



STÄDTEBAULICHE UND LANDESPLANERISCHE WIRKUNGSANALYSE

möglicher Einzelhandelsbausteine im Zusammenhang mit
der Planung Kaiser Carré in der Siegburger Innenstadt

STÄDTEBAULICHE UND LANDESPLANERISCHE WIRKUNGSANALYSE

**möglicher Einzelhandelsbausteine im Zusammenhang mit der
Planung Kaiser Carré in der Siegburger Innenstadt**

unter besonderer Berücksichtigung
zu erwartender Auswirkungen i. S. v. § 11 (3) BauNVO

im Auftrag der Pareto GmbH
in Abstimmung mit der Stadt Siegburg

Stefan Kruse
Jana Fieseler-Smolana



Stadtforschung Planung
Markt 5 44137 Dortmund
Tel. 02 31-55 78 58-0 Fax 02 31-55 78 58-50
www.junker-kruse.de info@junker-kruse.de

August 2020

Quelle Bild Deckblatt: *Digitales Orthophoto (DOP), Geobasis NRW (2020),
Datenlizenz Deutschland – Zero
(<https://www.govdata.de/dl-de/zero-2-0>)*

Hinweise

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.

Datenschutzerklärung

Das Gutachterbüro Junker + Kruse verarbeitet personenbezogene Daten (Betriebsname, Adresse, Sortimentsangebot, Verkaufsfläche, Internetpräsenz) im Einklang mit den Bestimmungen der Datenschutz-Grundverordnung und dem Bundesdatenschutzgesetz. Die Erhebung und Verarbeitung der Daten erfolgt nach Artikel 6 Abs. 1 e) DSGVO zum Zweck der Wahrnehmung einer Aufgabe, die im öffentlichen Interesse liegt, und ist im Rahmen der Erstellung der Wirkungsanalyse erforderlich.

Die gespeicherten Daten werden gelöscht, sobald sie für die bestimmten Zwecke nicht mehr notwendig sind und der Löschung keine gesetzlichen Aufbewahrungspflichten entgegenstehen.

Kontaktdaten der Verantwortlichen

*Junker + Kruse Stadtforschung Planung, Markt 5 | D-44137 Dortmund
Gesellschafter Dipl.-Ing. Rolf Junker und Dipl.-Geogr. Stefan Kruse
Tel +49 (0)2 31 55 78 58 0 | Fax+49 (0)2 31 55 78 58 50
E-Mail: info@junker-kruse.de | www.junker-kruse.de*

Inhalt

1	Anlass und Zielsetzung der Untersuchung	7
2	Methodische Vorgehensweise	8
2.1	Städtebauliche Wirkungsanalyse	9
2.2	Datengrundlagen	13
3	Beschreibung des Planvorhabens	16
4	Absatzwirtschaftliche Rahmendaten im Untersuchungsraum	20
4.1	Abgrenzung des Einzugsgebiets und Definition des Untersuchungsraums	20
4.2	Kaufkraft im Untersuchungsraum.....	22
4.3	Angebotssituation im Untersuchungsraum.....	24
4.4	Angebots- und Nachfragesituation der zentralen Versorgungsbereiche in Siegburg	28
5	Absatzwirtschaftliche Auswirkungen des Vorhabens	34
5.1	Annahmen zur Umsatzherkunft des Vorhabens.....	34
5.2	Ergebnisse der Berechnungen – Umsatzumverteilungen durch das Planvorhaben ...	35
5.3	Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Bewertung der Umsatzumverteilungen.....	37
5.3.1	Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Siegburg-Innenstadt	37
5.3.2	Sonstige zentrale Versorgungsbereiche.....	39
5.3.3	Städtebaulich integrierte Standorte	39
5.3.4	Auswirkungen auf die Umlandkommunen	40
6	Überprüfung der Kompatibilität mit dem Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen	42
7	Fazit	44
	Verzeichnisse	45
	Anhang	46

1 Anlass und Zielsetzung der Untersuchung

Für den Standortbereich Cecilienstraße / Kaiserstraße in unmittelbarer Innenstadtlage bestehen Überlegungen, dort ein neues Wohn- und Geschäftshaus, das Kaiser Carré, zu entwickeln. Konkrete Nutzungsüberlegungen bestehen zwar noch nicht, jedoch sollen im Erdgeschoss und 1. Obergeschoss Einzelhandelsbausteine ermöglicht werden, die sich insgesamt zu einer Verkaufsfläche von rund 3.000 m² summieren (können). Für das bereits laufende Bebauungsplanverfahren (vorhabenbezogener Bebauungsplan Nr. 49 „Bereich zwischen den öffentlichen Verkehrsflächen Kaiserstraße, Cecilienstraße und Theodor-Heuss-Straße“) ist das vorliegende Gutachten erforderlich, welches die städtebauliche Verträglichkeit einerseits sowie Vereinbarkeit des Vorhabens mit den landesplanerischen sowie regionalplanerischen Vorgaben andererseits geprüft hat. Da derzeit noch keine konkreten Sortiments- oder auch Betriebskonzeptvorstellungen vorliegen, soll im Rahmen von verschiedenen Varianten die Verträglichkeit möglicher Nutzungsbausteine geprüft werden. Der Fokus der Betrachtungen richtet sich somit auf die Fragestellung, ob durch das (bzw. die) Planvorhaben relevante absatzwirtschaftliche Auswirkungen (Veränderungen der Kaufkraftströme) ausgelöst werden, die negative städtebauliche Folgewirkungen in zentralen Versorgungsbereichen oder auch verbrauchernahen Versorgungsstandorten nach sich ziehen könnten.

Folgende Fragestellungen stehen im Mittelpunkt des Untersuchungsinteresses:

- Welche Sortimentsbausteine (als maximale Verkaufsflächengrößenordnungen) sind plausibel für das Vorhaben anzunehmen?
- Welchen Umsatz werden die verschiedenen Nutzungsvarianten (z. B. Bekleidung, Sport, Schuhe, Elektronik, Nahrungs- und Genussmittel) voraussichtlich generieren?
- Wie ist der avisierte Standortbereich unter städtebaulichen Gesichtspunkten einzuordnen?
- Wie stellt sich die lokale und regionale Nachfragesituation dar? (u. a. rechnerische Ermittlung der sortimentspezifischen Kaufkraftabschöpfung)
- Wie stellt sich die (derzeitige und zukünftige absehbare) untersuchungsrelevante Versorgungs- und Konkurrenzsituation im Untersuchungsraum dar?
- Wie stellen sich die Bedeutung und Stabilität der (untersuchungsrelevanten) Angebotsstandorte (v. a. zentrale Versorgungsbereiche, Nahversorgungsstandorte) im Untersuchungsraum des Vorhabens dar?
- Ist eine Kompatibilität des Vorhabens mit den Zielen und Grundsätzen des LEP NRW gegeben?

2 Methodische Vorgehensweise

Bei der Verträglichkeitsanalyse des Einzelhandelsvorhabens gilt es, die sich durch eine mögliche Umlenkung der Kaufkraftströme und die hieraus resultierenden Umsatzumverteilungen ergebenden städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen im untersuchungsrelevanten Einzugsbereich zu analysieren und bewerten.

Die Untersuchung fokussiert sich hierbei auf die schützenswerten zentralen Versorgungsbereiche i. S. v. § 11 (3) BauNVO sowie § 2 (2) BauGB und umfasst auch sonstige relevante Versorgungsstandorte.

Angesichts dieser Vorgehensweise gliedert sich der vorliegende Bericht wie folgt:

- Nach einleitenden Ausführungen zur Methodik im Rahmen von Kapitel 2 erfolgt in Kapitel 3 die Einordnung und Beschreibung der Vorhaben.
- In Kapitel 4 werden die Abgrenzung des Untersuchungsraums und die einzelhandelsseitigen Rahmendaten im Untersuchungsraum dargelegt.
- In Kapitel 5 werden die mit Hilfe des Gravitationsmodells ermittelten möglichen monetären und prozentualen Umverteilungen in den untersuchten Sortimenten dargestellt sowie einer vertiefenden städtebaulichen Bewertung unterzogen.
- In Kapitel 6 erfolgt eine Kompatibilitätsprüfung mit den landesplanerischen Zielen und Grundsätzen des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen.
- Kapitel 7 stellt eine Zusammenfassung der Ergebnisse dar.

2.1 Städtebauliche Wirkungsanalyse

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 Gravitationsmodell¹ 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 gelegt².
- Mit dem potenziellen „Marktzutritt“ des Vorhabens verändert sich das raumwirtschaftliche Standortgefüge, da Umsatz und Widerstände von Nachfrage- und Angebotsstandorten zueinander eine relative Veränderung erfahren.
- Die Berechnung der Umsatzumverteilung erfolgt anhand einer realitätsnahen Worst Case-Variante, welche die maximal möglichen Auswirkungen des Vorhabens abbildet. Auf diese Weise wird der aktuellen Rechtsprechung Rechnung getragen.

¹ 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.

² Diese sind anhand von Zeitdistanzen mit Hilfe eines geografischen Informationssystems ermittelt (ArcGIS).

Eingangswerte des Gravitationsmodells sind:

- die erhobenen **Verkaufsflächen** nach Sortiment und Anbietern / Standorten;
- die **Flächenproduktivitäten** (Euro / m² Verkaufsfläche) nach Sortiment und Anbietern / Standorten und der daraus resultierende sortimentspezifische und summierte **Umsatz** der Anbieter / Standorte;
- die **Widerstände** (Raumdistanzen) zwischen den Standorten, die jeweils aus der Abhängigkeit der Sortimente und der Gesamtattraktivität der Anbieter / Standorte und ihrer jeweiligen Marktgebiete resultieren;
- der zu erwartende **Umsatz des geplanten Vorhabens**;
- die einzelhandelsrelevante **Kaufkraft** im Einzugsgebiet für die untersuchungsrelevanten Sortimente.

Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Einordnung von absatzwirtschaftlichen Auswirkungen

Grundsätzlich ist jedoch anzunehmen, dass das umschriebene Modell und seine Ergebnisse nur eine erste Einschätzung möglicher Auswirkungen erlauben. Die Ermittlung der monetären bzw. prozentualen Höhe der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ist ein wichtiger, aber nicht ausreichender Schritt bei der Beurteilung städtebaulich und versorgungsstrukturell negativer Implikationen. Auch ist die 10 %-Marke der Umsatzumverteilung in diesem Zusammenhang nicht als „Demarkationslinie“ zu sehen, sondern es sind die konkreten Angebotsstrukturen und Rahmenbedingungen zu berücksichtigen.

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“³. 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

³ vgl. z. B.: Schmitz, Holger / Federwisch, Christof (2005): Einzelhandel und Planungsrecht. Berlin, Rz. 361- 365, auch mit Nachweisen der Rechtsprechung; Schmitz, Holger (1999): 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 CentrO Oberhausen), OVG NRW, Urteil vom 06.06.2005 - 10 D 145/04. NE, Urteilsabdruck S. 57 ff

- 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“ s. Anhang, S. 46ff.).

Das interkommunale Abstimmungsgebot⁴ schützt nicht den in der Nachbargemeinde vorhandenen Einzelhandel vor Konkurrenz, sondern nur die Nachbargemeinde als Selbstverwaltungskörperschaft und Trägerin der Planungshoheit.⁵ Die Auswirkungen müssen sich folglich auf die versorgungsstrukturelle und / oder städtebauliche Ordnung und Entwicklung in der Nachbargemeinde beziehen.⁶

Relevante Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche sind erst dann zu erwarten, wenn die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen „umschlagen“. **Dieses „Umschlagen“ kann dann konstatiert werden, wenn die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in Frage gestellt wird oder die Zentrenstruktur der Nachbargemeinde 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 ist⁷, 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 führt⁸.

Ein aktuelles 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.**⁹

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

⁴ vgl. § 2 Abs. 2 BauGB 2004

⁵ Durch die Zurückweisung der Beschwerde gegen die Nicht-Zulassung der Revision in dem Urteil des Oberverwaltungsgerichtes für das Land Nordrhein-Westfalen vom 06. Juni 2005 (sog. „CentrO-Urteil“) bestätigt (BverwG 4 BN 41.05).

⁶ vgl. die Wiedergabe der Urteilsbegründungen bei Hoppe, NVwZ 2005, S. 1.145. In Fn. 34 des Beitrags sind die Urteile des BverwG aufgeführt, auf die sich die Oberhausen-Urteile beziehen

⁷ vgl. Fickert / Fieseler, BauNVO, 10. Auflage (2002), § 11 Rn. 21.1 m.w.N.

