

Wissen schafft Zukunft.

Absatzwirtschaftliche Auswirkungsanalyse

zur geplanten Erweiterung der beiden Lebensmittelmärkte Aldi und Lidl in Velen

Auftraggeber:

KLUMPJAN Immobilien GmbH
Lange Straße 26
46342 Velen-Ramsdorf

Ihre Ansprechpartner:

Wirtschaftsgeogr. Claus Freuen M.A.
(Senior Consultant)

Dipl.-Kfm. Jörg Lehnerdt
(Regionalleiter West)

BBE Handelsberatung GmbH

Goltsteinstraße 87a
50968 Köln

Tel +49 221 789 41 163/Fax +49 221 789 41 169
E-Mail lehnerdt@bbe.de/freuen@bbe.de

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	3
2	Standortseitige Rahmenbedingungen	9
3	Wettbewerbssituation	14
4	Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	25
5	Umsatzprognose des Vorhabens	30
6	Umverteilungseffekte	35
7	Einordnung in die Ziele der Landesplanung	40
8	Einordnung in das kommunale Einzelhandelskonzept	43
9	Städtebauliche Bewertung und Fazit der Analyse	45

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	3
2	Standortseitige Rahmenbedingungen	9
3	Wettbewerbssituation	14
4	Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	25
5	Umsatzprognose des Vorhabens	30
6	Umverteilungseffekte	35
7	Einordnung in die Ziele der Landesplanung	40
8	Einordnung in das kommunale Einzelhandelskonzept	43
9	Städtebauliche Bewertung und Fazit der Analyse	45

In Velen ist die Erweiterung der beiden innerstädtisch gelegenen Märkte von Aldi Nord und Lidl geplant

Ausgangssituation



- Der zentral gelegene Verbundstandort von Aldi und Lidl ist wesentlicher Bestandteil des nahversorgungsrelevanten Angebotes im Ortszentrum von Velen und soll daher modernisiert und zukunftsfähig aufgestellt werden. In diesem Zusammenhang ist geplant, die Verkaufsfläche des Aldi-Marktes von derzeit ca. 710 m² auf bis zu 1.000 m² und die Verkaufsfläche des Lidl-Marktes von derzeit ca. 1.000 m² auf ca. 1.140 m² zu erweitern.



- Beide Lebensmittelmärkte befinden sich im Geltungsbereich des Bebauungsplanes BO Nr. 10 Gärtnereigelände Hardeweg. Dieser soll für die geplante Erweiterung angepasst werden. Vorgesehen ist ein „Sonstiges Sondergebiet Nahversorgung“ mit den Teilflächen A und B.
- Gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Velen (2014) befindet sich der Vorhabenstandort im zentralen Versorgungsbereich „Ortskernlage Velen“.



- Im Rahmen der Bauleitplanung ist u.a. gutachterlich nachzuweisen, dass bei einer Realisierung des Vorhabens negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung in Velen oder in Nachbarkommunen im Sinne des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) ausgeschlossen werden können.
- Darüber hinaus ist darzulegen, dass die Planung mit den Zielen der Raumordnung übereinstimmt. Darüber hinaus ist das Vorhaben in die Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Velen einzuordnen.
- Die BBE Handelsberatung GmbH legt hiermit eine entsprechende absatzwirtschaftliche Auswirkungsanalyse vor, die im weiteren Genehmigungsverfahren als fundierte Entscheidungsgrundlage herangezogen werden kann.

Datengrundlagen der Untersuchung

Methodische Vorgehensweise

Vor-Ort-Recherchen



- Durchführung von Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung der lokalen Einzelhandelsstrukturen im Januar 2025.



Erhebung relevanter Anbieter



- Hierzu gehören vor allem strukturprägende Lebensmittelmärkte (v. a. Lebensmittel-Discounter, Super-/Verbrauchermärkte) im Untersuchungsgebiet.
- In den zentralen Versorgungsbereichen wird auch der kleinteilige Lebensmittel-einzelhandel betrachtet.



Umsatzschätzung



- Umsatzschätzung für die erfassten Einzelhandelsbetriebe unter Berücksichtigung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern



Nutzung sekundärstatistischer Daten



- Verwendung von aktuellen Datenmaterialien der BBE-Marktforschung (z. B. Kaufkraftkennziffern auf Gemeindeebene und sortimentspezifische Pro-Kopf-Ausgaben)
- Aufbereitung relevanter sekundärstatistischer Daten und Informationen (u.a. soziodemografische Kennzahlen, Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Velen).

Projektierte Planung folgt den Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel

Marktentwicklung des Lebensmitteleinzelhandels

- Der Lebensmitteleinzelhandel wird wesentlich durch Lebensmittel-Supermärkte und -Discountmärkte geprägt. So stehen in Deutschland ca. 16.000 Discounter mit einer mittleren Verkaufsfläche von ca. 840 m² ca. 12.200 Supermärkten mit durchschnittlich ca. 1.360 m² Verkaufsfläche gegenüber.
- Supermärkte konnten in den letzten Jahren deutlich an Umsatz gewinnen (2016 – 2023: + 43 % nominal), bei einer stagnierenden Betriebszahl (+ 2 %). Die Verkaufsfläche ist um ca. 14 % angestiegen. Die Flächenleistung liegt aktuell bei ca. 5.200 € je m² Verkaufsfläche und konnte gegenüber dem Jahr 2016 um ca. 26 % zulegen.
- Auch die Lebensmitteldiscounter haben im gleichen Zeitraum ihre Umsatzleistung erheblich gesteigert. Ihre Zahl ist seit 2016 leicht rückläufig (- 0,3 %), Verkaufsfläche (+ 8 %), Umsatz (+ 32 %) und Flächenleistungen (+ 22 %) sind jedoch deutlich angestiegen.
- Supermärkte und Discounter haben kontinuierlich ihr Angebot und ihr Erscheinungsbild geändert. So haben auch die Discountmärkte ihr Sortiment deutlich verbreitert und insbesondere ihr Frischeangebot ausgebaut.
- In der Anzahl der Sortimente haben sich Supermärkte und Discounter angenähert. Damit decken auch Discountmärkte alle Warengruppen der Nahversorgung umfassend ab, auch wenn die absolute Artikelzahl in Supermärkten höher ausfällt.
- Um das modifizierte Sortiment kompetent anbieten zu können, verfügen Discounter der neusten Generation im Regelfall über 1.100 bis 1.500 m² Verkaufsfläche.
- Das Planvorhaben reiht sich mit zukünftigen Verkaufsflächen von 1.000 m² (Aldi) bzw. 1.140 m² (Lidl) in den Trend wachsender Verkaufsflächen ein.

» **Moderne Discounter bieten heute eine mit Supermärkten vergleichbare Sortimentsbreite und führen auch Frischeprodukte und Bio-Lebensmittel in hoher Qualität. Das Angebot beider Betriebstypen wird von den Kunden als vollwertige Nahversorgung wahrgenommen, spricht aber weiterhin unterschiedliche Zielgruppen an.**

Gründe für Erweiterung: übersichtliche Warenpräsentation, kundenfreundlicher Warenzugang

Projektplanung

ALDI Sortiment



1866

Artikel je ALDI Filiale



- Frischeprodukte (Obst und Gemüse, Backwaren sowie Fleisch- und Wurstwaren) nehmen im Sortimentsangebot der Discounter einen deutlich höheren Stellenwert ein als in bisherigen Filialkonzepten.
- Im Bereich der Tiefkühl- und Drogeriewaren wurden ebenfalls Sortimentsabrundungen vorgenommen, die sich auf den Verkaufsflächenbedarf ausgewirkt haben. Zudem steigt die Zahl der Bio- und Fair Trade-Produkte stetig.
- Durch die Vergrößerung der Verkaufsfläche kann mehr Ware im Verkaufsraum platziert werden, was die Warenverfügbarkeit für den Kunden erhöht und gleichzeitig die innerbetrieblichen Abläufe erleichtert.
- Gleichzeitig wird die Regalierung in Höhe und Form so verändert, dass bei unverändertem Standardsortiment sowohl mehr Fläche für die Warenpräsentation benötigt wird als auch die Gangbreiten verbreitert werden, um den Kunden den Zugriff auf die Waren zu erleichtern. Auf schwer zugängliche Aufbauten (z.B. über Tiefkühltheken) wird verzichtet.
- Typischerweise werden auf etwa 90 % der Verkaufsfläche nahversorgungsrelevante Sortimente angeboten.
- Bei den Nonfood-Sortimenten handelt es sich vornehmlich um die wöchentlich wechselnden Aktionswaren.
- Dabei wird in jeder Aldi und Lidl-Filiale – unabhängig von der Verkaufsfläche – grundsätzlich das gleiche Sortiment angeboten.



