelten Umsatzumverteilungseffekte in der Branche Nahrungs- und Genussmittel auf die einzelnen Standortbereiche der Stadt Ahaus dargestellt.

**Tabelle 4: Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum**

	Worst Case		Moderate Case	
	Prozentual	Monetär (Mio. Euro)	Prozentual	Monetär (Mio. Euro)
Hauptgeschäftszentrum	1%	0,2	1%	0,1
Ortsteilzentrum Alstätte	*	*	*	*
Ortsteilzentrum Ottenstein	*	*	*	*
Nahversorgungszentrum Coesfelder Straße	*	*	*	*
Sonderstandort Adenauerring / B70	*	*	*	*
Sonderstandort Gewerbegebiet Ahaus	*	*	*	*
Sonderstandort Gewerbegebiet Wüllen	*	*	*	*
Sonstige Lagen Stadtteil Ahaus	1%	0,4	1%	0,3
Sonstige Lagen Stadtteil Alstätte	1%	0,1	*	*
Sonstige Lagen Stadtteil Ottenstein	*	*	*	*
Sonstige Lagen Stadtteil Graes	*	*	*	*
Sonstige Lagen Stadtteil Wessum <sup>1</sup>	4%	0,2	4%	0,1
Sonstige Lagen Stadtteil Wüllen	1%	0,1	*	*

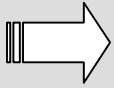
\* Umsatzumverteilungen von weniger als 0,1 Mio. Euro sind rechnerisch nicht nachweisbar

<sup>1</sup> bezogen auf den Einzelhandelsbestand im Ortsteil ohne K+K

Quelle: eigene Berechnungen auf Basis o.g. Kennwerte

- Durch die Erweiterung des bestehenden Lebensmittelmarktes resultieren im **Ortsteil Wessum** selbst die höchsten prozentualen Umsatzumverteilungen. Mit maximal **4 %** bewegen sich jedoch in einer noch unproblematischen Größenordnung, die **keine relevante Beeinträchtigung** der sonstigen Einzelhandelsbetriebe (u. a. Edeka) im Ortsteil erwarten lässt.

- Darüber hinaus kommt es, insbesondere infolge einer Rückgewinnung von bislang abfließender Wessumer Kaufkraft, in der **Kernstadt Ahaus** zu nachweisbaren Umsatzumverteilungen. Diese betreffen sowohl das Hauptgeschäftszentrum als auch sonstige Streulagen, liegen jedoch mit **1 %** nur in einer marginalen Größenordnung, die weder versorgungsstrukturelle noch negative städtebauliche Auswirkungen erwarten lässt. An weiteren Standorten bzw. in sonstigen Stadtteilen sind keine nachweisbaren Umsatzumverteilungen zu erwarten.



**Von der Realisierung des Erweiterungsvorhabens werden keine negativen Auswirkungen im Sinne von § 11 (3) BauNVO auf zentrale Versorgungsbe-  
reiche oder Versorgungsstrukturen der Stadt Ahaus ausgehen.**

## 7 Zusammenfassung und Schlussfolgerungen

---

In Bezug auf das untersuchte Erweiterungsvorhaben des Lebensmittelmarktes K+K im Stadtteil Wessum von 690 qm auf rd. 1.020 qm sind folgende Untersuchungsergebnisse festzuhalten:

- Die **Gesamtstadt** Ahaus weist in der untersuchungsrelevanten Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** bereits eine über dem Bundesdurchschnitt liegende **Verkaufsflächenausstattung** von **0,53 qm pro Einwohner** und eine **Zentralität** von **105** auf.
- Im Ortsteil **Wessum** (rd. 4.700 Einwohner) existiert bei einer Verkaufsfläche von **0,35 qm pro Einwohner** und einer **Zentralität** von **64** zwar kein akutes Versorgungsdefizit im Bereich Nahrungs- und Genussmittel; jedoch bestehen hohe Kaufkraftabflüsse v. a. in die Kernstadt Ahaus. Als Hauptanbieter im Ortsteil fungiert neben dem betreffenden K+K-Markt der Lebensmittelmarkt Edeka. Beide Vollsortimenter befinden sich in städtebaulich integrierter Streulage und gewährleisten gemeinsam eine **fußläufige Nahversorgungsmöglichkeit** für den nahezu gesamten Ortsteil, in dem kein zentraler Versorgungsbereich existiert.
- Die beabsichtigte Erweiterung des Vollsortimenters K+K auf 1.020 qm ist als bestandssichernde Maßnahme in üblicher Größenordnung zu bewerten, die einem **Erhalt der bestehenden Versorgungsstrukturen** im Ortsteil dient. Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** im Bereich Nahrungs- und Genussmittel im Ortsteil würde durch das Vorhaben moderat auf **0,41 qm pro Einwohner** steigen.
- Der zu erwartende Umsatzzuwachs durch die Erweiterung beläuft sich auf **1,3 bis 1,7 Mio. Euro**, davon **1,1 Mio. Euro** bis **1,3 Mio. Euro** im Kernsortiment **Nahrungs- und Genussmittel**. Den angesetzten Maximalwerten liegt hierbei die Annahme einer **Attraktivitätserhöhung** auch **der bestehenden Verkaufsflächen** des K+K-Marktes zugrunde. Die **Umsatzumverteilungen** in der Branche Nahrungs- und Genussmittel liegen außerhalb des Ortsteils **Wessum**, wo sie ca. **4 %** betragen, in einer Größenordnung von **maximal 1 %**.
- Die Umsatzumverteilungen bewegen sich in einer unproblematischen Größenordnung, die **keine negativen Auswirkungen im Sinne von § 11 (3) BauNVO** auf zentrale Versorgungsbereiche oder Versorgungsstrukturen erwarten lässt. Auch für die Randsortimente können städtebauliche Auswirkungen aufgrund ihrer geringen absatzwirtschaftlichen Bedeutung ausgeschlossen werden. Für das Erweiterungsvorhaben ist vor diesem Hintergrund eine **Kompatibilität mit den Aussagen des Einzelhandelskonzeptes** der Stadt Ahaus gegeben.



## Verzeichnisse

---

### Karten

Karte 1:	Lage des K + K-Marktes (= Vorhabenstandort) in Wessum .....	12
Karte 2:	Untersuchungsraum .....	16
Karte 3:	Lebensmittelanbieter mit 700-Meter Versorgungsradien im Ortsteil Wessum .....	18

### Tabellen

Tabelle 1:	Branchenspezifische Vorhabenkennwerte in Varianten .....	14
Tabelle 2:	Relevante Kennwerte des Ahauser Einzelhandels in der Branche Nahrungs- und Genussmittel .....	17
Tabelle 3:	Angebotssituation in den untersuchungsrelevanten zentralen Versorgungsbereichen und sonstigen Lagen in Ahaus .....	19
Tabelle 4:	Umsatzumverteilungen im Untersuchungsraum .....	22