⁸ vgl. u. a. Janning (2005): Der Ausschluss des zentrenschädigenden Einzelhandels im unbeplanten Innenbereich, BauR, 1723, 1725

⁹ BverwG 4 C 7.07 vom 11. Oktober 2007

sie für den zentralen Versorgungsbereich übernehmen. Bei der Bewertung eines möglichen Umschlagens absatzwirtschaftlicher in städtebauliche Auswirkungen stehen folgende Aspekte im Vordergrund:

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

Ein weiterer Aspekt bei der Beurteilung der Auswirkungen auf eine Kommune ist die **landesplanerische Funktionszuweisung** (Verhältnis der Funktion von Ober-, Mittel- und Grundzentren zueinander): Während Grundzentren in Nordrhein-Westfalen eine Grundversorgungsfunktion für das eigene Gemeindegebiet zugewiesen ist, haben Mittel- und insbesondere Oberzentren zentrale Einzelhandelsfunktionen mit breiter gefächerten Einzelhandelsangeboten wahrzunehmen.¹⁰ Dass die raumordnerische Funktion einer von Vorhabenauswirkungen betroffenen Gemeinde ein wichtiger zu berücksichtigender Faktor ist, wird in Rechtsprechung und Literatur in diesem Zusammenhang hervorgehoben.¹¹ So heißt es bei Uechtritz: *„Die herrschende Meinung geht [...] zutreffend davon aus, dass bei der Ermittlung der Zumutbarkeitsschwelle die raumordnerische Funktion der betroffenen Gemeinden zu berücksichtigen ist. Gemeindegebietsüberschreitende Wirkungen, die von der Rechtsordnung gewünscht werden, sind grundsätzlich nicht zu missbilligen. [...] Dem Ober- oder Mittelzentrum ist die Versorgung des jeweiligen Verflechtungsbereiches gerade aufgegeben.“* Allerdings kommt einem Grundzentrum weiterhin die bevölkerungs- und wohnstandortnahe Grundversorgung zu. **Grundversorgung** ist dabei zu verstehen nicht nur als Versorgung mit Gütern des täglichen kurzfristigen Bedarfs, sondern sie umfasst in gewissem Umfang auch die Bereitstellung von Einzelhandelsangeboten mit mittel- und langfristigen Bedarfsgütern.

Als weiterer – zwingend erforderlicher – Schritt bei der Beurteilung der potenziellen Auswirkungen des Vorhabens werden abschließend für diejenigen Versorgungsstandorte im Untersuchungsgebiet, die einen Schwellenwert von 8 % Umsatzumverteilung überschreiten, die abstrakten Ergebnisse der Berechnungen durch weitergehende Analysen im Hinblick auf mögliche negative städtebauliche und / oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen qualifiziert. Dabei fließen vor allem auch die individuellen städtebaulichen Gegebenheiten und Ausgangsbedingungen der potenziell betroffenen zentralen Versorgungsbereiche und Versorgungsstrukturen sowie die wirtschaftliche Stabilität und Potenz der relevanten Anbieter in die Betrachtungen ein.

¹⁰ siehe dazu Blotevogel (Hrsg.) (2002): Fortentwicklung des Zentrale-Orte-Konzepts, ARL-Forschungs- und Sitzungsberichte, Bd. 217, S. 29

¹¹ sächs. OVG v. 26.05.1993 – I S 68/93 – LKV 1994, 116; Thüringer OVG v. 20.12.2004 – I N 1096, 03 – (<http://jurisweb.de/jurisweb/egi-bin/J2000cgi.sh>, BauR 2005/1216, 162-166 (Leitsatz): UPR 2005/399 (red. Leitsatz); ThürVBI 2005, 162-166 Uechtritz, Die Gemeinde als Nachbar – Abwehransprüche und Rechtsschutz von Nachbargemeinden gegen Einkaufszentren, Factory-Outlets und Großkinos, BauR 1999, 572, 580 f. unter Hinweis auf OVG NW, DÖV 1988, 843, 845; OVG Rheinland-Pfalz, Beschl. V 08.01.1999 – 8 B 12652/98 -, BauR 1999, 867; Halama, FS Schlichter (1995), S.201, 224 f.

2.2 Datengrundlagen

Angebotsseitige Datenbasis

Insbesondere mit Blick auf die aktuelle Rechtsprechung zum Thema Einzelhandelssteuerung durch Bauleitplanung ist im Rahmen der Angebotsanalyse eine sehr dezidierte, sortimentspezifische Bestandserfassung erforderlich. In diesem Zusammenhang konnte für die Stadt Siegburg auf umfassende **Erhebungsdaten** aus der Erarbeitung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes zurückgegriffen werden, welche im August /September 2019 im Rahmen einer flächendeckenden Vollerhebung des Siegburger Einzelhandelsbestandes erfasst wurden. Für das untersuchungsrelevante Angebot liegen somit differenzierte Daten aller Anbieter hinsichtlich der jeweils geführten Sortimente und Verkaufsflächen sowie eine räumliche Zuordnung der Betriebe nach der räumlichen Lage vor¹².

Außerhalb Siegburgs erfolgte keine primärstatistische Untersuchung. Dies ist mit der Dimensionierung des Vorhabens und den hergeleiteten warengruppenspezifischen maximalen Verkaufsflächengrößenordnungen zu begründen (s. Kapitel 3). Gleichwohl ist es möglich, für die Nachbarkommunen über Analogieschlüsse und mit Hilfe sekundärstatistischer Daten Aussagen zu den zu erwartenden Auswirkungen zu treffen (s. Kapitel 5.3.4).

Für den vorliegenden Untersuchungsgegenstand ist im Hinblick auf die im Bebauungsplan geplante Festsetzung nahezu das gesamte Spektrum zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente gemäß Siegburger Sortimentsliste¹³ in der Analyse berücksichtigt worden. Lediglich die

- nahversorgungsrelevanten Sortimente *Apotheken (47.73)* sowie
- die zentrenrelevanten Sortimente *Musikinstrumente und Musikalien (47.59.3)*, *Fachzeitschriften, Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen (47.62.1)*, *medizinische und orthopädische Artikel (47.74)*, *Schnittblumen (aus 47.76.1)*, *Uhren und Schmuck (47.77)*, *Augenoptiker (47.78.1)* und *Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken (47.78.3)*

sind – wenn überhaupt – realistischerweise nur in geringem Umfang zu erwarten, nicht jedoch in Form großer oder gar großflächiger Einheiten. Mögliche absatzwirtschaftliche Auswirkungen sind somit für diese Sortimente in so geringem Umfang zu erwarten, dass folglich ein Umschlagen in negative städtebauliche Auswirkungen von vornherein ausgeschlossen werden kann. Daher wurden diese nicht in die Auswirkungsanalyse einbezogen (s. Kapitel 3). Die untersuchungsrelevanten Sortimente sind in Tabelle 1 zusammengestellt; sie sind den ebenfalls der Tabelle zu entnehmenden Warengruppen zuzuordnen.

¹² Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden alle geführten Sortimentsgruppen (d.h. neben dem Hauptsortiment auch ggf. vorhandene Rand- bzw. Nebensortimente) differenziert erfasst und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt.

¹³ vgl. BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG (2009): Einzelhandelsstandort – und Zentrenkonzept Stadt Siegburg. Köln. S. 86

Tabelle 1: Untersuchungsrelevanter Branchenschlüssel

Warengruppe	untersuchungsrelevante Sortimente	Bezeichnung gemäß Siegburger Sortimentsliste (gem. Wirtschaftszweige 2008)
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>		
Nahrungs- und Genussmittel	Backwaren / Konditoreiwaren, Fleischwaren, Getränke, Nahrungs- und Genussmittel	47.2 Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren; Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln
Gesundheit und Körperpflege	Drogeriewaren	47.75 kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel, Drogerieartikel
Papier, Büroartikel, Schreibwaren (PBS) / Bücher	Papier, Büroartikel, Schreibwaren / Bücher	47.61.0 Bücher 47.62.2 Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>		
Bekleidung	Bekleidung	47.71 Bekleidung
Schuhe / Lederwaren	Schuhe, Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme	47.72 Schuhe, Lederwaren, Reisegepäck
Glas, Porzellan, Keramik (GPK) / Haushaltswaren	Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	47.59.2 keramische Erzeugnisse und Glaswaren aus 47.59.9 Haushaltsgegenstände (u. a. nicht elektrische Haushaltsgeräte, Koch-, Brat- und Tafelgeschirre, Schneidwaren, Bestecke)
Spielwaren / Hobbyartikel	Spielwaren, Hobbyartikel (Künstlerartikel und Bastelzubehör)	47.65 Spielwaren, Bastelartikel
Sport und Freizeit	Sportartikel, Sportbekleidung und -schuhe, Sportgroßgeräte, Angler-, Jagdartikel und Waffen, Reitsportartikel	aus 47.64.2 Sportartikel (Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportgeräte)
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>		
Wohneinrichtung	Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe	aus 47.51 Haushaltstextilien (z. B. Haus- und Tischwäsche) aus 47.53 Heimtextilien (Gardinen, Dekorationsstoff, Vorhänge, dekorative Decken)
Elektro / Leuchten	Elektrokleingeräte, Lampen / Leuchten / Leuchtmittel	47.54 elektrische Haushaltsgeräte (nur Kleingeräte ohne Öfen, Herde, Kühlschränke, Spülmaschinen und Waschmaschinen) aus 47.59.9 Lampen, Leuchten und Beleuchtungsartikel
Elektronik / Multimedia	Elektronik / Multimedia	47.41 Datenverarbeitungsgeräte, periphere Geräte und Software 47.42 Telekommunikationsgeräte 47.43 Geräte der Unterhaltungselektronik 47.63 bespielte Bild- und Tonträger 47.78.2 Foto- und optische Erzeugnisse

Quelle: eigene Zusammenstellung

Neben der Erhebung weiterer Spezifika (z. B. Betriebsform) wurde eine **räumliche Zuordnung** aller erhobenen Einzelhandelsbetriebe nach folgenden Kategorien vorgenommen:

- zentraler Versorgungsbereich (Hauptzentrum, Nahversorgungszentrum)
- sonstige Angebotsagglomerationen als Sonderstandorte (z. B. Fachmarktstandorte)
- sonstige integrierte¹⁴ und nicht-integrierte¹⁵ (Streu-)Lagen

Bei der Ermittlung der aktuellen **Umsatzzahlen** werden nicht nur die zu Grunde liegenden Verkaufsflächen sowie bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte angesetzt, sondern auch 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 Untersuchungsgebiet.

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 Retail Consultants, Köln 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. Überschreitet der lokalspezifische Wert den Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau vor.

Insgesamt basiert die absatzwirtschaftliche Wirkungsanalyse auf einer detaillierten und abgestimmten, z. T. primärstatistisch ermittelten bzw. aktualisierten, Bestandsdatenbasis.

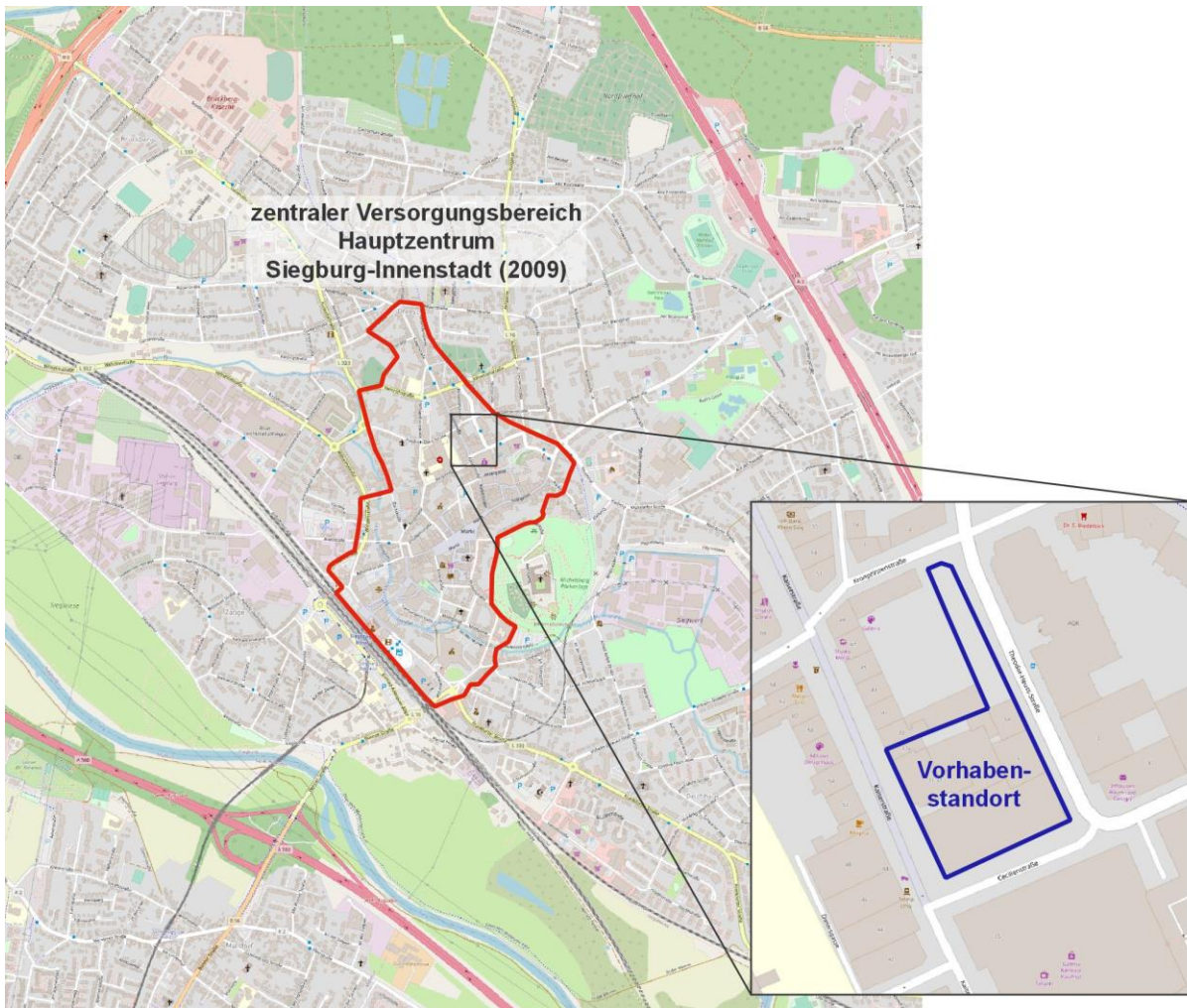
¹⁴ Dazu zählen Einzelhandelsbetriebe, die sich in Lagen befinden, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Sie befinden sich aber dennoch im Siedlungsgefüge integriert und besitzen die unmittelbare Nähe zu Wohnsiedlungsbereichen.