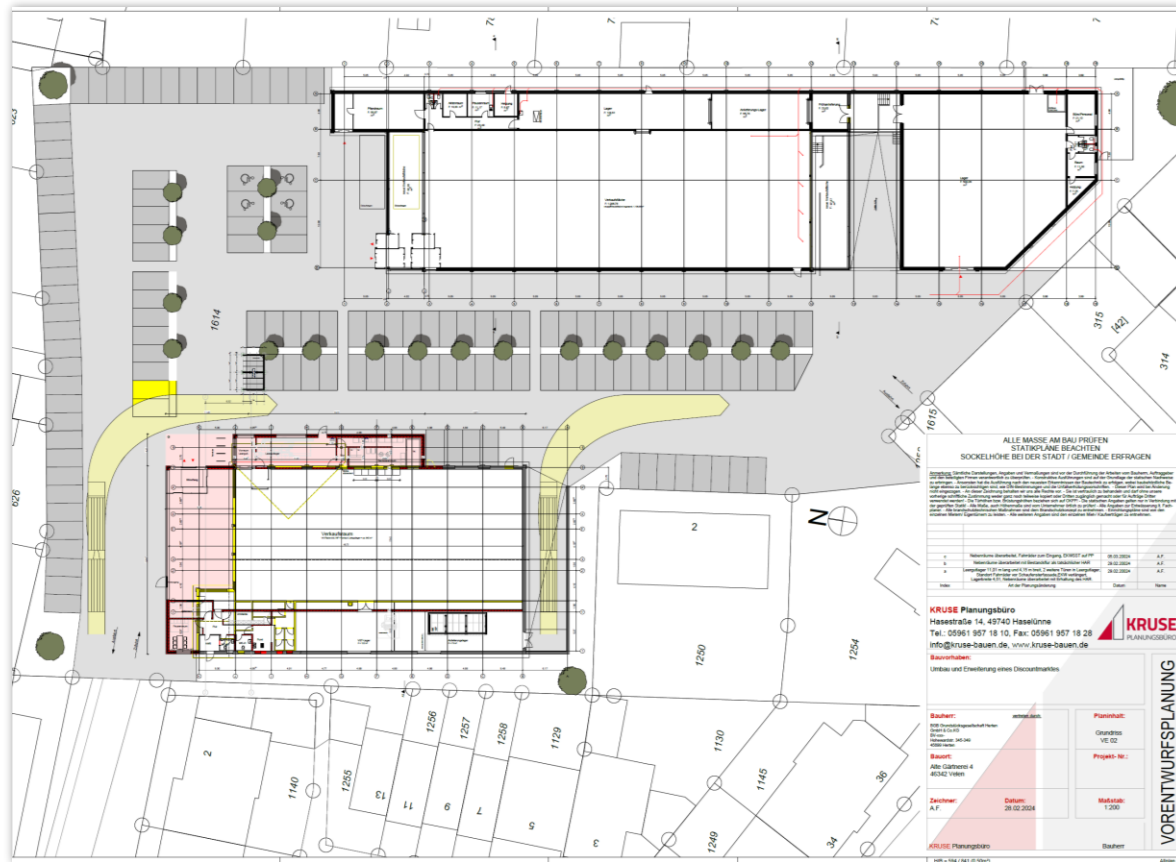
4.300 Einzelartikel

im Sortiment



Geplante Verkaufsflächen liegen im unteren Bereich neu errichteter Lebensmitteldiscounter

Projektplanung



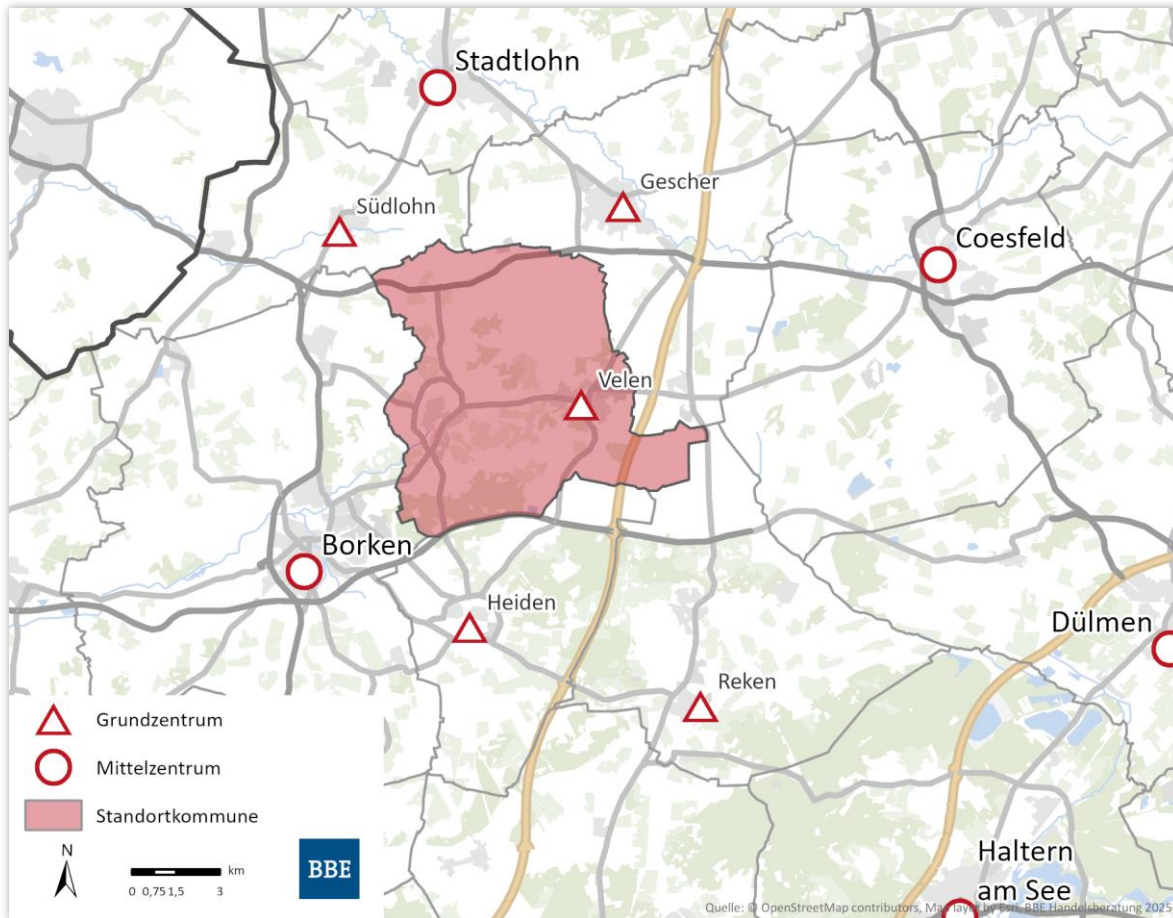
- Vor dem Hintergrund des anhaltenden Verkaufsflächenwachstums im deutschen Lebensmitteleinzelhandel soll den beiden Lebensmittelmärkten die Möglichkeit gegeben werden, sich zukunftsfähig aufzustellen.
- Mit künftigen Verkaufsflächen von max. 1.000 m² (Aldi) bzw. max. 1.140 m² (Lidl) liegen die Planungen im unteren Bereich der Verkaufsflächendimensionierung aktueller Discountkonzepte (vgl. obige Ausführungen).
- Insgesamt erhöht sich damit die am Vorhabenstandort vorhandene Verkaufsfläche von derzeit rd. 1.710 m² auf zukünftig max. 2.140 m². Dabei entfällt der überwiegende Teil der zusätzlichen Verkaufsfläche auf den erweiterten Aldi-Markt (+ 290 m²), während der Lidl-Markt über eine um rd. 140 m² erweiterte Verkaufsfläche verfügen wird.
- Von der geplanten Gesamtverkaufsfläche wird auch nach der Neuaufstellung der weit überwiegende Teil auf die nahversorgungsrelevanten Kernsortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren entfallen. Für nicht nahversorgungs-/zentrenrelevante Randsortimente sowie wöchentlich wechselnde Aktionswaren sieht der Bebauungsplanentwurf jeweils Verkaufsflächenanteile von maximal 10 % vor.