¹⁵ 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.

3 Beschreibung des Planvorhabens

Der Vorhabenstandort, das Kaiser Carré (ehem. Goldberg-Areal), befindet sich zentral in der Siegburger Innenstadt. Er wird begrenzt durch die Kaiserstraße im Westen, die Cecilienstraße im Süden und die Theodor-Heuss-Straße im Osten. Der Vorhabenstandort ist vollständig Bestandteil des zentralen Versorgungsbereichs Hauptzentrum Siegburg-Innenstadt gemäß der Abgrenzung im kommunalen Einzelhandelskonzept der Stadt Siegburg.¹⁶

Karte 1: Lage des Vorhabenstandorts innerhalb der Stadt Siegburg



Quelle: eigene Darstellung; Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich gemäß Einzelhandelskonzept Siegburg (BBE 2009); Abgrenzung Vorhabenstandort gemäß vorhabenbezogenen Bebauungsplan Nr. 49 (Entwurf Juni 2020); Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

¹⁶ BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG (2009): Einzelhandelsstandort – und Zentrenkonzept Stadt Siegburg. Köln.

Foto 1 und 2: Vorhabenstandort

Quelle: Aufnahmen Junker+Kruse (November 2019)

Der Gebäudekomplex, der bereits seit mehreren Jahren leer steht (s. Fotos), liegt im nördlichen Bereich der Siegburger Fußgängerzone in direkter Nachbarschaft zu Galeria Karstadt Kaufhof. Auf dem rund 2.350 m² großen Grundstück ist die Errichtung eines Wohn- und Geschäftshauses mit einer Tiefgarage geplant. Zudem sind Einzelhandelsbausteine mit einer maximalen Gesamtverkaufsfläche von 3.000 m² vorgesehen. Allerdings liegen bislang keine dezidierten Aussagen zu den Verkaufsflächenanteilen einzelner Sortimente vor, weshalb für die nachfolgende städtebauliche Verträglichkeitsanalyse plausible Annahmen zu treffen sind, die zum einen den Einzelhandelsbesatz eines Vorhabenstandortes dieser Größenordnung und Lage realistisch abbilden und zum anderen für jede untersuchungsrelevante Warengruppe dem rechtlich geforderten realitätsnahen Worst Case-Ansatz genügen.

Das potenzielle Angebotsspektrum eines solchen Vorhabenstandortes mit der entsprechenden Dimensionierung innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches kann grundsätzlich alle nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente umfassen. Die nachfolgend getroffenen Annahmen basieren entsprechend auf gutachterlichen Erfahrungen, die bei der Bearbeitung von vergleichbaren Projekten gewonnen werden konnten, sowie auf deutschlandweit zu beobachtenden Trends und Entwicklungen. Dabei orientiert sich die Herleitung der Warengruppen und schließlich der zu untersuchenden Verkaufsflächen an den zu erwartenden Betriebstypen vor dem Hintergrund vorhandener Bestandsbetriebe, dem typischen Nutzungsmix einer Innenstadt bzw. der Siegburger Innenstadt sowie der geplanten Gesamtverkaufsfläche im Plangebiet.

Ausgehend von diesen Annahmen sowie unter der Prämisse einer sinnvollen und ausgewogenen Ergänzung des bestehenden Einzelhandelsangebotes im Siegburger Hauptzentrum werden in der nachfolgenden Tabelle 2 die untersuchungsrelevanten Warengruppen und warengruppenspezifischen Maximalverkaufsflächen dargestellt, die als Eingangswert der Analyse dienen. Daher entsteht ein Flächenpool, der in Summe die geplante Gesamtverkaufsfläche von 3.000 m² um 4.000 m² übersteigt. Dieser ist deshalb nicht vollständig additiv, sondern vielmehr substitutiv zu verstehen.

Tabelle 2: Mögliche untersuchungsrelevante Verkaufsflächen des Vorhabens

Warengruppe	realistische Annahmen für das Kaiser-Carré	maximale Verkaufsfläche (m ²)
Nahrungs- und Genussmittel	großflächiger) Lebensmittelvollsortimenter und / oder Bio-Supermarkt denkbar, ergänzt um Betriebe des Lebensmittelhandwerks sowie Randsortimentsangebot	1.500
Gesundheit und Körperpflege	Ansiedlung eines großflächigen Anbieters unwahrscheinlich, ggf. eigenständige Einheit sowie Randsortimentsangebot	400
PBS, Bücher	Ansiedlung eines großflächigen Anbieters unwahrscheinlich, ggf. eigenständige Einheit sowie Randsortimentsangebot	400
Bekleidung	Fachmarkt oder -geschäfte denkbar sowie Randsortimentsangebot	1.500
Schuhe / Lederwaren	Ansiedlung eines großflächigen Anbieters unwahrscheinlich, Fachmarkt oder -geschäfte denkbar sowie Randsortimentsangebot	800
GPK / Haushaltswaren	Ansiedlung eines großflächigen Anbieters unwahrscheinlich, ggf. eigenständige Einheit sowie Randsortimentsangebot	400
Spielwaren / Hobbyartikel	Ansiedlung eines großflächigen Anbieters unwahrscheinlich, ggf. eigenständige Einheit sowie Randsortimentsangebot	400
Sport und Freizeit	Ansiedlung eines großflächigen Anbieters unwahrscheinlich, Fachmarkt denkbar sowie Randsortimentsangebot	400
Wohneinrichtung	Ansiedlung eines großflächigen Anbieters unwahrscheinlich, ggf. eigenständige Einheit sowie Randsortimentsangebot	400
Elektro / Leuchten	Ansiedlung eines großflächigen Anbieters unwahrscheinlich, ggf. eigenständige Einheit, auch in Verbindung mit Elektronik / Multimedia, sowie Randsortimentsangebot	400
Elektronik / Multimedia	Ansiedlung eines großflächigen Anbieters unwahrscheinlich, ggf. eigenständige Einheit, auch in Verbindung mit Elektro / Leuchten, sowie Randsortimentsangebot	400

Quelle: eigene Annahmen

Die gemäß Siegburger Sortimentsliste ebenfalls nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimentsgruppen *Apotheken (47.73)*, *Musikinstrumente und Musikalien (47.59.3)*, *Fachzeitschriften, Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen (47.62.1)*, *medizinische und orthopädische Artikel (47.74)*, *Schnittblumen (aus 47.76.1)*, *Uhren und Schmuck (47.77)*, *Augenoptiker (47.78.1)* und *Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken (47.78.3)* sind zwar grundsätzlich denkbar, jedoch allenfalls als spezialisierte Fachgeschäfte oder Randsortiment(e) auf kleinteiligen Flächen von maximal 200 m². Die auf diesen Flächen erzielten Umsätze sind im Rahmen dieser Untersuchung nicht relevant, da die zu erwartenden Umsatzvolumina vergleichsweise gering ausfallen und hier ein Umschlagen in städtebauliche Auswirkungen – im Sinne von Funktionsverlusten zentraler Versorgungsbereiche – nicht zu erwarten ist.

Mögliche absatzwirtschaftliche Kennwerte des Vorhabens

Die gängige Rechtsprechung¹⁷ verlangt die Aufzeigung der maximal möglichen absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen eines Vorhabens („Worst Case-Szenario“). Diesem Anspruch ist bereits im Rahmen der Umsatzermittlung eines Vorhabens durch die Zugrundelegung maximaler Flächenproduktivitäten Rechnung zu tragen, um die Ermittlung maximaler Umsatzumverteilungen – als ökonomische Grundlage für die Abschätzung der maximal zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen – zu ermöglichen.

Da mittels bauleitplanerischer Maßnahmen lediglich Sortimente und Verkaufsflächen gesteuert werden können, verbietet sich im Rahmen einer Verträglichkeitsanalyse grundsätzlich eine betreiberscharfe Betrachtung und Bewertung. Gleichwohl sind den gutachterlichen Berechnungen und Bewertungen jeweils maximale, jedoch realistische Rahmendaten eines Vorhabens zugrunde zu legen. Das ist auch dann der Fall, wenn die künftigen Betreiber noch nicht bekannt sind. Somit ist es – ebenfalls im Sinne der rechtlich geforderten „realitätsnahen Betrachtung des Worst Case-Ansatzes“ (Urteil des OVG NRW vom 02. Oktober 2013 – 7 D 18/13.NE) – unerlässlich, zumindest bei den anzunehmenden warengruppenspezifischen Verkaufsflächen- und Umsatzanteilen (soweit vorhanden) auf Angaben bekannter Betreiber zurückzugreifen, um die zu prognostizierenden Auswirkungen in einer Warengruppe weder zu unter- noch zu überschätzen. Maßstab müssen dabei die maximal zu erzielenden Flächenproduktivitäten der jeweiligen Marktführer sein, sofern eine realistische Chance besteht, dass diese auch als Anbieter für das Kaiser Carré in Frage kommen.

Unter Beachtung dieser Anforderungen sowie der spezifischen Rahmenbedingungen in Siegburg werden – im Sinne eines realitätsnahen Worst Case – folgende warengruppenspezifische Flächenproduktivitäten für die Untersuchung zugrunde gelegt:

Tabelle 3: Warengruppenspezifische Verkaufsflächen, Flächenproduktivitäten und Umsätze des Planvorhabens – Worst Case

Warengruppe	Maximale Verkaufsfläche (m ²)	Maximale Flächenproduktivität (Euro / m ²)	Maximalumsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	1.500	5.500	8,3
Gesundheit und Körperpflege	400	6.500	2,6
PBS, Bücher	400	4.000	1,6
Bekleidung	1.500	3.200	4,8
Schuhe / Lederwaren	800	3.500	2,8
GPK / Haushaltswaren	400	2.100	0,8
Spielwaren / Hobbyartikel	400	2.700	1,1
Sport und Freizeit	400	2.500	1,0
Wohneinrichtung	400	1.900	0,8
Elektro / Leuchten	400	5.200	2,1
Elektronik / Multimedia	400	7.000	2,8

Quelle: eigene Annahmen und Berechnungen

¹⁷ vgl. u. a. Urteile des OVG NRW vom 07.12.2000 (7a D 60 / 99.NE, sog. Preußen-Park-Urteil), vom 02.10.2013 (7 D 18 / 13.NE) sowie vom 28.09.2016 (7 D 96 / 14.NE)

4 Absatzwirtschaftliche Rahmendaten im Untersuchungsraum

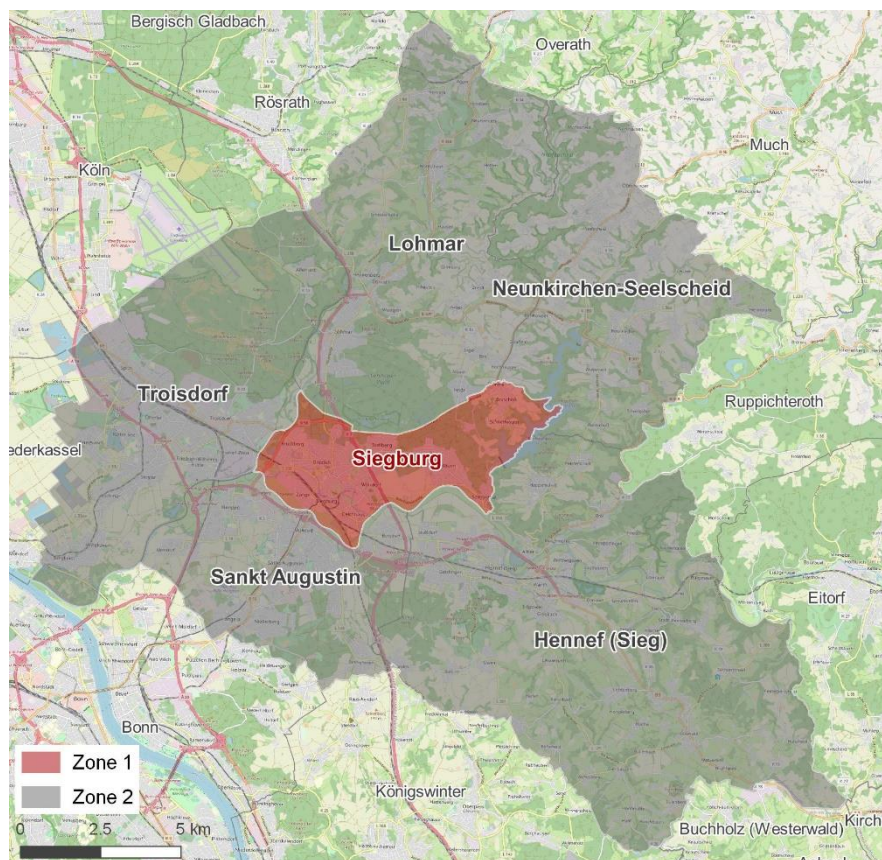
Das folgende Kapitel beschäftigt sich mit den einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum. Hierzu wird eine Abgrenzung des potenziellen Einzugsgebiets und des Untersuchungsraumes vorgenommen. Für diesen Raum erfolgt eine Analyse der absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen.

4.1 Abgrenzung des Einzugsgebiets und Definition des Untersuchungsraums

Die Abgrenzung des Einzugsgebiets sowie – daraus abgeleitet – des Untersuchungsraums dient als Grundlage zur Analyse der Wettbewerbssituation und zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials eines Standortes.

Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität für die Versorgung mit insbesondere 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. Aus diesem räumlichen Spannungsgewebe resultiert schließlich ein Einzugsgebiet.

Karte 2: Einzugsgebiet



Quelle: eigene Darstellung; Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung konnte auf Ergebnisse einer Kundenherkunftserhebung¹⁸ zurückgegriffen werden, die im Rahmen des aktuell in Fortschreibung befindlichen Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Siegburg durchgeführt wurde. Das sog. Kerneinzugsgebiet (Zone 1) stellt dabei das Stadtgebiet Siegburg selbst dar. Die unmittelbar angrenzenden Nachbarkommunen bilden das weitere Einzugsgebiet (Zone 2). Der Vorhabenstandort liegt im zentralen Versorgungsbereich der Siegburger Innenstadt, welche über ein regionales Einzugsgebiet mit rund 50 % auswärtiger Kunden verfügt (s. Karte 2).

Bei der Definition des Untersuchungsraums des Vorhabens gilt es zwischen den nahversorgungsrelevanten und den zentrenrelevanten Sortimenten zu unterscheiden. Aufgrund der regelmäßigen Nachfrage nach Gütern des täglichen Bedarfs werden die Versorgungseinkäufe in nahversorgungsrelevanten Sortimenten üblicherweise möglichst in der Nähe des Wohnortes getätigt. Insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel besteht aufgrund der Regelmäßigkeit der Versorgungseinkäufe und des üblicherweise dichten Angebotsnetzes eine hohe Distanzempfindlichkeit beim räumlichen Einkaufsverhalten der Kunden. Deshalb wird für die untersuchungsrelevanten Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit und Körperpflege das Siegburger Stadtgebiet als Untersuchungsraum definiert.

Für die weiteren zentrenrelevanten Warengruppen wurden Verkaufsflächen zwischen 400 und 800 m² hergeleitet, ausgenommen für den Bereich Bekleidung (1.500 m²). Der prognostizierte Vorhabenumsatz liegt dabei zwischen 0,8 Mio. Euro und maximal 4,8 Mio. Euro (vgl. Kapitel 3). Dieser würde sich auf die Innenstädte sowie weitere Angebotsstandorte der insgesamt sechs Kommunen im Einzugsgebiet (die direkten Nachbarkommunen und Siegburg) verteilen. Im Ergebnis würden sich die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in den Nachbarkommunen knapp oberhalb bis unterhalb der Nachweisbarkeit bewegen, so dass von dem Vorhaben keine unzumutbaren Beeinträchtigungen bzw. schädliche Auswirkungen i. S. v. § 11 (3) BauNVO, § 2 (2) BauGB, § 9 (2a) BauGB und § 34 (3) BauGB auf die schützenswerten zentralen Versorgungsgebiete benachbarter Kommunen ausgehen; insbesondere auch angesichts der geplanten Größenordnung (maximal 3.000 m² Gesamtverkaufsfläche) sowie des avisierten Standortes des Vorhabens (innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches der Siegburger Innenstadt). Insoweit wird auch für die zentrenrelevanten Warengruppen das Siegburger Stadtgebiet als Untersuchungsraum definiert.

¹⁸ In Kooperation mit ausgewählten Einzelhändlern in Siegburg wurde in einem einwöchigen Zeitraum eine Kundenherkunftserhebung durchgeführt. Dazu wurden Listen in mehr als 40 ausgewählten Geschäften verschiedener Warengruppen und Betriebstypen im Siegburger Stadtgebiet ausgelegt. In diese Listen trugen die für den Kassiervorgang zuständigen Personen den jeweiligen Wohnort des Kunden ein, so dass eine Grundlage für die Analyse des aktuellen Einzugsgebiets des Einzelhandels der Stadt Siegburg gewonnen werden konnte.

4.2 Kaufkraft im Untersuchungsraum

Insgesamt leben im Untersuchungsraum rund **43.500 Einwohner**. Das einzelhandelsrelevante **Kaufkraftniveau** in Siegburg liegt bei einem Wert von **102,1** und damit knapp 2 % über dem Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100)¹⁹. Auf Basis der Einwohnerzahl lässt sich für den Untersuchungsraum in den untersuchungsrelevanten Warengruppen ein **einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen** von insgesamt **rund 210 Mio. Euro** ermitteln. Eine Übersicht über die Bevölkerung im Untersuchungsraum nach Stadtteilen und deren einzelhandelsrelevante Kaufkraft gibt Tabelle 4.

¹⁹ IFH Retail Consultants Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern, Köln, 2019

Tabelle 4: Einwohner und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsgebiet

	Braschoß	Brückberg	Deichhaus	Innenstadt	Kaldauen	Nordstadt	Seligenthal	Stallberg	Wolsdorf	Zange	Summe
Einwohner (gerundete Werte)	1.600	4.250	3.850	8.850	7.300	7.050	450	3.850	3.400	2.900	43.500
einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Mio. Euro)											
Nahrungs- und Genussmittel	4,0	10,7	9,7	22,2	18,4	17,6	1,2	9,7	8,6	7,2	109,3
Gesundheit und Körperpflege	0,7	1,9	1,7	3,9	3,2	3,1	0,2	1,7	1,5	1,3	19,3
PBS, Bücher	0,2	0,6	0,6	1,3	1,1	1,0	0,1	0,6	0,5	0,4	6,4
Bekleidung	0,9	2,3	2,1	4,8	4,0	3,8	0,3	2,1	1,9	1,6	23,8
Schuhe / Lederwaren	0,3	0,7	0,6	1,4	1,2	1,1	0,1	0,6	0,5	0,5	6,9
GPK / Haushaltswaren	0,2	0,5	0,4	1,0	0,8	0,8	0,1	0,4	0,4	0,3	5,0
Spielwaren / Hobbyartikel	0,2	0,6	0,6	1,3	1,1	1,0	0,1	0,6	0,5	0,4	6,3
Sport und Freizeit	0,2	0,4	0,4	0,9	0,7	0,7	<0,1	0,4	0,3	0,3	4,2
Wohneinrichtung	0,1	0,3	0,2	0,5	0,4	0,4	<0,1	0,2	0,2	0,2	2,6
Elektro / Leuchten	0,3	0,8	0,7	1,6	1,4	1,3	0,1	0,7	0,6	0,5	8,1
Elektronik / Multimedia	0,7	1,8	1,6	3,8	3,1	3,0	0,2	1,6	1,5	1,2	18,5
Summe*	7,7	20,6	18,7	42,7	35,3	34,0	2,3	18,7	16,5	13,9	210,4

*nur untersuchungsrelevante Warengruppen

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: IfH Retail Consultants, Köln 2019; eigene Berechnungen

Die größten Anteile an der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im Untersuchungsraum weist mit deutlichem Abstand die Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel (rund 109 Mio. Euro)** auf, gefolgt von den Warengruppen **Bekleidung (rund 24 Mio. Euro)**, **Elektronik / Multimedia (rund 19 Mio. Euro)** und **Gesundheits- und Körperpflege (rund 19 Mio. Euro)**.

4.3 Angebotssituation im Untersuchungsraum

In der vorliegenden Untersuchung werden mögliche absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen insbesondere auf schützenswerte zentrale Versorgungsbereiche sowie die verbrauchernahe Versorgung im Sinne von § 11 (3) BauNVO analysiert. Darüber hinaus wurden jedoch auch weitere relevante Angebotsstandorte in die Analyse eingestellt (vgl. Kapitel 2). Einen Überblick über das untersuchungsrelevante Angebot im Untersuchungsraum in den untersuchungsrelevanten Warengruppen gibt Tabelle 5.

Tabelle 5: Verkaufsflächen und Umsätze in den untersuchungsrelevanten Warengruppen im Untersuchungsraum

Warengruppe	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	22.350	115,5
Gesundheit und Körperpflege	5.350	32,4
PBS, Bücher	1.850	8,0
Bekleidung	19.100	51,4
Schuhe / Lederwaren	3.650	11,6
GPK / Haushaltswaren	3.300	7,0
Spielwaren / Hobbyartikel	2.200	6,0
Sport und Freizeit	2.450	7,3
Wohneinrichtung	1.750	3,2
Elektro / Leuchten	2.100	8,7
Elektronik / Multimedia	3.750	28,6
Summe*	67.850	279,6

*nur untersuchungsrelevante Warengruppen

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: eigene Berechnungen

- Insgesamt wurden in den untersuchungsrelevanten Warengruppen rund **67.900 m² Verkaufsfläche** erhoben. Davon entfällt mit rund 22.400 m² knapp ein Drittel auf die Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**, gefolgt von der Warengruppe **Bekleidung** mit rund 19.100 m².
- Der erwirtschaftete **Umsatz** beläuft sich geschätzt auf rund **280 Mio. Euro**. Rund 40 % hiervon entfallen mit knapp 116 Mio. Euro Umsatzvolumen auf die Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**. Die zweitgrößte Warengruppe **Bekleidung** kann ein Umsatzvolumen von rund 51 Mio. Euro aufweisen.

Da die Verträglichkeitsanalyse gemäß § 11 (3) BauNVO sowohl auf die Ermittlung städtebaulicher Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum als auch auf mögliche Implikationen versorgungsstruktureller Art abstellt, wurde das untersuchungsrelevante Angebot auch differenziert nach der jeweiligen städtebaulichen Lage betrachtet. Im Folgenden werden daher die angebotsseitigen Kenndaten (Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze²⁰) des Hauptzentrums Innenstadt, der Nahversorgungszentren, der städtebaulich integrierten und nicht-integrierten Streulagen sowie der städtebaulich nicht-integrierten Gewerbegebiete Phrix und Zange im Siegburger Stadtgebiet mit dem jeweiligen projektrelevanten Angebot detailliert aufgeführt.

²⁰ 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 6: Verkaufsflächen in den untersuchungsrelevanten Warengruppen nach Standorten (in m²)

Standorte	Nahrungs- und Genussmittel	Gesundheit und Körperpflege	PBS, Bücher	Bekleidung	Schuhe / Lederwaren	GPK / Haushaltswaren	Spielwaren / Hobbyartikel	Sport und Freizeit	Wohneinrichtung	Elektro / Leuchten	Elektronik / Multimedia
Zentrale Versorgungsbereiche											
HZ Innenstadt	3.650	2.650	1.250	17.400	3.250	2.050	1.800	1.600	1.250	600	2.250
NVZ Brückberg	3.200	300	<100	<100	-	<100	-	<100	-	<100	150
NVZ Kaldauen	750	<100	<100	350	<100	<100	<100	-	<100	-	-
NVZ Stallberg	1.950	150	<100	<100	-	<100	<100	-	-	-	-
Städtebaulich integrierte Lagen											
Braschoß	550	<100	<100	<100	-	<100	-	<100	-	<100	<100
Brückberg	200	550	<100	<100	-	<100	150	100	200	-	<100
Deichhaus	150	-	<100	<100	-	-	-	<100	-	-	-
Innenstadt ¹	1.950	700	<100	200	<100	<100	<100	<100	-	350	1.200
Kaldauen	150	<100	<100	-	-	-	<100	350	-	-	<100
Nordstadt	350	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Wolsdorf	<100	-	-	-	-	-	-	-	-	350	-
Zange	100	-	-	-	-	<100	-	-	-	<100	-
Städtebaulich nicht-integrierte Lagen											
Deichhaus	1.550	<100	<100	150	<100	100	<100	<100	<100	<100	<100
Innenstadt ¹	3.450	300	<100	150	<100	<100	-	<100	-	<100	<100
Seligenthal	<100	-	<100	-	-	<100	-	-	<100	-	-
Wolsdorf	-	-	<100	-	-	<100	-	-	-	-	-
Zange	-	-	-	<100	<100	-	-	-	-	-	-
Sonderstandorte											
GE Phrix	4.300	500	100	650	300	300	<100	350	<100	350	<100
GE Zange	<100	<100	<100	<100	<100	350	<100	<100	250	450	-

HZ = Hauptzentrum, NVZ = Nahversorgungszentrum, GE = Gewerbegebiet; ¹bezogen auf den Stadtteil (Lagen außerhalb des Hauptzentrums)

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: eigene Berechnungen

Tabelle 7: Prognostizierte Umsätze in den untersuchungsrelevanten Warengruppen nach Standorten (in Mio. Euro)