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	3
2	Standortseitige Rahmenbedingungen	9
3	Wettbewerbssituation	14
4	Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	25
5	Umsatzprognose des Vorhabens	30
6	Umverteilungseffekte	35
7	Einordnung in die Ziele der Landesplanung	40
8	Einordnung in das kommunale Einzelhandelskonzept	43
9	Städtebauliche Bewertung und Fazit der Analyse	45

Planstandort in zentraler Lage des Grundzentrums Velen

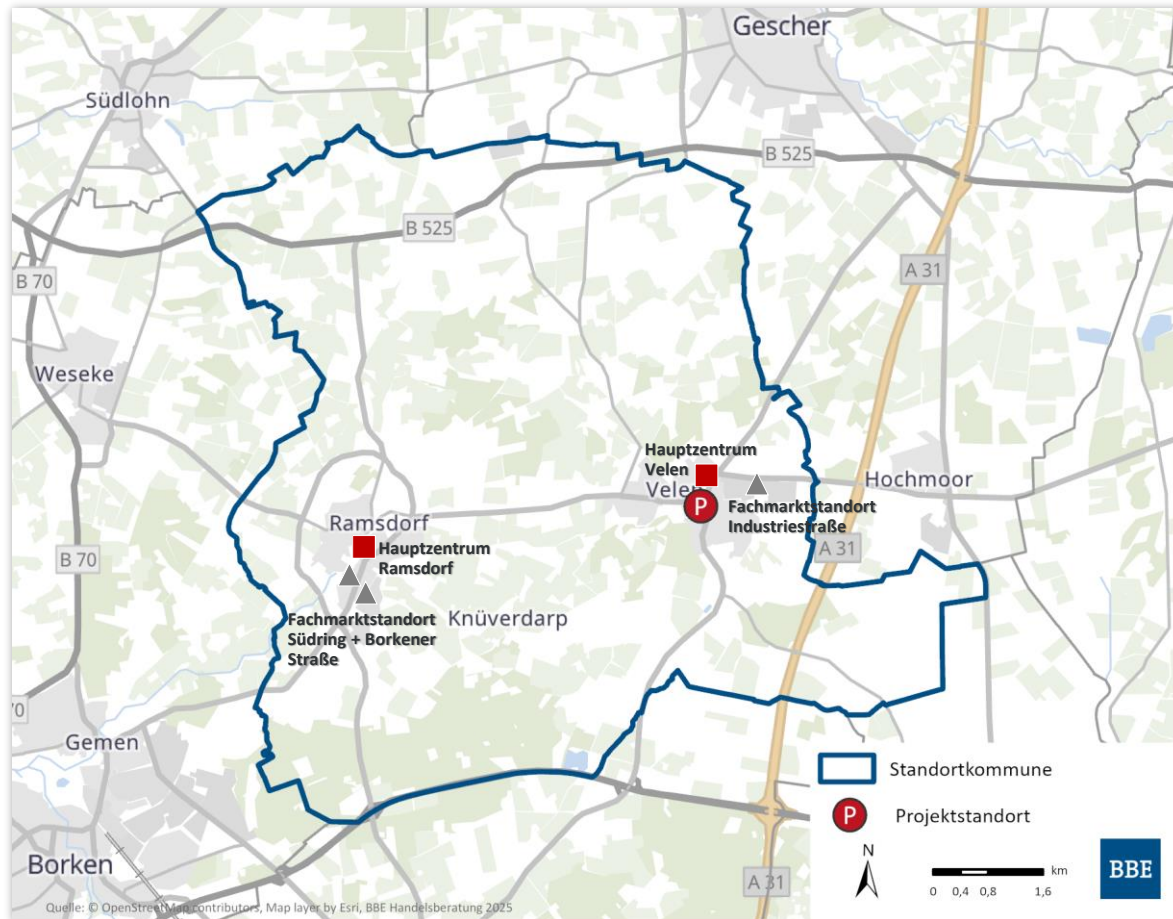
Zentralörtliche Gliederung und verkehrliche Erreichbarkeit



- Die Stadt Velen liegt im westlichen Münsterland (Kreis Borken) im Regierungsbezirk Münster.
- Gemäß Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen ist sie als Grundzentrum eingestuft, das die Grundversorgung der eigenen Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs sicherstellen soll.
- Velen befindet sich im Dreieck der Mittelzentren Coesfeld im Osten, Borken im Westen sowie Stadtlohn im Norden. Darüber hinaus sind die angrenzende Stadt Gescher, die Gemeinden Reken und Heiden sowie Südlohn ebenfalls als Grundzentren ausgewiesen.
- Das Oberzentrum Münster liegt ca. 57 km entfernt, daneben stellen die benachbarten Kreisstädte Borken und Coesfeld in ca. 10 km bzw. 15 km Entfernung die nächstgelegenen übergeordneten zentralen Orte dar.
- Die Bundesstraßen B 67 und B 525 sowie die Landesstraßen L 581 und L 829 stellen die regionale Verkehrsanbindung sicher, wobei sowohl Borken als auch Coesfeld aus Velen auf direktem Weg zu erreichen sind. Hingegen ist das nördlich gelegene Mittelzentrum Stadtlohn nur mittelbar verkehrlich angebunden.
- Eine Anbindung an die Autobahn A 31 ist über die nahegelegenen Anschlussstellen Ramsdorf/ Heiden, Velen und das Autobahnkreuz Borken gegeben.