Standorte	Nahrungs- und Genussmittel	Gesundheit und Körperpflege	PBS, Bücher	Bekleidung	Schuhe / Lederwaren	GPK / Haushaltswaren	Spielwaren / Hobbyartikel	Sport und Freizeit	Wohneinrichtung	Elektro / Leuchten	Elektronik / Multimedia
Zentrale Versorgungsbereiche											
HZ Innenstadt	18,3	15,5	4,8	47,9	10,3	3,9	4,8	4,5	2,2	3,6	18,9
NVZ Brückberg	19,1	1,9	0,5	0,2	-	0,3	-	<0,1	-	<0,1	1,0
NVZ Kaldauen	3,6	0,3	<0,1	0,4	<0,1	<0,1	<0,1	-	<0,1	-	-
NVZ Stallberg	8,1	0,6	0,2	<0,1	-	0,1	0,2	-	-	-	-
Städtebaulich integrierte Lagen											
Braschoß	2,2	0,3	<0,1	<0,1	-	<0,1	-	<0,1	-	<0,1	<0,1
Brückberg	0,9	3,2	0,1	<0,1	-	<0,1	0,5	0,3	0,4	-	<0,1
Deichhaus	0,6	-	<0,1	<0,1	-	-	-	<0,1	-	-	-
Innenstadt ¹	11,5	5,3	0,4	0,6	<0,1	0,3	<0,1	<0,1	-	1,8	7,3
Kaldauen	0,6	<0,1	<0,1	-	-	-	<0,1	1,1	-	-	0,5
Nordstadt	0,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Wolsdorf	0,1	-	-	-	-	-	-	-	-	0,9	-
Zange	0,4	-	-	-	-	<0,1	-	-	-	<0,1	-
Städtebaulich nicht-integrierte Lagen											
Deichhaus	11,3	0,8	0,4	0,4	<0,1	0,3	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	0,2
Innenstadt ¹	17,9	1,8	0,4	0,5	<0,1	0,2	-	<0,1	-	<0,1	0,2
Seligenthal	<0,1	-	<0,1	-	-	0,1	-	-	<0,1	-	-
Wolsdorf	-	-	0,2	-	-	<0,1	-	-	-	-	-
Zange	-	-	-	0,2	<0,1	-	-	-	-	-	-
Sonderstandorte											
GE Phrix	19,5	2,7	0,6	1,2	1,0	0,8	0,2	1,1	<0,1	0,9	0,5
GE Zange	0,4	<0,1	<0,1	<0,1	<0,1	0,7	0,2	<0,1	0,4	1,2	-

HZ = Hauptzentrum, NVZ = Nahversorgungszentrum, GE = Gewerbegebiet; ¹bezogen auf den Stadtteil (Lagen außerhalb des Hauptzentrums)

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: eigene Berechnungen

- Insgesamt werden in den zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum in den untersuchungsrelevanten Warengruppen auf rund 45.200 m² Verkaufsfläche rund 172 Mio. Euro Umsatz generiert. Dies entspricht rund zwei Drittel der erhobenen Verkaufsfläche und des ermittelten Umsatzvolumens im Untersuchungsraum insgesamt.
- Die höchsten Verkaufsflächen entfallen auf die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Bekleidung, wobei sich das Angebot in der Warengruppe Bekleidung vor allem in dem Hauptzentrum konzentriert, während der nahversorgungsrelevanten Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel auch in den Nahversorgungszentren eine sehr wichtige Rolle zukommt.
- Das mit deutlichem Abstand größte Angebot über alle untersuchungsrelevanten Warengruppen entfällt auf den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Siegburg-Innenstadt. Mit rund 37.800 m² befindet sich hier mehr als die Hälfte der untersuchungsrelevanten Verkaufsflächen, wobei auf diesen rund 135 Mio. Euro Umsatz generiert werden.

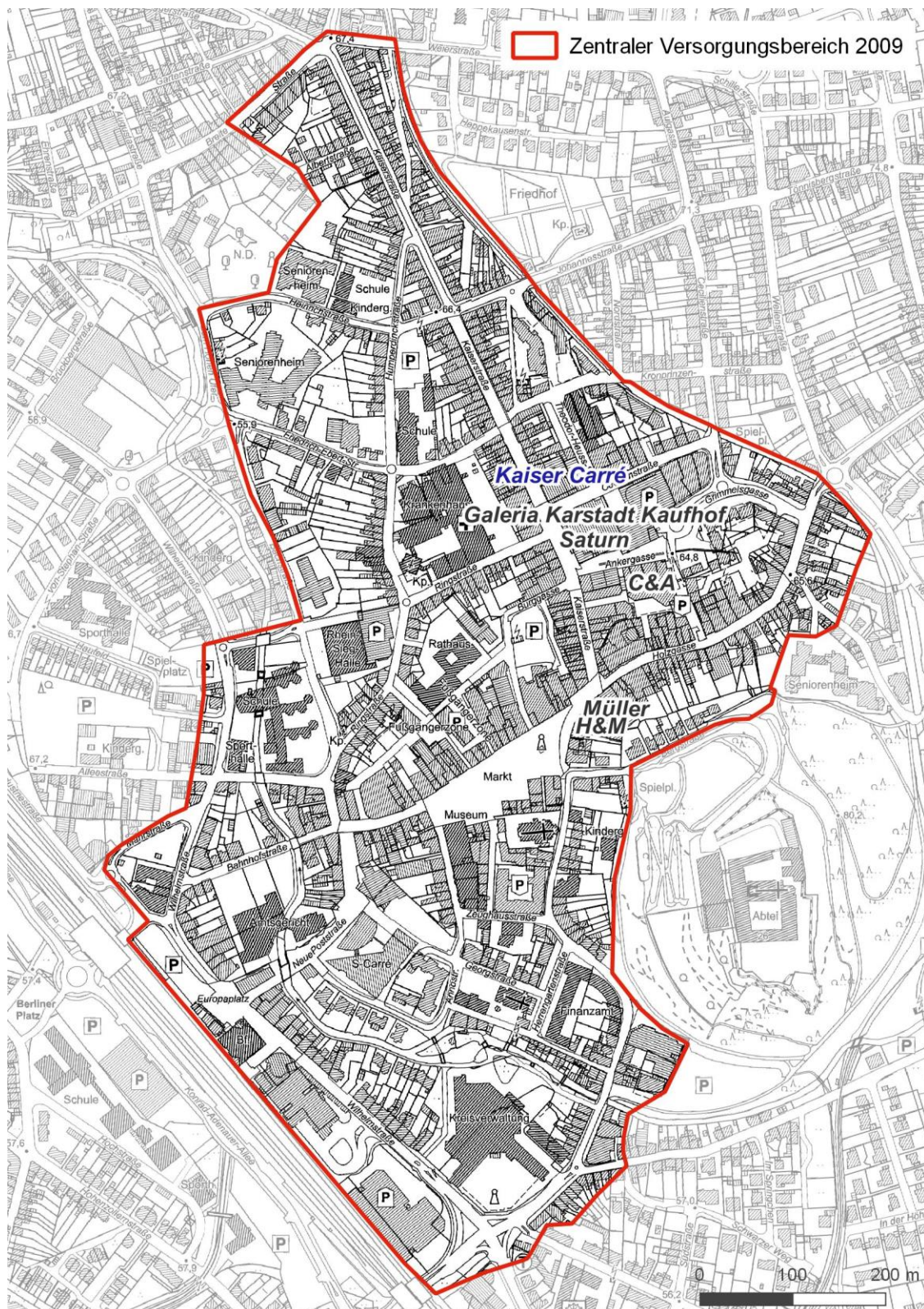
4.4 Angebots- und Nachfragesituation der zentralen Versorgungsbereiche in Siegburg

Hauptzentrum Siegburg-Innenstadt

Der **zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum Siegburg-Innenstadt** liegt im westlichen Stadtgebiet. Er erstreckt sich im Wesentlichen zwischen dem Hauptbahnhof im Süden und der Breiten Straße im Norden sowie der Mühlenstraße, Bergstraße und der alten Lohmarer Bahntrasse im Osten und der Wilhelmstraße bzw. Augustastraße im Westen (s. Karte 3).²¹

²¹ vgl. BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG (2009): Einzelhandelsstandort – und Zentrenkonzept Stadt Siegburg. Köln.

Karte 3: Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Siegburg-Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung; Abgrenzung gemäß Einzelhandelskonzept Siegburg (BBE 2009); Kartengrundlage: Amtliche Basiskarte (ABK), Geobasis NRW (2020), Datenlizenz Deutschland – Zero (<https://www.govdata.de/dl-de/zero-2-0>)

Die regionale Ausstrahlung der Stadt Siegburg entfaltet sich in vielen wichtigen innenstadtrelevanten Leitbranchen (u. a. Bekleidung) zu einem hohen Anteil über den zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt. Dieser verfügt aktuell über knapp 38.000 m² untersuchungsrelevante Verkaufsfläche, auf der ein geschätztes untersuchungsrelevante Umsatzvolumen von ca. 135 Mio. Euro realisiert wird.

Das in der Innenstadt lokalisierte, untersuchungsrelevante Einzelhandelsangebot konzentriert sich in erster Linie auf den Bereich zwischen östlicher **Bahnhofstraße**, **Markt** und südlicher **Kaiserstraße**. In dieser Hauptgeschäftslage herrscht eine **Angebotsmischung** aus groß- und kleinflächigem Einzelhandel sowie ergänzenden Dienstleistungen und Gastronomie vor. Weitere untersuchungsrelevante, **überwiegend kleinteilige Angebote** befinden sich im Bereich Am Brauhof, Holzgasse, nördliche Kaiserstraße und Neue Poststraße.

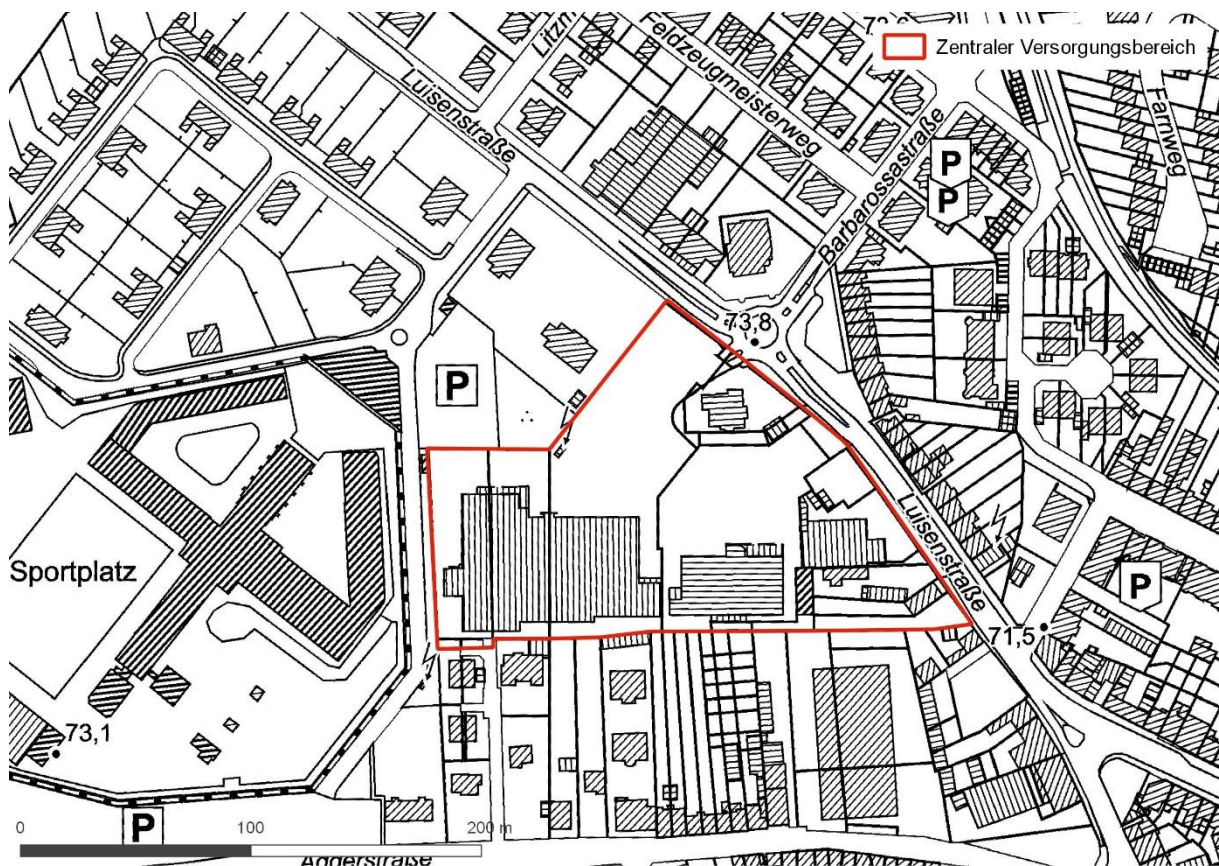
Im innerstädtischen Hauptgeschäftszentrum befinden sich insgesamt **acht großflächige Einzelhandelsbetriebe**, welche ausnahmslos ein nahversorgungsbzw. zentrenrelevantes Kernsortiment aufweisen. Diese vereinen eine Gesamtverkaufsfläche von rund **22.100 m²**, was einem Anteil an der innerstädtischen Gesamtverkaufsfläche von rund 50 % entspricht. **Vier Anbieter** sind der Warengruppe **Bekleidung** zuzurechnen, je ein Anbieter den Warengruppen Nahrungsmittel und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege, Elektronik / Multimedia sowie Wohneinrichtung. Die großflächigen Anbieter konzentrieren sich zwischen Ostseite des Marktes und der südlichen Kaiserstraße.

Die **durchschnittliche Betriebsgröße** im zentralen Versorgungsbereich liegt bei rund **190 m²**. Ohne die Verkaufsflächen der strukturprägenden, großflächigen Magnetbetriebe reduziert sich dieser Wert auf rund **95 m²**. Es zeigt sich bezogen auf die Anzahl der Betriebe eine **Dominanz kleinteiliger Betriebstypen und Verkaufsflächenangebote**. Knapp **75 %** der im Hauptzentrum ansässigen Betriebe (172 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von bis zu maximal 200 m²) verfügt nur über knapp **20 %** der untersuchungsrelevanten Verkaufsfläche.

Nahversorgungszentrum Brückberg

Das Nahversorgungszentrum Brückberg befindet sich nordwestlich des Hauptzentrums an der Luisenstraße im gleichnamigen Stadtteil. Insgesamt verfügt das Nahversorgungszentrum Brückberg in den projektrelevanten Warengruppen über rund 3.800 m² Verkaufsfläche, auf der ein geschätzter Umsatz von insgesamt rund 23 Mio. Euro erzielt wird. Der Angebotsschwerpunkt liegt in der Warengruppe Nahrungsmittel und Genussmittel. Das Nahversorgungszentrum Brückberg ist ein nach funktionalen Gesichtspunkten organisiertes Zentrum. Der Einzelhandelsbesatz besteht im Wesentlichen aus großformatigen Lebensmittelmärkten mit vorgelagerten Pkw-Stellplätzen.

Karte 4: Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Brückberg

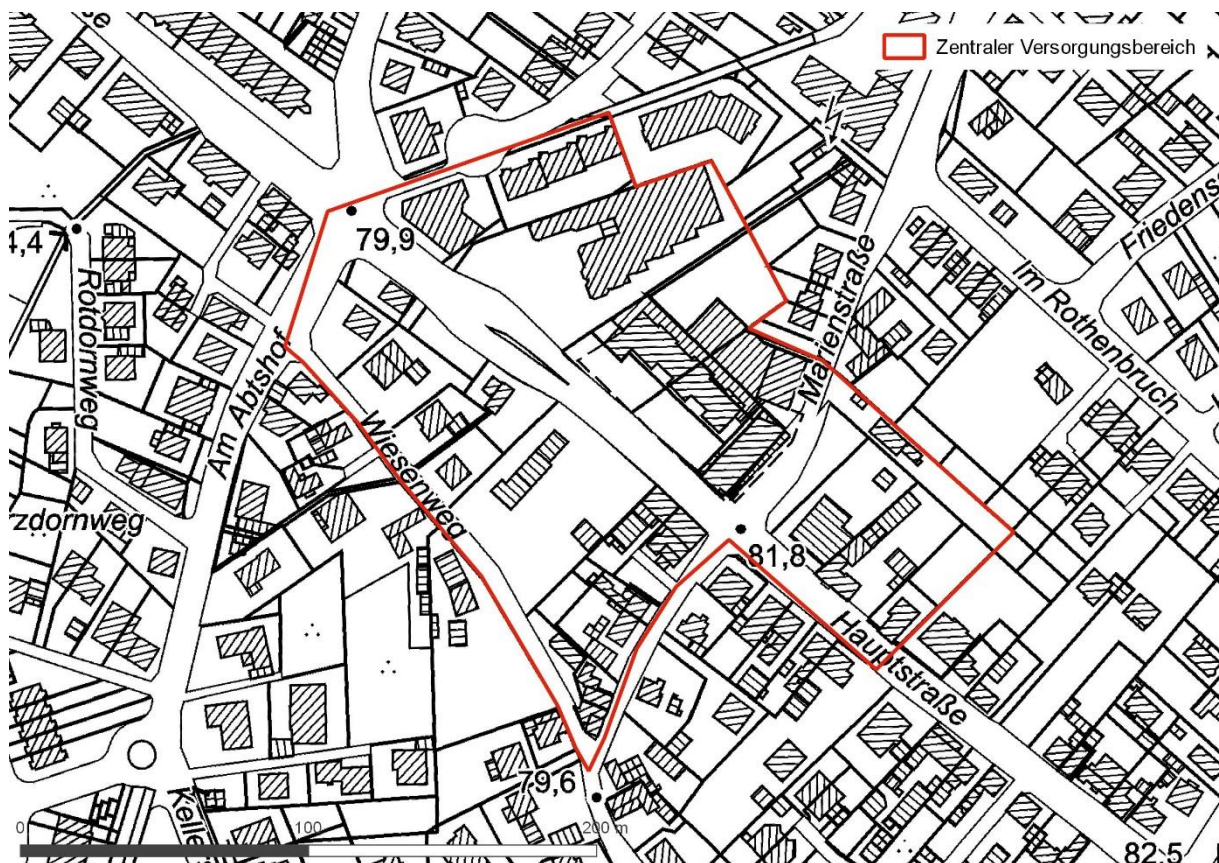


Quelle: eigene Darstellung; Abgrenzung gemäß Fortschreibung des Einzelhandelskonzept Siegburg (BBE 2012); Kartengrundlage: Amtliche Basiskarte (ABK), Geobasis NRW (2020), Datenlizenz Deutschland – Zero (<https://www.govdata.de/dl-de/zero-2-0>)

Nahversorgungszentrum Kaldauen

Das Nahversorgungszentrum Kaldauen befindet sich östlich des Hauptzentrums im gleichnamigen Stadtteil. Es erstreckt beidseitig entlang der Hauptstraße zwischen der Straße Am Abtshof und der Marienstraße. Insgesamt verfügt das Nahversorgungszentrum Kaldauen in den projektrelevanten Warengruppen über rund 1.300 m² Verkaufsfläche, auf der ein geschätzter Umsatz von insgesamt rund 5 Mio. Euro erzielt wird. Der Angebotsschwerpunkt liegt in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, ergänzt um ein kleinteiliges Angebot u. a. im Bereich Bekleidung. Größter Anbieter und zugleich einziger strukturprägender Magnetbetrieb ist ein Lebensmittelvollsortimenter. Der Einzelhandelsbesatz mit ergänzenden Nutzungen (u. a. Bank und Gastronomie) befindet sich ausschließlich auf der nördlichen Straßenseite, während der Bereich südlich der Hauptstraße gem. Einzelhandelskonzept als Entwicklungsbereich definiert ist.

Karte 5: Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Kaldauen

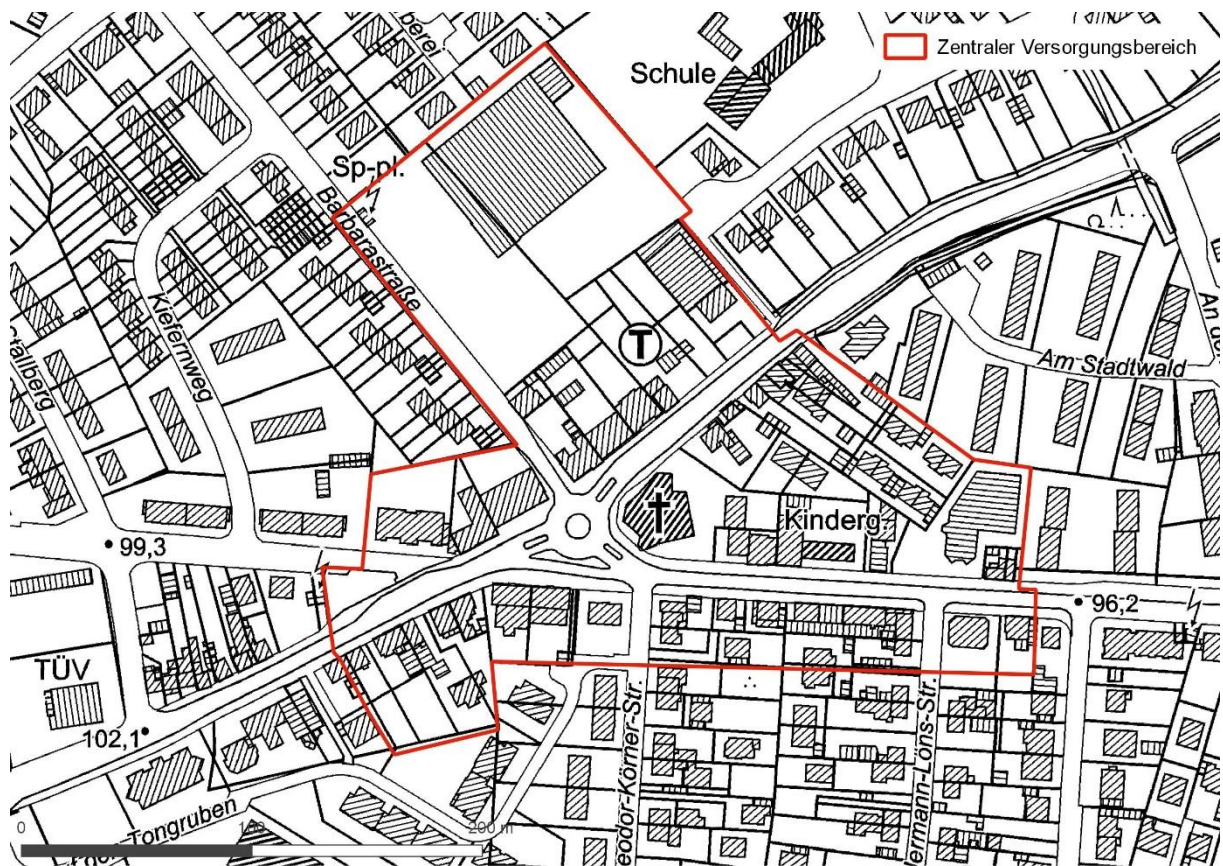


Quelle: eigene Darstellung; Abgrenzung gemäß Einzelhandelskonzept Siegburg (BBE 2009); Kartengrundlage: Amtliche Basiskarte (ABK), Geobasis NRW (2020), Datenlizenz Deutschland – Zero (<https://www.govdata.de/dl-de/zero-2-0>)

Nahversorgungszentrum Stallberg

Das Nahversorgungszentrum Stallberg befindet sich nordöstlich des Hauptzentrums im gleichnamigen Stadtteil. Es erstreckt im Kreuzungsbereich der Straßen Kaldauer Straße, Zeithstraße und Barbarstraße. Insgesamt verfügt das Nahversorgungszentrum Stallberg in den projektrelevanten Warengruppen über rund 2.300 m² Verkaufsfläche, auf der ein geschätzter Umsatz von insgesamt rund 9 Mio. Euro erzielt wird. Der Angebotsschwerpunkt liegt in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Größter Anbieter und zugleich einziger strukturprägender Magnetbetrieb ist ein Lebensmittelvollsortimenter im nördlichen Bereich in leicht abgesetzter Lage an der Barbarstraße. Der übrige Einzelhandelsbesatz entlang der Zeithstraße und der Kaldauer Straße ist kleinteilig und inhabergeführt.

Karte 6: Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Stallberg



Quelle: eigene Darstellung; Abgrenzung gemäß Einzelhandelskonzept Siegburg (BBE 2009); Kartengrundlage: Amtliche Basiskarte (ABK), Geobasis NRW (2020), Datenlizenz Deutschland – Zero (<https://www.govdata.de/dl-de/zero-2-0>)

5 Absatzwirtschaftliche Auswirkungen des Vorhabens

Im Rahmen der Wirkungsanalyse werden für die hergeleiteten warengruppenspezifischen Verkaufsflächen die induzierten Umsatzumverteilungen errechnet und – nicht zuletzt auch unter regionalen Gesichtspunkten (i. S. v. § 11 (3) BauNVO und § 2 (2) BauGB) – hinsichtlich ihrer städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Verträglichkeit bewertet.

5.1 Annahmen zur Umsatzherkunft des Vorhabens

Bei der absatzwirtschaftlichen Einordnung des Planvorhabens wird durch ein realitätsnahes städtebauliches Worst Case-Szenario der aktuellen Rechtsprechung Rechnung getragen. Zu diesem Zwecke wurden, basierend auf den in Kapitel 3 (Tabelle 3) aufgelisteten, maximalen warengruppenspezifischen Verkaufsflächen und Umsätzen des Planvorhabens sowie der Analyse der Rahmenbedingungen in Kapitel 4, Annahmen zur Höhe des gegenüber den Untersuchungsstandorten im Untersuchungsraum umverteilungsrelevanten Umsatzes getroffen.

Dafür konnte auch auf Ergebnisse einer Kundenherkunftserhebung zurückgegriffen werden, die im Rahmen des aktuell in Fortschreibung befindlichen Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Siegburg durchgeführt wurde (s. Kapitel 4.1). Demnach stammen etwas mehr als die Hälfte aller befragten Kunden aus Siegburg selbst, knapp ein Fünftel aus den angrenzenden Nachbarkommunen sowie rund ein Viertel aus dem weiteren Umland bzw. darüber hinaus. Es ist nicht davon auszugehen, dass sich der Kundenanteil von außerhalb Siegburgs (in Summe knapp 50 %) infolge der Vorhabenrealisierung, aufgrund der geplanten Dimensionierung von maximal 3.000 m² Verkaufsfläche, deutlich erhöhen wird.

Bezüglich der Annahmen zur Umsatzherkunft wurde schließlich eine warengruppenspezifische Differenzierung vorgenommen, die u. a. der Tatsache Rechnung trägt, dass die Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe (hier: Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit und Körperpflege) eine höhere Distanzsensibilität aufweisen als mittel- oder langfristig nachgefragte Warengruppen (z. B. Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Elektronik / Multimedia).

Für die nahversorgungsrelevanten Warengruppen **Nahrungs- und Genussmittel** sowie **Gesundheit und Körperpflege** wird ein **umverteilungsrelevanter Umsatzanteil von 90 %** angesetzt und für die weiteren **zentrenrelevanten Warengruppen von 70 %**. Diese Anteile liegen deutlich über den Kundenanteilen der Kundenherkunftserhebung und stellen somit eine rechtlich geforderte realitätsnahe Worst Case-Betrachtung dar. Einen Überblick über das umverteilungsrelevante Umsatzvolumen des Vorhabens nach Warengruppen gibt Tabelle 8.