Zentren- und Standortstruktur der Stadt Velen

Makrostandort

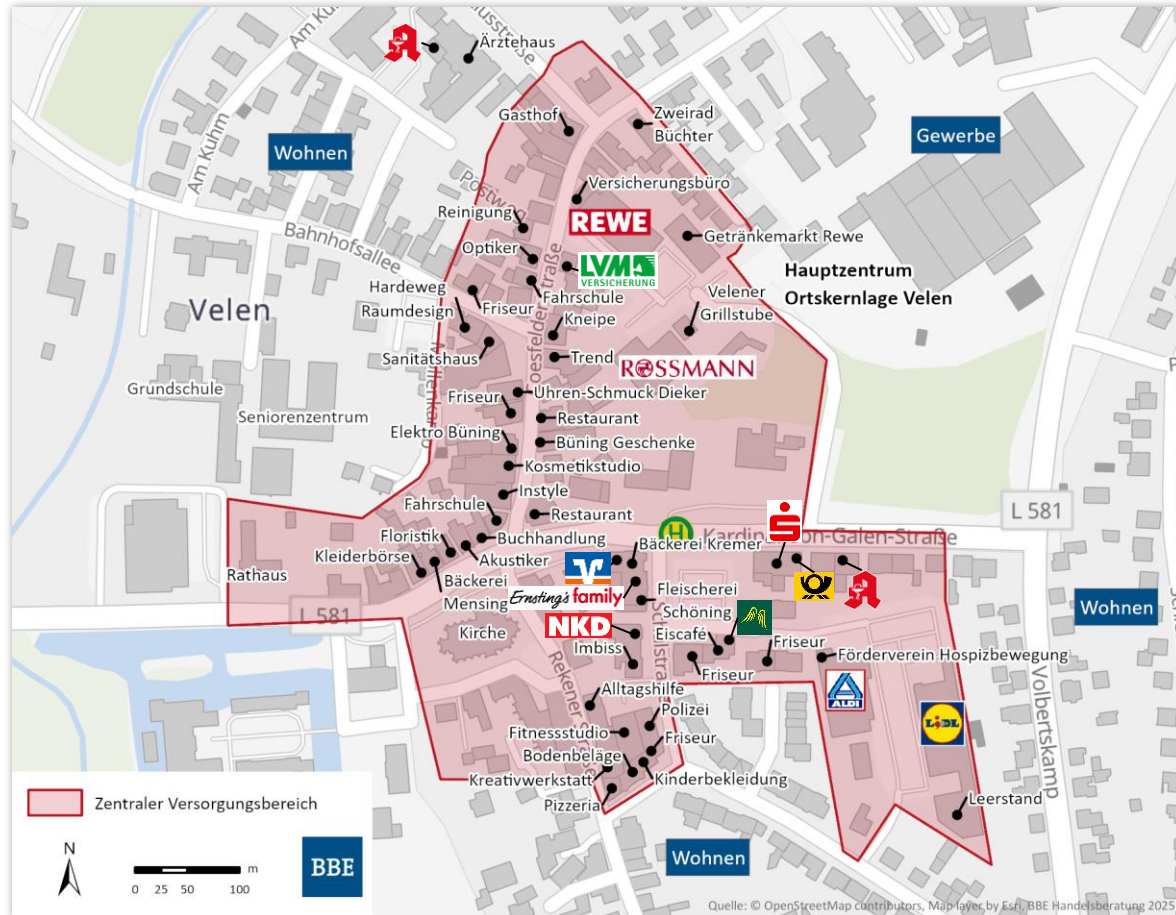


- Das Stadtgebiet von Velen gliedert sich im Wesentlichen in die zwei Ortsteile Velen und Ramsdorf, wobei der Ortsteil Velen der einwohnerstärkere ist, in dem sich auch der Projektstandort befindet.
- Die Stadt verfügt derzeit über ein Bevölkerungspotenzial von rd. 13.400 Einwohnern*, das nach der Prognose des Statistischen Landesamtes in den nächsten zehn Jahren stabil bleiben wird.
- Gemäß des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Velen stellen die beiden Ortskerne Ramsdorf und Velen mit ihren Versorgungsangeboten die städtebaulich übergeordneten Standorte innerhalb der Stadt dar, die beide gleichermaßen als Hauptzentrum ausgewiesen wurden.
- Zudem bestehen mit den ausgewiesenen Fachmarktstandorten an der Industriestraße (Ortsteil Velen) sowie am Standort Südring und Borkener Straße (Ortsteil Ramsdorf) ein Angebot des vorwiegend nicht-zentrenrelevanten, großflächigen Einzelhandels.

* Quelle: Stadt Velen Ramsdorf (Stichtag 13.03.2024)

Lage im zentralen Versorgungsbereich Velen

Mikrostandort



- Der Vorhabenstandort liegt zentral im Ortskern Velen und bildet den südöstlichen Anfang des zentralen Versorgungsbereiches, der sich über ca. 400 m entlang der Ramsdorfer Straße/ Kardinal-von-Galen-Straße (L 581) und in Nord-Süd-Ausdehnung entlang der Coesfelder Straße, Rekener Straße sowie Schulstraße erstreckt.
- Vorgelagert befindet sich der Leinweberplatz mit einem öffentlichen Parkplatz, einer Bushaltestelle sowie mehreren Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen. Darunter befinden sich mit den Textilanbietern Ernsting's Family und NKD, einem Bäcker und Metzger, der Volksbank und Sparkasse, einer Apotheke, zwei Friseuren, einem Versicherungsbüro sowie einer Eisdiele und einem Imbiss zahlreiche weitere zentrale Einrichtungen im unmittelbaren Standortumfeld.
- Darüber hinaus befinden sich entlang der Ramsdorfer Straße neben dem Rathaus weitere auf die lokale Versorgung ausgerichtete Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe (u.a. Bäckerei, Blumenladen, Akustiker, Buchhandlung, Fahrschule).
- Mit dem an der Coesfelder Straße gelegenen Standortverbund von Rewe, Rewe-Getränke sowie einem Rossmann-Drogeriemarkt verfügt das Hauptzentrum zudem über einen weiteren attraktiven Nahversorgungsstandort.
- Die Erschließung der beiden zu erweiternden Märkte erfolgt über zwei Zufahrten von beiden Seiten der Schulstraße, jeweils über zwei innerörtliche Hauptverkehrsachsen von Velen.

Umfeld des Projektstandortes

Mikrostandort, Umfeldnutzungen und Ortskern Velen



Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	3
2	Standortseitige Rahmenbedingungen	9
3	Wettbewerbssituation	14
4	Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	25
5	Umsatzprognose des Vorhabens	30
6	Umverteilungseffekte	35
7	Einordnung in die Ziele der Landesplanung	40
8	Einordnung in das kommunale Einzelhandelskonzept	43
9	Städtebauliche Bewertung und Fazit der Analyse	45

Lebensmitteldiscounter und Supermärkte als wesentliche Wettbewerber

Wettbewerbssituation



- Die Wettbewerbsbetrachtung konzentriert sich auf die strukturprägenden Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln/Drogeriewaren im Untersuchungsraum.
- Zu den Wettbewerbern zählen vorwiegend Lebensmitteldiscounter und Supermärkte. Diese weisen eine große Sortimentsüberschneidung mit dem Vorhaben auf und dienen wie dieses dem Versorgungseinkauf.
- Das Lebensmittelhandwerk oder spezialisierte Lebensmittelfachgeschäfte (z. B. Obst- und Gemüsehandel) bzw. der sonstige Fachhandel stehen – maßgeblich aufgrund einer anderen Angebotsausrichtung bzw. Kundenansprache – dagegen nur untergeordnet im Wettbewerb mit dem Planvorhaben.
- Gleichwohl werden die kleinteiligen Lebensmittelgeschäfte und Ladenhandwerksbetriebe in den zentralen Versorgungsbereichen in die Wettbewerbsbetrachtung einbezogen.