Tabelle 8: Höhe des im Untersuchungsraum umverteilungsrelevanten Vorhabenumsatzes nach Warengruppen

Warengruppe	Maximalumsatz (Mio. Euro)	umverteilungsrelevanter	
		Anteil	Umsatz (Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	8,3	90 %	7,4
Gesundheit und Körperpflege	2,6	90 %	2,3
PBS, Bücher	1,6	70 %	1,1
Bekleidung	4,8	70 %	3,4
Schuhe / Lederwaren	2,8	70 %	2,0
GPK / Haushaltswaren	0,8	70 %	0,6
Spielwaren / Hobbyartikel	1,1	70 %	0,8
Sport und Freizeit	1,0	70 %	0,7
Wohn Einrichtung	0,8	70 %	0,5
Elektro / Leuchten	2,1	70 %	1,5
Elektronik / Multimedia	2,8	70 %	2,0

Quelle: eigene Annahmen und Berechnungen

Im Folgenden werden die Analyseergebnisse in Bezug auf das mögliche monetäre Umverteilungspotenzial in den einzelnen Warengruppen mit einer Einschätzung der möglichen städtebaulichen Folgewirkungen dargestellt.

5.2 Ergebnisse der Berechnungen – Umsatzumverteilungen durch das Planvorhaben

Die Realisierung des Planvorhabens und Generierung der in Tabelle 8 aufgezeigten Umsätze würde mit Blick auf die zuvor dargestellten absatzwirtschaftlichen Kennwerte im Untersuchungsraum zu den nachfolgend dargestellten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen führen. Da im Rahmen der vorliegenden Untersuchung gemäß § 11 (3) BauNVO die konkrete Einordnung der geplanten Einzelhandelsbausteine sowohl hinsichtlich möglicher negativer Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum als auch im Hinblick auf mögliche Implikationen versorgungsstruktureller Art relevant ist, werden nachfolgend die mit Hilfe des Gravitationsmodells ermittelten Umsatzumverteilungseffekte auf die im Untersuchungsraum befindlichen **zentralen Versorgungsbereiche** sowie die **sonstigen relevanten Einzelhandelslagen** aufgeführt. Die Darstellung der sonstigen relevanten Einzelhandelslagen erfolgt differenziert nach Sonderstandorten, integrierten und nicht-integrierten Lagen.

Tabelle 9: Prognostizierte warengruppenspezifische Umsatzumverteilungen (Worst Case)

Standorte	Nahrungs- und Genussmittel		Gesundheit und Körperpflege		PBS, Bücher		Bekleidung		Schuhe / Lederwaren		GPK / Haushaltswaren		Spielwaren / Hobbyartikel		Sport und Freizeit		Wohneinrichtung		Elektro / Leuchten		Elektronik / Multimedia	
	%	Mio. Euro	%	Mio. Euro	%	Mio. Euro	%	Mio. Euro	%	Mio. Euro	%	Mio. Euro	%	Mio. Euro	%	Mio. Euro	%	Mio. Euro	%	Mio. Euro	%	Mio. Euro
Zentrale Versorgungsbereiche																						
HZ Innenstadt	8 %	1,5	7 %	1,1	14 %	0,7	7 %	3,1	17 %	1,8	9 %	0,3	13 %	0,6	10 %	0,5	14 %	0,3	17 %	0,6	7 %	1,3
NVZ Brückberg	8 %	1,4	8 %	0,1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Kaldauen	5 %	0,2	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
NVZ Stallberg	6 %	0,5	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Städtebaulich integrierte Lagen																						
Braschoß	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Brückberg	*	*	8 %	0,3	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Deichhaus	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Innenstadt ¹	6 %	0,7	7 %	0,4	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	18 %	0,3	7 %	0,5
Kaldauen	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Nordstadt	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wolsdorf	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	15 %	0,1	*	*
Zange	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Städtebaulich nicht-integrierte Lagen																						
Deichhaus	5 %	0,5	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Innenstadt ¹	7 %	1,2	9 %	0,1	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Seligenthal	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Wolsdorf	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*
Zange	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	16 %	0,2	*	*
Sonderstandorte																						
GE Phrix	5 %	1,0	7 %	0,2	*	*	*	*	16 %	0,2	*	*	*	*	9 %	0,1	*	*	14 %	0,1	*	*
GE Zange	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*

¹ bezogen auf den Stadtteil (Lagen außerhalb des Hauptzentrums)

* Umsatzumverteilungen unter 0,1 Mio. Euro sind rechnerisch nicht plausibel nachweisbar und hinsichtlich möglicher städtebaulicher Auswirkungen nicht relevant

Quelle: eigene Berechnungen auf Basis der o. g. Eingangswerte

- Aus der Realisierung der zu untersuchenden warengruppenspezifischen Verkaufsflächen ergeben sich die höchsten Umverteilungen **im Hauptzentrum Siegburg-Innenstadt** selbst. Hohe Umverteilungsquoten ab 10 % ergeben sich insbesondere für die untersuchungsrelevanten Warengruppen Schuhe / Lederwaren, Sport und Freizeit, Elektro / Leuchten, Wohneinrichtung, PBS / Bücher, Spielwaren / Hobbyartikel. In den übrigen Warengruppen liegen die Umverteilungsquoten bei maximal 9 %.
- In den übrigen zentralen Versorgungsbereichen **Siegburgs** liegen die prognostizierten Umsatzumverteilungen zwischen 6 % und 16%, was monetären Umverteilungen von 0,2 bis maximal 1,4 Mio. Euro entspricht. Betroffen sind einzig die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit und Körperpflege.

5.3 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Bewertung der Umsatzumverteilungen

Im Folgenden wird eine städtebauliche und versorgungsstrukturelle Einordnung der dargestellten Umsatzumverteilungen vorgenommen. Hierbei sind mit Blick auf mögliche städtebaulich negative Auswirkungen i. S. v. § 11 (3) BauNVO die zentralen Versorgungsbereiche und integrierten Lagen einer detaillierten städtebaulichen Analyse unterzogen worden.

5.3.1 Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Siegburg-Innenstadt

Für den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Siegburg ergeben sich in den untersuchungsrelevanten Warengruppen Umsatzumverteilungen zwischen 7 % und 17 %. Grundsätzlich kann sich gemäß der obergerichtlichen und höchstrichterlichen Rechtsprechung das Siegburger Hauptzentrum, indem sich das Vorhaben befindet, nicht selbst schädigen. So kann das Vorhaben als Einzelhandelsentwicklung an geeigneter Stelle und in geeigneter Dimensionierung innerhalb des Zentrums zu einer Steigerung der Attraktivität des Hauptzentrums insgesamt führen und dazu beitragen, bestehende quantitative und qualitative Schwächen zu beheben.

Für die Warengruppen **Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege, Bekleidung, GPK / Haushaltswaren sowie Elektronik / Multimedia** wurden Umsatzumverteilungsquoten im Siegburger Hauptzentrum von maximal knapp 9 % ermittelt. Dieser Wert lässt nicht auf negative städtebauliche Auswirkungen schließen. Vielmehr handelt es sich um wettbewerbliche Auswirkungen.

Die höchsten prozentualen Umsatzumverteilungen von über 10 % erreichen die folgenden Warengruppen:

- **Schuhe / Lederwaren** (17 % bzw. 1,8 Mio. Euro)
- **Sport und Freizeit** (10 % bzw. 0,5 Mio. Euro)
- **Elektro / Leuchten** (17 % bzw. 0,6 Mio. Euro)
- **Wohneinrichtung** (14 % bzw. 0,3 Mio. Euro)
- **PBS / Bücher** (14 % bzw. 0,7 Mio. Euro)

- **Spielwaren / Hobbyartikel** (13 % bzw. 0,6 Mio. Euro)

Das untersuchungsrelevante Angebot in der Warengruppe **Schuhe / Lederwaren** umfasst insgesamt zehn Kernsortimentsanbieter. Es setzt sich im Wesentlichen aus acht Filialisten sowie zwei inhabergeführten Betrieben zusammen und wird zudem ergänzend als Randsortiment angeboten. Die prognostizierten Umsatzumverteilungen verteilen sich damit auf eine Vielzahl von Anbietern. Eine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs und folglich ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist – auch wenn ggf. ein einzelner Anbieter vom Markt verdrängt wird – nicht zu erwarten.

Im Bereich **Sport und Freizeit** verteilen sich die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf vier verschiedene, z.T. spezialisierte Kernsortimentsanbieter (wie Lauf-, Wander- oder Jagdsport) sowie Randsortimente innerhalb des Siegburger Hauptzentrums. Der größte Anbieter und einzige Fachmarkt befindet sich in der Holzgasse. Zur Vermeidung städtebaulicher Beeinträchtigungen (i. S. v. Betriebsschließungen) wird eine Reduzierung der Verkaufsfläche am Vorhabenstandort um 50 % auf maximal 200 m² empfohlen.

Das größte Angebot in der Warengruppe **Elektro / Leuchten** entfällt auf einen großflächigen Elektronikfachmarkt, der sich in unmittelbarer Nähe zum Vorhabenstandort befindet. Darüber hinaus gibt es drei kleinteilige spezialisierte Kernsortimentsanbieter sowie Randsortimentsangebote. Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen gehen im Wesentlichen zu Lasten des großflächigen Elektronikfachmarktes. Der Fachmarkt ist dabei in seinem Nebensortimente betroffen. Eine Wettbewerbsverschärfung ist wahrscheinlich, ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen aber nicht zu erwarten.

Im Bereich **Wohneinrichtung** liegt die Umverteilungsquote bei 14 %, was einer vergleichsweise geringen absoluten Umverteilung von 0,3 Mio. Euro entspricht. Es existieren ein großflächiger und ein kleinflächiger Kernsortimentsanbieter mit verschiedenen Spezialisierungen. Das quantitativ größte Angebot entfällt dabei jedoch auf Randsortimentsflächen. Dies spiegelt auch den gegenwärtigen bundesweiten Trend in dieser Warengruppe wider. Auch hier ist eine Wettbewerbsverschärfung wahrscheinlich, gleichwohl ist ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen aber nicht zu erwarten.

Die Warengruppe **PBS / Bücher** wird im Hauptzentrum Siegburg von zwei Buchhandlungen und zwei Schreibwarengeschäften sowie als Randsortiment angeboten. Der größte Anbieter, eine filialisierte Buchhandlung, befindet sich am Markt. Zur Vermeidung städtebaulicher Beeinträchtigungen (i. S. v. Betriebsschließungen) wird eine Reduzierung der Verkaufsfläche am Vorhabenstandort um 50 % auf maximal 200 m² empfohlen.

Das untersuchungsrelevante Angebot in der Warengruppe **Spielwaren / Hobbyartikel** setzt sich im Wesentlichen aus kleinteiligen Betrieben zusammen, die ein auf ein Teilsortiment der Warengruppe Spielwaren / Hobbyartikel spezialisiertes Angebot (Modellbahn, Bastelartikel und Handarbeitswaren) aufweisen. Das mit Abstand größte Angebot entfällt auf Randsortimentsflächen eines Drogeriemarktes und eines Warenhauses. Es ist anzunehmen, dass sich die bestehenden Fachgeschäfte durch ihr spezifisches Angebot durchaus wettbewerbsfähig aufgestellt sind. Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen ist nicht zu erwarten.

Insgesamt sind zwar einzelne Betriebsaufgaben nicht auszuschließen, aber weder eine Kumulation von Betriebsschließungen noch eine strukturelle Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des Hauptzentrums sind zu erwarten. Dabei ist abschließend darauf hinzuweisen, dass aufgrund der Deckelung der Gesamtverkaufsfläche nicht alle Umsatzumverteilungen gleichzeitig in der prognostizierten Höhe eintreten werden; diese stellen für den Bestand im Untersuchungsraum und somit auch im Hauptzentrum Siegburg den Worst Case dar. Sofern es gelingt, durch das Planvorhaben die Attraktivität der Innenstadt insgesamt zu erhöhen, können **Synergieeffekte** mit dem bestehenden Einzelhandel eintreten.

5.3.2 Sonstige zentrale Versorgungsbereiche

In der Stadt Siegburg existieren mit den zentralen Versorgungsbereichen Brückberg, Kaldauen und Stallberg **drei Nahversorgungszentren**, die in Ergänzung zu dem Hauptzentrum die (Nah-) Versorgung der Bevölkerung gewährleisten.

In einem Großteil der untersuchungsrelevanten Warengruppen sind – auch infolge des geringen Angebotsbestandes in den zentralen Versorgungsbereichen – keine absatzwirtschaftlichen Auswirkungen nachweisbar. Einzig im Nahversorgungszentrum Brückberg ergeben sich in folgenden Warengruppen erhöhte Umsatzumverteilungen ab ca. 8 %:

- Nahrungs- und Genussmittel 8 % bzw. 1,4 Mio. Euro
- Gesundheit und Körperpflege 8 % bzw. 0,1 Mio. Euro

In der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** verteilen sich die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen im Nahversorgungszentrum Brückberg hauptsächlich auf einen Verbrauchermarkt sowie zwei Lebensmitteldiscounter. Die Anbieter präsentieren sich modern und leistungsstark. Negative städtebauliche Auswirkungen und eine strukturelle Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des Zentrums können insofern ausgeschlossen werden

In der Warengruppe **Gesundheit und Körperpflege** existiert innerhalb des Nahversorgungszentrums Brückberg kein Kernsortimentsanbieter. Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen gehen im Wesentlichen zu Lasten der drei Lebensmittelmärkte, welche die Warengruppe Gesundheit und Körperpflege als Randsortiment führen. Die monetär geringen Auswirkungen werden nicht zu negativen städtebaulichen Auswirkungen und einer strukturellen Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des Zentrums führen.