Umfassende Nahversorgungsangebote in Velen und Umland

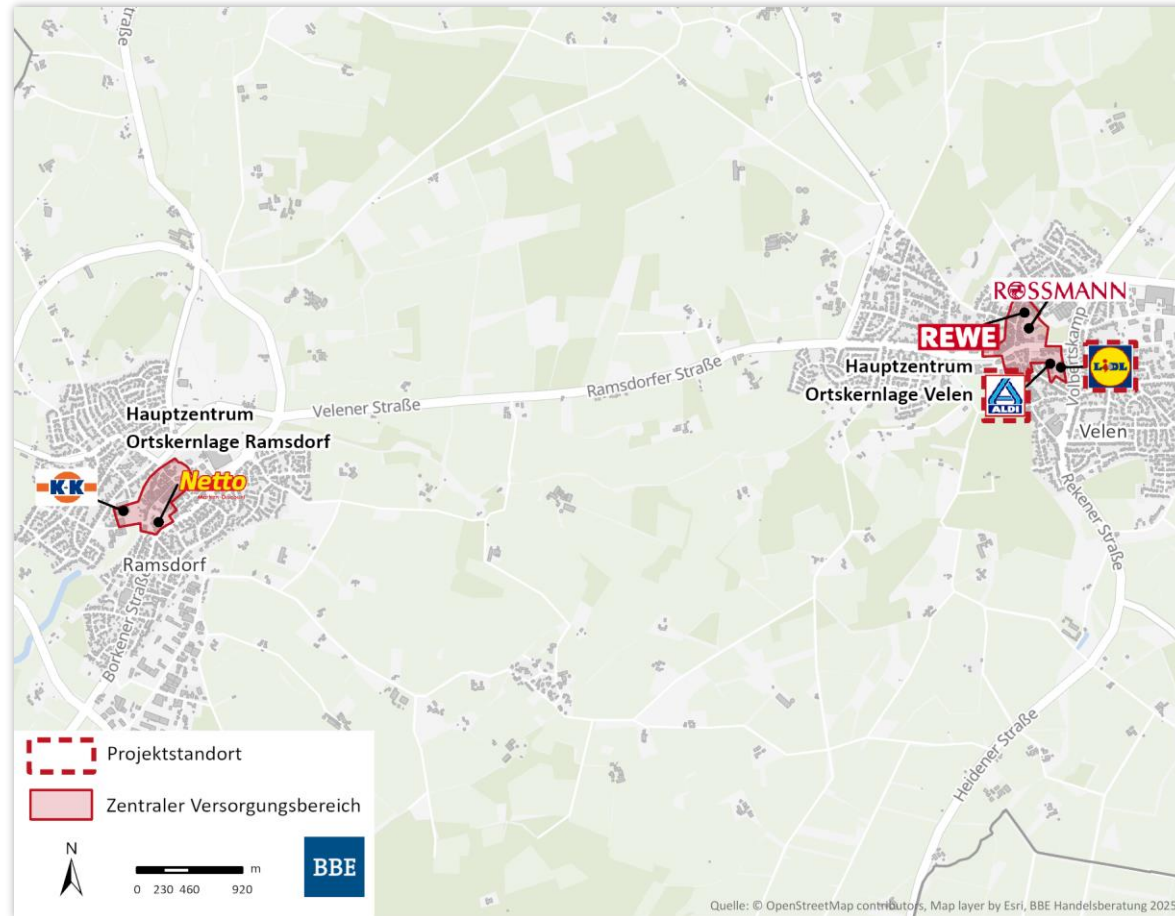
Wettbewerbssituation im Überblick



- Die Wettbewerbssituation wird zunächst im Wesentlichen durch die bestehenden Versorgungsstrukturen in der Stadt Velen geprägt. Dabei stehen die zentralen Versorgungsbereiche Ortskern Velen und Ortskern Ramsdorf im Vordergrund.
- Aufgrund der regionalen Bedeutung als Arbeits- und Versorgungsstandort sowie der räumlichen Nähe sind auch die relevanten Angebote in den benachbarten Kreisstädten Borken und Coesfeld in die Wettbewerbsbetrachtung einzubeziehen.
- Darüber hinaus werden auch die Angebotsstrukturen in den an das westliche Stadtgebiet Velens angrenzenden Kommunen Gescher, Reken und Heiden berücksichtigt, insbesondere da dort Aldi und/oder Lidl mit weiteren Filialen ansässig sind.
- Die Nahversorgungsangebote in Borken-Weseke sowie in Südlohn, die von Velen aus nur über Umwege zu erreichen sind, werden hingegen nicht dem Untersuchungsraum zugeordnet. Aufgrund der räumlichen Entfernungen, der dem Vorhabenstandort näher gelegenen Angebotsstandorte sowie einer primär auf die eigene Bevölkerung ausgerichteten Kundenansprache werden die dort ansässigen Lebensmittelmärkte kaum Überschneidungen mit dem Vorhaben aufweisen - auch da weder Aldi noch Lidl dort mit weiteren Märkten vertreten sind.

Größtes Nahversorgungsangebot im Ortsteil Velen, dazu eigene Angebote in Ramsdorf

Wettbewerbssituation Velen – Ortskerne Velen und Ramsdorf



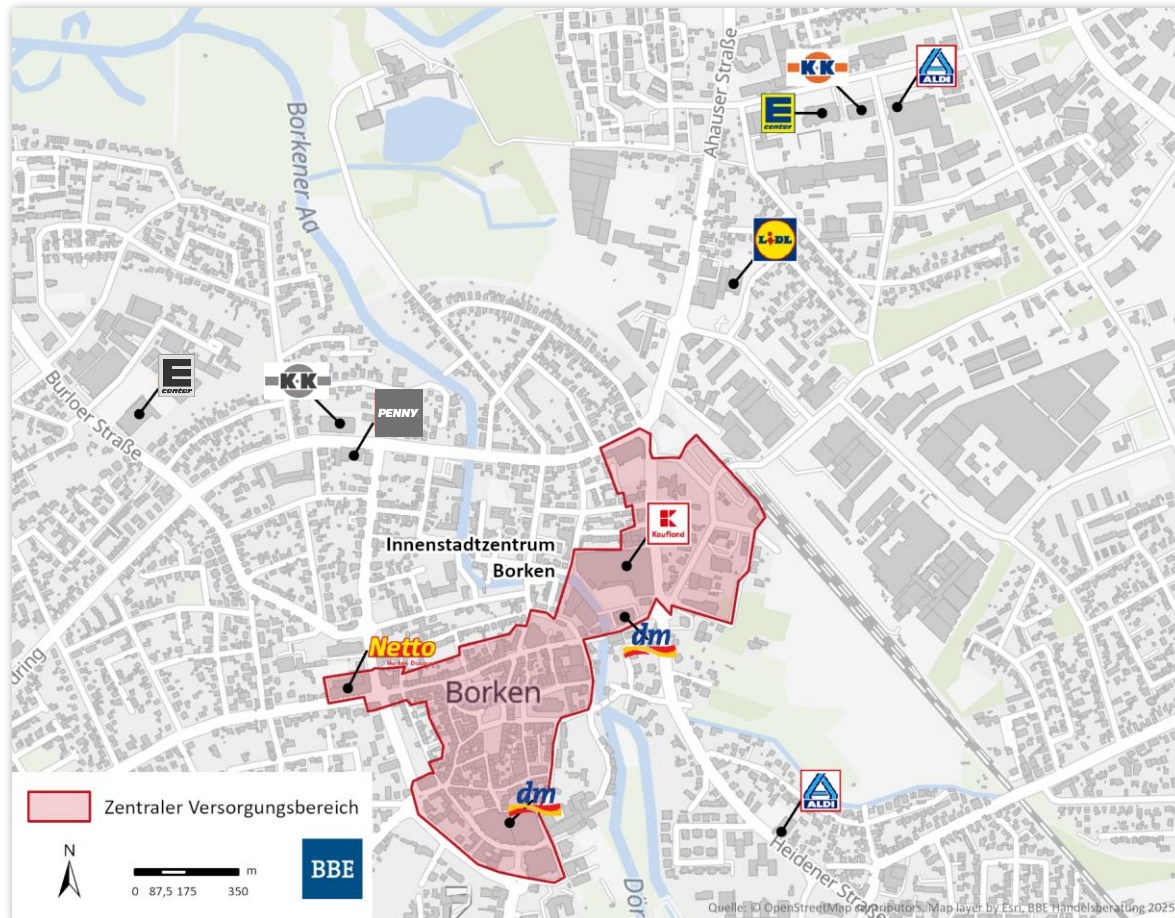
- Das größte Nahversorgungsangebot in der Stadt Velen befindet sich im **zentralen Versorgungsbereich Velen** und wird dort durch die beiden neu aufzustellenden Anbieter Lidl und Aldi vorgehalten. Als weiterer wesentlicher Träger der wohnortnahen Versorgung dient der ebenfalls im Hauptzentrum Velen befindliche Standortverbund des dort ansässigen Rewe-Marktes (zzgl. Getränkemarkt) mit einer Verkaufsfläche von 950 m² sowie des Drogeriemarktes Rossmann (rd. 720 m²). Ergänzt wird das nahversorgungsrelevante Angebot innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches durch zwei Bäckereien sowie einer Metzgerei.
- Die im westlich gelegenen Ortsteil **Ramsdorf** wohnende Bevölkerung kann sich ebenfalls am Wohnstandort versorgen. Innerhalb des **zentralen Versorgungsbereiches** stellen ein mit ca. 770 m² großer Netto-Markt sowie ein 1.480 m² moderner K+K-Markt die wichtigsten Anbieter dar, deren Angebot durch mehrere Bäckereien ergänzt wird.

Hauptwettbewerber

- Rewe, Coesfelder Str. 25-29 (rd. 950 m²)
- Rossmann, Coesfelder Str. 25-29 (rd. 720 m²)
- K+K, Paulusstraße 4-6 (rd. 1.480 m²)
- Netto, An der Gräfte 1 (rd. 770 m²)

Borken mit Abstand größter Angebotsstandort im Wettbewerbsraum von Velen

Wettbewerbssituation – Borken



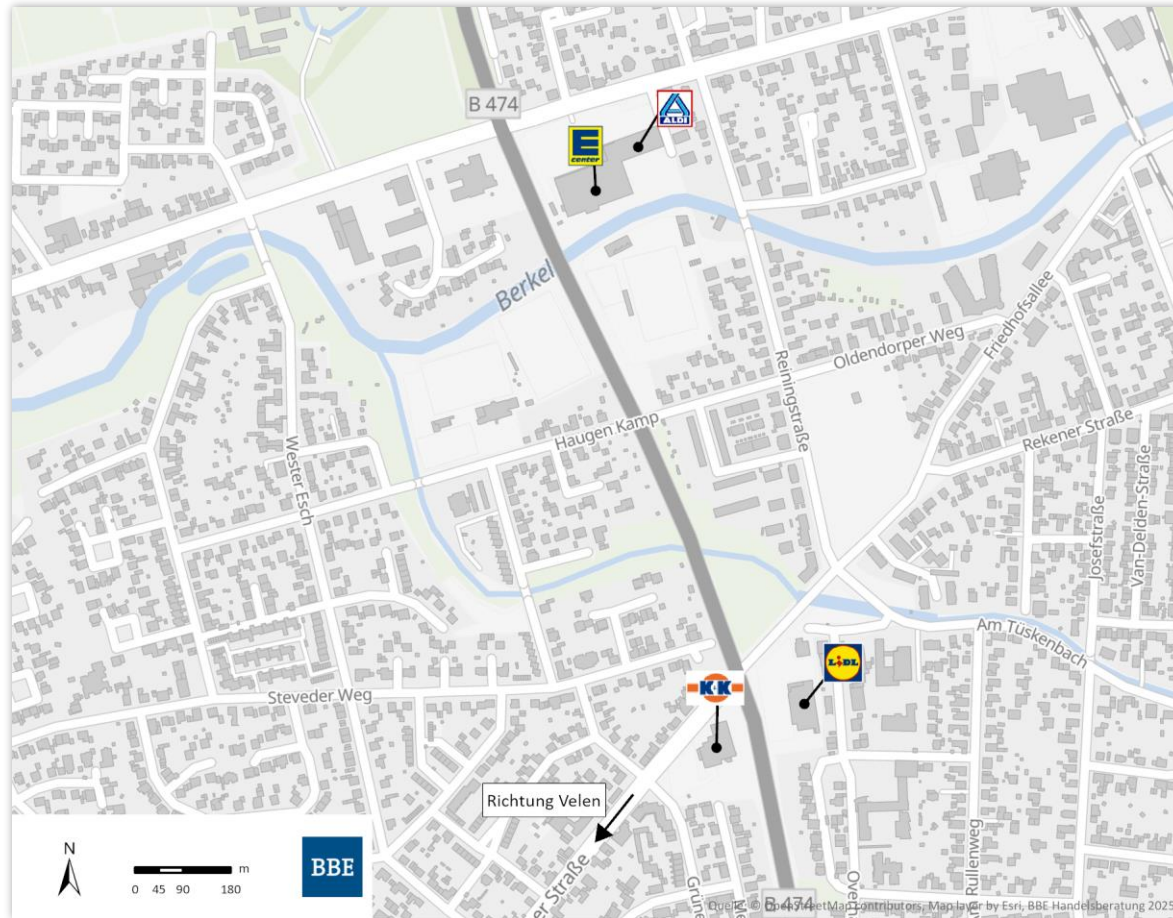
- Die Kreisstadt Borken verfügt innerhalb des „**Innenstadtzentrums**“ mit einem rd. 4.300 m² großen, im Kuhm-Center ansässigen Kaufland SB-Warenhaus über ein Angebot mit überregionaler Strahlkraft im Verbund mit zahlreichen Einzelhandelsmöglichkeiten (u.a. dm, Adler, Takko, Schuh-Okay etc.). Ergänzt wird das Angebot durch einen Netto (rd. 1.000 m²), einer weiteren dm-Filiale sowie mehreren Bäckereien und zwei internationalen Lebensmittelmärkten.
- An der Otto-Hahn-Straße ist ein derzeit rd. 800 m² großer Aldi in Verbundlage mit K+K und E-Center im **Industriegebiet Borken-Ost** ansässig.
- Im sonstigen Stadtgebiet ist neben dem 400 Meter südwestlich davon gelegenen Lidl-Markt an der Raiffeisenstraße auch ein weiterer Aldi-Markt an der Heidener Straße (rd. 1.000 m²) wettbewerbsrelevant.
- Die sonstigen im Stadtgebiet ansässigen Lebensmittelmärkte weisen nur marginale Wettbewerbsbeziehungen zu dem Planvorhaben auf.

Hauptwettbewerber

- Lidl, Raiffeisenstr. 5 (derzeit rd. 900 m², Konzeptanpassung Januar 2025)
- Aldi, Otto-Hahn-Str. 18 (rd. 800 m²)
- Aldi, Heidener Str. 65 (rd. 1.000 m²)
- Edeka Wilger, Otto-Hahn-Str. 8 (rd. 2.000 m²)
- Kaufland, Heidener Str. 32 (rd. 4.300 m²)

Coesfeld als weiterer größerer Angebotsstandort im Untersuchungsraum

Wettbewerbssituation – Coesfeld (westliches Stadtgebiet)



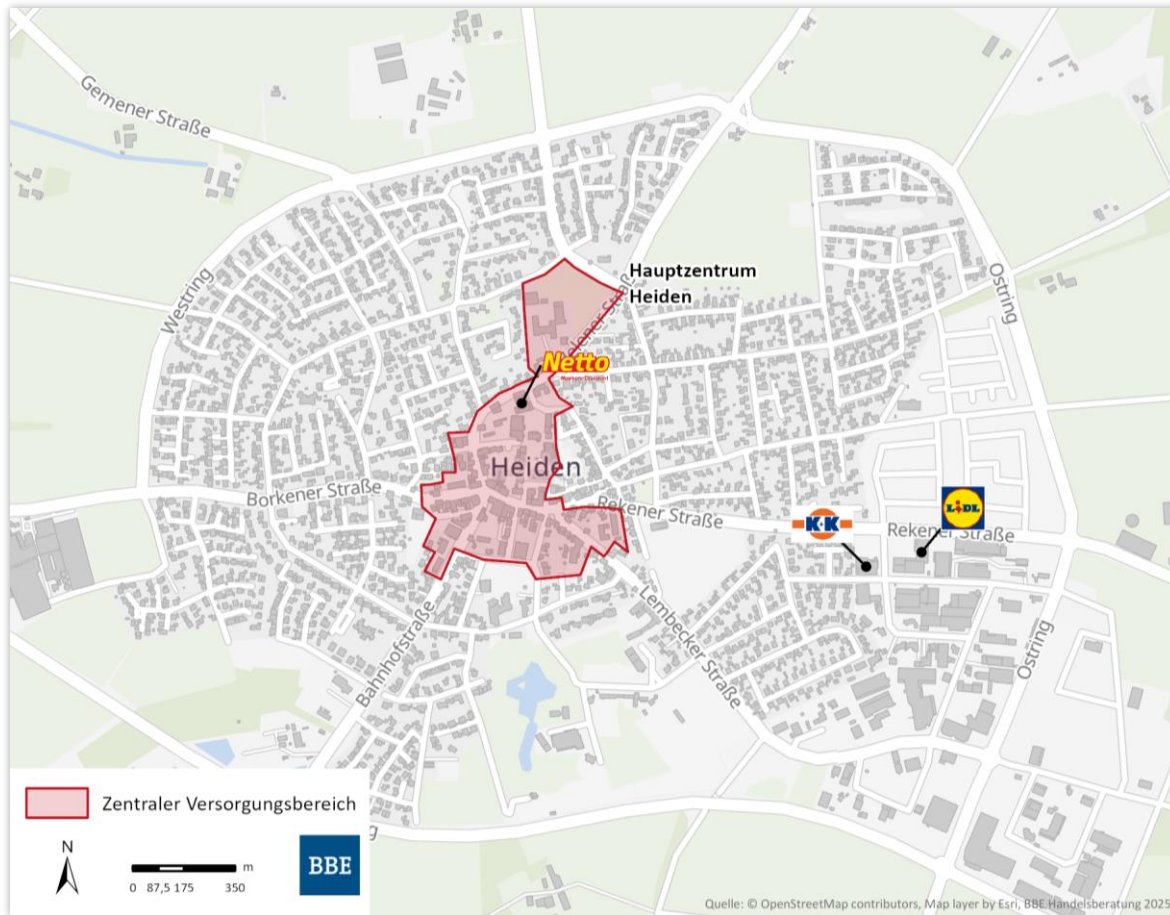
- In der ca. 15 Autominuten von Velen entfernten Kreisstadt Coesfeld befinden sich im westlichen Stadtgebiet in räumlicher Nähe zur B 474 bereits die nächstgelegenen Märkte des jeweiligen Filialnetzes.
- Der an der Rekener Straße gelegene Lidl-Markt mit einer Verkaufsfläche von 950 m² bildet zusammen mit dem auf der gegenüberliegenden Straßenseite bestehenden K+K-Markt den ersten von Velen aus erreichbaren Nahversorgungsstandort in Coesfeld. Der Aldi befindet sich im Standortverbund mit einem attraktiven Edeka-Supermarkt ca. 700 m weiter nördlich an der Borkener Straße und verfügt über eine Verkaufsfläche von ca. 850 m².
- Der größte Angebotsstandort in Coesfeld befindet sich in der weiter östlich gelegenen Innenstadt, wo neben Aldi und Kaufland auch die Anbieter K+K und Netto sowie zwei Drogeriemärkte ansässig sind.
- Dieser sowie alle weiteren Angebotsstandorte in Coesfeld sind jedoch aufgrund der zunehmenden Entfernung zu Velen sowie der vorhandenen, näher gelegenen Versorgungsstandorte nicht Gegenstand der Wettbewerbsbetrachtung.