5.3.3 Städtebaulich integrierte Standorte

Für die **städttebaulich integrierten Standorte** im Untersuchungsraum ergeben sich Umsatzumverteilungen von über 8 % in der Warengruppe Elektro / Leuchten (maximal 18 % bzw. 0,3 Mio. Euro). Diese betreffen neben dem Stadtteil Innenstadt, in dem sich der Vorhabenstandort befindet, auch den Siegburger Stadtteil Brückberg. Neben den Einzelhandelslagen im erweiterten Innenstadtkontext (außerhalb des eigentlichen zentralen Versorgungsbereiches) handelt es sich vor allem um Solitäranbieter. Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf diese Anbieter können mit dem Ziel der Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Siegburg-

Innenstadt abgewogen werden. Negative städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen sind nicht zu erwarten.

5.3.4 Auswirkungen auf die Umlandkommunen

Für die **Kommunen außerhalb des Untersuchungsraumes** ist es möglich, über Analogieschlüsse Aussagen zu den zu erwartenden Auswirkungen zu treffen. So korreliert die Betroffenheit eines Standortes negativ mit seiner Entfernung zum Vorhabenstandort. Darüber hinaus ist zu beachten, dass die (umsatz-)stärksten Wettbewerbsstandorte in der Regel auch die höchsten monetären Umsatzverluste durch den Vorhabeneintritt zu verbuchen haben, während jedoch die relative Betroffenheit (= prozentuale Umsatzumverteilung) tendenziell eher bei einem (umsatz-)schwächeren Standort höher ausfällt.

Insgesamt wurden im Untersuchungsraum 70 % des Vorhabenumsatzes der **zentrenrelevanten Warengruppen** umverteilt. Im Umkehrschluss bedeutet das, dass rund 30 % des Vorhabenumsatzes von auswärtigen Kunden generiert werden, die sich aus Kunden der direkt angrenzenden Nachbarkommunen (Hennef, Lohmar, Neunkirchen-Seelscheid, Sankt Augustin und Troisdorf) sowie aus Streukunden zusammensetzen. Eine Übersicht über den von außerhalb des Untersuchungsraums stammenden Vorhabenumsatz in den zentrenrelevanten Warengruppen gibt Tabelle 10.

Tabelle 10: Höhe des von außerhalb des Untersuchungsraums stammenden Vorhabenumsatzes in den zentrenrelevanten Warengruppen

Warengruppe	Umsatz (Mio. Euro)
PBS, Bücher	0,5
Bekleidung	1,4
Schuhe / Lederwaren	0,8
GPK / Haushaltswaren	0,3
Spielwaren / Hobbyartikel	0,3
Sport und Freizeit	0,3
Wohneinrichtung	0,2
Elektro / Leuchten	0,6
Elektronik / Multimedia	0,8

Quelle: eigene Annahmen und Berechnungen

Der von außerhalb des Untersuchungsraums stammende Vorhabenumsatz in den zentrenrelevanten Warengruppen liegt zwischen 0,2 Mio. Euro (Wohneinrichtung) und maximal 1,4 Mio. Euro (Bekleidung). Dieser verteilt sich auf die Angebotsstandorte der fünf Nachbarkommunen und im Wesentlichen auf deren Innenstädte. Aufgrund der geringen umverteilungsrelevanten Umsätze würden sich die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in einem niedrigen Bereich zwischen knapp oberhalb bis unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze bewegen.

Dies soll anhand einer beispielhaften Berechnung für die Warengruppen Bekleidung und Schuhe / Lederwaren verdeutlicht werden: In den Nachbarkommunen wird im Bereich Bekleidung

ein geschätzter Umsatz von mehr als 80 Mio. Euro und im Bereich Schuhe / Lederwaren von 20 Mio. Euro erwirtschaftet²². Bei einer Umsatzumverteilung läge die rechnerische Umsatzumverteilung in Summe bei knapp 2 % und maximal 4 % des warengruppenspezifischen Bestandumsatzes. Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen – auch auf Basis der Ergebnisse für die Angebotsstandorte des Untersuchungsraumes als dem besonders betroffenen Kerneinzugsbereich – ist daher nicht zu erwarten. Dies lässt sich analog auf die übrigen Sortimente übertragen, deren Vorhabenumsätze zudem auch deutlich geringer sind.

²² Die Schätzungen basieren auf vorliegenden Einzelhandelskonzepten, Gutachten und eigene Untersuchungen.

6 Überprüfung der Kompatibilität mit dem Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen

Neben der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Verträglichkeit ist zudem zu untersuchen und nachzuweisen, ob bzw. dass das Vorhaben mit den landesplanerischen Zielen und Grundsätzen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels kompatibel ist.

Landesplanerische Relevanz für den Untersuchungsgegenstand entfalten die im **Kapitel 6.5 „Großflächiger Einzelhandel“** formulierten Ziele und Grundsätze des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen (LEP NRW)²³. Dabei handelt es sich um die folgenden Festlegungen, die im vorliegenden Fall zu beachten sind:

1 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen

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

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

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

– in bestehenden zentralen Versorgungsbereichen [...] dargestellt und festgesetzt werden.

Zentrenrelevant sind

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

Anlage 1

- Papier / Bürobedarf / Schreibwaren
- Bücher
- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe, Lederwaren
- medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
- Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik
- Spielwaren
- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel (ohne Teilsortimente Angelartikel, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Jagdartikel, Reitartikel und Sportgroßgeräte)
- Elektrogeräte, Medien (=Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto – ohne Elektrogroßgeräte, Leuchten)
- Uhren, Schmuck
und
- Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)

²³ Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) in Kraft getreten am 08. Februar 2017

- Gesundheits- und Körperpflegeartikel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)

3 Ziel Beeinträchtigungsverbot

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

In Bezug auf das avisierte Planvorhaben ist hierzu im Einzelnen auszuführen:

- Zu 1. Der Vorhabenstandort ist gemäß dem aktuell rechtskräftigen Regionalplan für den Regierungsbezirk Köln - Teilabschnitt Region Bonn / Rhein-Sieg als Allgemeiner Siedlungsbereich (ASB) ausgewiesen. Somit ist eine Kompatibilität mit dem Ziel 1 gegeben.
- Zu 2. Der Vorhabenstandort befindet sich innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Siegburg-Innenstadt, der im Rahmen des Einzelhandelskonzepts der Stadt Siegburg als Hauptzentrum festgelegt worden ist²⁴. Das Vorhaben ist folglich mit Ziel 2 kompatibel.
- Zu 3. Ausgehend von den Ergebnissen der vorangestellten städtebaulichen Verträglichkeitsanalyse kann festgestellt werden, dass ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in städtebaulich und versorgungsstrukturell negative Auswirkungen und folglich wesentliche Beeinträchtigungen nicht zu befürchten sind. Damit ist das Vorhaben mit Ziel 3 kompatibel.

Es ist demnach festzuhalten, dass eine Kompatibilität des Planvorhabens mit den landesplanerischen Vor- und Maßgaben des LEP NRW (Kapitel 6.5 „Großflächiger Einzelhandel“) unter Berücksichtigung der warengruppenspezifischen Verkaufsflächenobergrenzen im untersuchten realitätsnahen Worst Case gegeben ist.

²⁴ BBE RETAIL EXPERTS Unternehmensberatung GmbH & Co. KG (2009): Einzelhandelsstandort – und Zentrenkonzept Stadt Siegburg. Köln.

7 Fazit

In Siegburg wird auf dem ehemaligen Goldberg-Areal ein Wohn- und Geschäftshaus mit Einzelhandelsbausteinen im Erd- und ersten Obergeschoss, das sog. Kaiser Carré, geplant. Dafür ist ein Bauleitplanverfahren (Aufstellung des vorhabenbezogenen Bebauungsplans Nr. 49 „Bereich zwischen den öffentlichen Verkehrsflächen Kaiserstraße, Cecilienstraße und Theodor-Heuss-Straße“) erforderlich.

Im Rahmen der vorliegenden Wirkungsanalyse wurden für den Einzelhandelsbaustein des Kaiser Carrés auf Basis realistischerweise maximal anzunehmender Einzelhandelsansiedlungen die untersuchungsrelevanten Warengruppen sowie deren Verkaufsflächenobergrenzen hergeleitet und begründet. Die in der nachfolgenden Tabelle 11 aufgezeigten Verkaufsflächen sind als maximale warengruppenspezifische Verkaufsflächen für den Vorhabenstandort Kaiser Carré zu verstehen, für die in dieser Untersuchung eine kommunale und regionale Verträglichkeit nachgewiesen werden konnte.


Tabelle 11: Warengruppenspezifische Verkaufsflächen für das Kaiser Carré

Warengruppe	Maximale Verkaufsfläche (m ²)
Nahrungs- und Genussmittel	1.500
Gesundheit und Körperpflege	800
PBS, Bücher	200
Bekleidung	1.500
Schuhe / Lederwaren	800
GPK / Haushaltswaren	400
Spielwaren / Hobbyartikel	400
Sport und Freizeit	200
Wohneinrichtung	400
Elektro / Leuchten	400
Elektronik / Multimedia	400

Quelle: eigene Annahmen und Berechnungen

Die möglichen Verkaufsflächen der einzelnen Warengruppen überschreiten in der Summe die im Kaiser Carré mögliche Gesamtverkaufsfläche von 3.000 m², so dass diese nicht vollständig additiv zu sehen sind.

Eine Kompatibilität des Vorhabens Zielen und Grundsätzen des LEP NRW kann im Hinblick auf Lage und Ausrichtung des Vorhabens konstatiert werden.


Stefan Kruse, Dortmund, 01.09.2020


Jana Fieseler-Smolana, Dortmund, 01.09.2020

Verzeichnisse

Tabellen

Tabelle 1:	Untersuchungsrelevanter Branchenschlüssel	14
Tabelle 2:	Mögliche untersuchungsrelevante Verkaufsflächen des Vorhabens	18
Tabelle 3:	Warengruppenspezifische Verkaufsflächen, Flächenproduktivitäten und Umsätze des Planvorhabens – Worst Case	19
Tabelle 4:	Einwohner und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsgebiet.....	23
Tabelle 5:	Verkaufsflächen und Umsätze in den untersuchungsrelevanten Warengruppen im Untersuchungsraum.....	24
Tabelle 6:	Verkaufsflächen in den untersuchungsrelevanten Warengruppen nach Standorten (in m ²).....	26
Tabelle 7:	Prognostizierte Umsätze in den untersuchungsrelevanten Warengruppen nach Standorten (in Mio. Euro)	27
Tabelle 8:	Höhe des im Untersuchungsraum umverteilungsrelevanten Vorhabenumsatzes nach Warengruppen	35
Tabelle 9:	Prognostizierte warengruppenspezifische Umsatzumverteilungen (Worst Case)	36
Tabelle 10:	Höhe des von außerhalb des Untersuchungsraums stammenden Vorhabenumsatzes in den zentrenrelevanten Warengruppen.....	40
Tabelle 11:	Warengruppenspezifische Verkaufsflächen für das Kaiser Carré	44

Karten

Karte 1:	Lage des Vorhabenstandorts innerhalb der Stadt Siegburg	16
Karte 2:	Einzugsgebiet.....	20
Karte 3:	Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Siegburg-Innenstadt.....	29
Karte 4:	Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Brückberg	31
Karte 5:	Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Kaldauen	32
Karte 6:	Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Stallberg	33

Fotos

Foto 1 und 2:	Vorhabenstandort	17
---------------	------------------------	----

Anhang

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 Langzeitstudie²⁵: Innerhalb der Jahre 1992 bis 1996 sind acht unterschiedliche Einzelhandelsprojekte vom Supermarkt mit 900 m² Verkaufsfläche bis hin zum Einkaufszentrum mit ca. 21.000 m² 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 wurde²⁶.
- 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.
- 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.²⁷
- 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 %²⁸, über 10 % bis 20 %²⁹ bis hin zu etwa 30 %³⁰.

²⁵ vgl. GMA (1997): 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, S. 41

²⁶ vgl. GMA (1997): A.a.O., Ludwigsburg, S. 34 und 36

²⁷ vgl. OVG Mecklenburg-Vorpommern 3k 09/04, 03.02.2006

²⁸ vgl. OVG Potsdam, NVwZ 1999, 434; OVG Münster, BRS 59 Nr. 70; OVG Koblenz, NVwZ-RR 2001, 638 = BRS 64 Nr. 33

²⁹ vgl. OVG Koblenz v. 08.01.1999 – 8 B 12650/98 -, NVwZ, 1999, 435, 438; VGH München, BayVBl 2001, 175 = BRS 63 Nr. 62.

³⁰ vgl. OVG Weimar, Urt. V 20.12.2004 – 1 N 1096/03, Juris m. w. Nachw.

- 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.³¹

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 Münster³² 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 Zumutbarkeitsschwelle. 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“.³³

³¹ vgl. z. B. Acocella, D.; Fürst, U.C. (2002): 10 Prozent Umsatzumverteilung. In: BAG Handelsmagazin, 05-06/2002, S. 29ff

³² vgl. Urteil des OVG NRW vom 28.12.2005 – 10 D 148/04.NE - „CentrO-Urteil“

³³ ebenda