Hauptwettbewerber

- Lidl, Rekener Str. 67 (rd. 950 m²); K+K, Grüner Weg 1 (rd. 1.000 m²)
- Aldi, Borkener Str. 73 (rd. 850 m²) und Edeka, Borkener Str. 75 (rd. 2.000 m²)

Vor allem filialeigener Wettbewerb mit den Nachbargemeinden Heiden, Reken und Gescher

Weitere Wettbewerbssituation außerhalb der Stadt Velen – Gemeinde Heiden



In den südlichen bzw. nördlich angrenzenden Nachbarkommunen Heiden, Reken und Gescher sind ebenfalls Lebensmittelanbieter ansässig, die – wenngleich vor allem der wohnortnahen Versorgung der eigenen Bevölkerung dienen – im internen Wettbewerb zum Planvorhaben stehen:

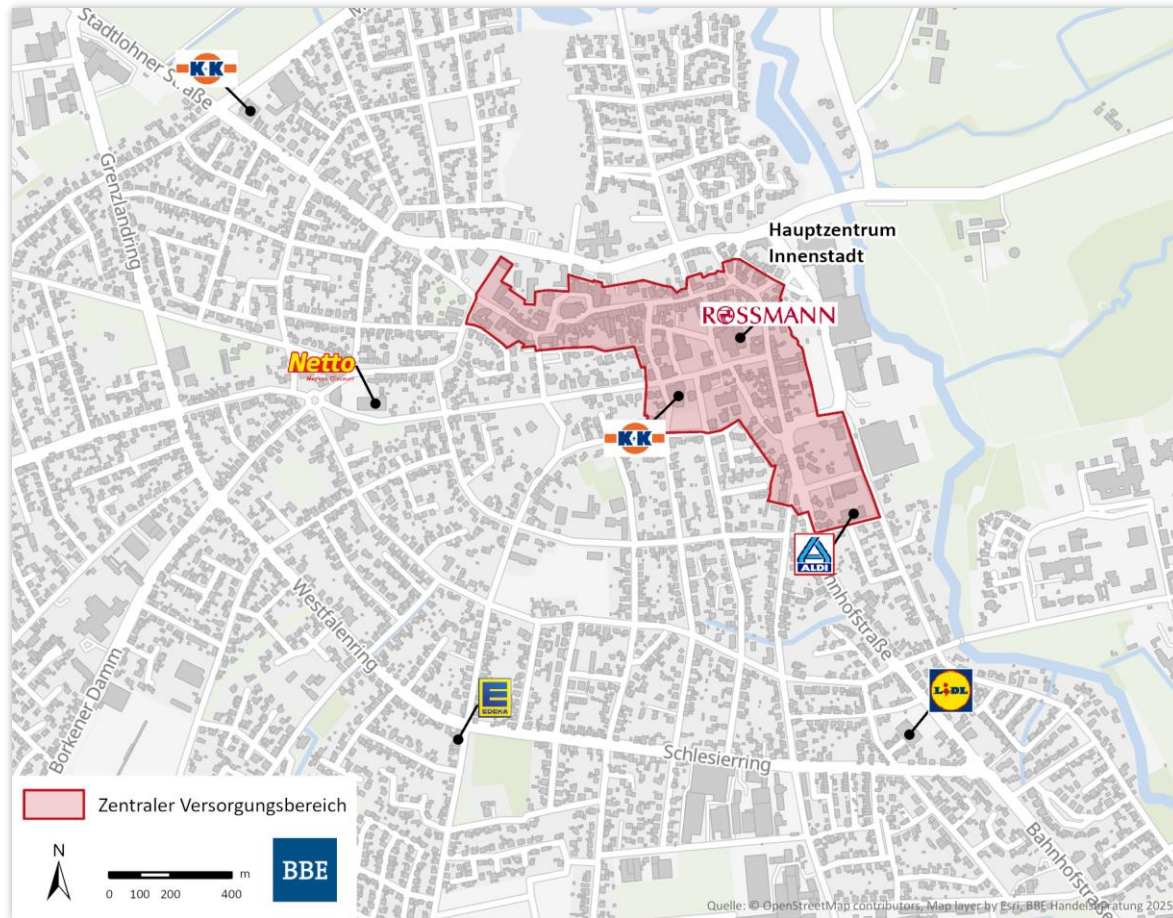
- In **Heiden** übernimmt der wettbewerbsrelevante Lidl-Markt an einem Nahversorgungsstandort in Verbundlage mit einem K+K-Markt im Gewerbegebiet vor allem für das angrenzende Neubaugebiet, aber auch gesamtgemeindlich wichtige Versorgungsfunktionen.
- Innerhalb des Hauptzentrums von Heiden dient der rd. 800 m² große Netto-Lebensmitteldiscounter als wichtiger Nahversorger für die umliegenden Siedlungsbereiche und gleichzeitig bedeutender Magnetbetrieb für die Ortsmitte Heiden.

Hauptwettbewerber

- Lidl, Industriestraße 1 (rd. 700 m²)
- K+K, Industriestraße 2 (rd. 800 m² mit separatem Getränkemarkt)
- Netto, Sachsenstraße 2c (rd. 800 m²)

Lidl und Aldi in Gescher ebenfalls wettbewerbsrelevant

Weitere Wettbewerbssituation außerhalb der Stadt Velen – Stadt Gescher



- **Gescher** grenzt nördlich an Velen an und verfügt über einen standortbegünstigten, an der Ortseinfahrt liegenden, städtebaulich integrierten Lidl-Markt mit einer Verkaufsfläche von ca. 900 m².
- Darüber hinaus ist im „**Hauptzentrum Innenstadt**“ ein rd. 750 m² großer Aldi-Markt, ein nicht mehr zeitgemäßer 850 m² großer K+K-Markt mit Bäckerei sowie eine Rossmann-Filiale ansässig.
- Der bislang bestehende K+K-Markt in Verbundlage mit Aldi an der Fabrikstraße wurde kürzlich geschlossen. Zukünftig wird an diesem Standort ein Edeka-Markt sowie die Neuaufstellung des Aldi-Marktes mit einer Verkaufsfläche von 1.200 m² realisiert, wodurch eine Verbesserung der Nahversorgungssituation erreicht werden soll.*
- Zusätzliche Nahversorgungsstandorte bilden der Netto-Markt in Verbundlage mit dem Textildiscounter Kik westlich des Hauptzentrums, im Norden ein weiterer, nicht mehr zeitgemäßer K+K-Markt neben einem Hagebau-Baumarkt sowie der kleinflächige Edeka im südlichen Siedlungsbereich, der insbesondere der fußläufigen und wohnortnahen Versorgung dient.

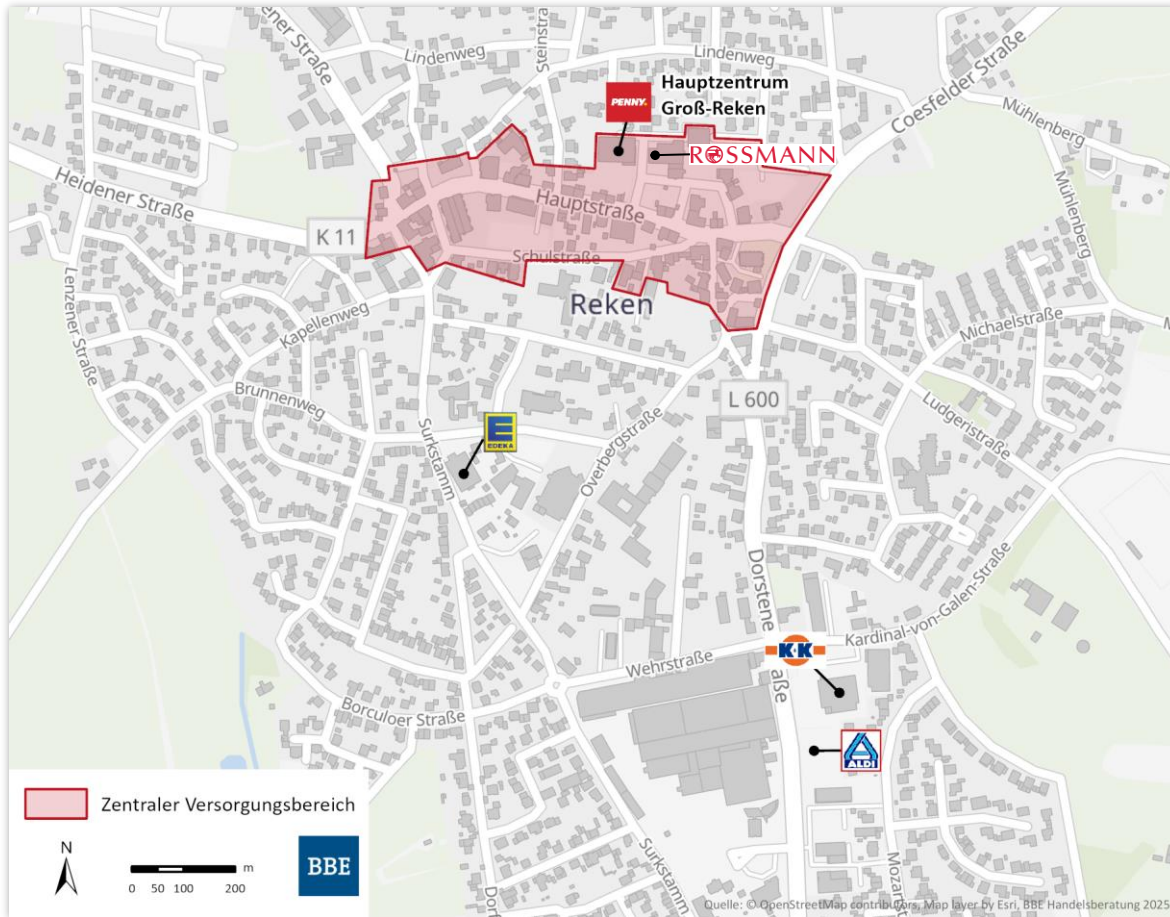
Hauptwettbewerber

- Aldi, Fabrikstraße 46 (rd. 750 m²) und Lidl, Bahnhofstraße 52-54 (rd. 900 m²)

* Quelle: Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Gescher; Stand: 03/2023

Modernisierter Aldi-Markt in autokundenorientierter Lage in Reken als weiterer Wettbewerber zum Planvorhaben

Weitere Wettbewerbssituation außerhalb der Stadt Velen – Gemeinde Reken



- Die Wettbewerbsbetrachtung in **Reken** begrenzt sich auf den Kernort Groß Reken.
- Das Hauptzentrum Groß Reken zeichnet sich durch einen kleinteilig strukturierten Ortskern mit einer aufgelockertem Nutzungsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie aus.
- Im Bereich der „Neuen Mitte“ mit Penny, Rossmann und Tedi besteht darüber hinaus auch ein Angebot größerer Handelsnutzungen, die damit wichtige Magnetfunktionen für den Ortskern ausüben. Ergänzt wird das nahversorgungsrelevante Angebot im zentralen Versorgungsbereich durch zwei Bäckereien.
- Der Verbundstandort von K+K und der im Jahr 2021 auf ca. 1.000 m² Verkaufsfläche erweiterte Aldi-Markt an der Dorstener Straße sowie der solitäre Edeka-Markt an der Kirchstraße in Groß Reken stellen wichtige Nahversorgungsstandorte innerhalb der Gemeinde dar.
- Dabei wird sich der Wettbewerbsbezug des Planvorhabens im Wesentlichen auf den bereits modernisierten Aldi-Markt beschränken.

Hauptwettbewerber

- Aldi, Dorstener Straße 33 (rd. 1.000 m²)

Projektstandort bereits heute bedeutender Angebotsstandort in Velen

Verkaufsfläche und Umsätze der Wettbewerber (I)

Standort	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. €)
Velen insgesamt, davon	6.080	39,1
Hauptzentrum Ortskernlage Velen* (Aldi, Lidl, Rewe, Rossmann, Ladenhandwerk)	3.740	26,7
Hauptzentrum Ortskernlage Ramsdorf (K+K, Netto, Ladenhandwerk)	2.340	12,4
Borken insgesamt, davon	13.000	78,6
Innenstadtzentrum Borken (nur Kaufland, dm, Netto)	6.840	37,7
Industriegebiet Borken-Ost (Aldi, K+K, Edeka, Ladenhandwerk)	4.280	25,9
Sonstige Lage Borken (nur Aldi/Heidener Str. 65, Lidl/Raiffeisenstr. 5)	1.880	14,9
Coesfeld (nur E-Center, Aldi/Borkener Straße, Lidl/Rekener Str., K+K/Daruper Straße)	4.850	30,2

Fortsetzung auf folgender Seite

- In der Stadt Velen stellt der zu erweiternde Verbundstandort von Aldi und Lidl bereits heute einen bedeutenden Angebotsstandort nahversorgungsrelevanter Sortimente im Hauptzentrum Velen dar.
- Dabei bestehen sowohl dort als auch im westlich gelegenen Hauptzentrum Ramsdorf weitere Nahversorgungsstrukturen, die auf die Versorgung der lokalen Bevölkerung abzielen.
- Auch in den umliegenden Nachbarkommunen sind jeweils „eigene“ Nahversorgungsstrukturen vorzufinden, die einer Orientierung auf die in Velen vorgehaltenen Angebote entgegenstehen.
- Daneben bestehen in den nahegelegenen Kreisstädten Borken und Coesfeld größere Angebotsstandorte, die sowohl aus Ramsdorf als auch Velen in Fahrzeiten von rd. 10 bis 15 Minuten verkehrlich gut erreichbar sind und auch aufgrund bestehender Arbeits- und Pendlerbeziehungen relevant sind.

* inklusive Vorhabenstandort (Aldi/Lidl)

Quelle: BBE-Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich

Hoher filialeigener Wettbewerbsdruck in den Nachbargemeinden

Verkaufsfläche und Umsätze der Wettbewerber (II)

Standort	Verkaufsfläche (m ²)	Umsatz (Mio. €)
Gescher insgesamt, davon	4.960	29,9
Hauptzentrum Innenstadt (nur Aldi, K+K, Rossmann, Ladenhandwerk)	2.240	12,6
Nahversorgungsstandorte Gescher (nur Lidl, Netto, K+K, Edeka)	2.720	17,3
Heiden insgesamt, davon	2.500	14,6
Hauptzentrum Heiden (nur Netto)	800	4,4
Nahversorgungsstandort Heiden (nur Lidl, K+K)	1.700	10,2
Reken insgesamt, davon	4.910	24,6
Hauptzentrum Groß-Reken (nur Penny, Rossmann, Ladenhandwerk)	1.510	8,8
Nahversorgungsstandort Reken (nur K+K, Aldi)	2.100	12,1
Entwicklungsstandort Nahversorgung (nur Edeka, Getränkemarkt Edeka)	1.300	3,8
Untersuchungsraum insgesamt	36.300	216,9

- Gleichzeitig ist festzuhalten, dass sowohl Aldi als auch Lidl einem hohen filialeigenen Wettbewerbsdruck ausgesetzt sind. Denn mit Ausnahme von Reken und Heiden sind beide Anbieter in allen Umlandgemeinden des Untersuchungsraumes mit weiteren, zum Teil deutlich größeren und moderneren Filialen vertreten.
- Damit sind in den einzelnen Städten/ Gemeinden im Untersuchungsraum vor allem auf die Versorgung der jeweils eigenen Bevölkerung ausgerichtete Nahversorgungsstrukturen vorzufinden, wobei in den Kreisstädten Borken und Coesfeld auch in das regionale Umland ausstrahlende Angebote vorhanden sind.

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	3
2	Standortseitige Rahmenbedingungen	9
3	Wettbewerbssituation	14
4	Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	25
5	Umsatzprognose des Vorhabens	30
6	Umverteilungseffekte	35
7	Einordnung in die Ziele der Landesplanung	40
8	Einordnung in das kommunale Einzelhandelskonzept	43
9	Städtebauliche Bewertung und Fazit der Analyse	45

Angebotsattraktivität und Distanzen bestimmen die Einkaufsorientierung

Einzugsgebiet des Planvorhabens

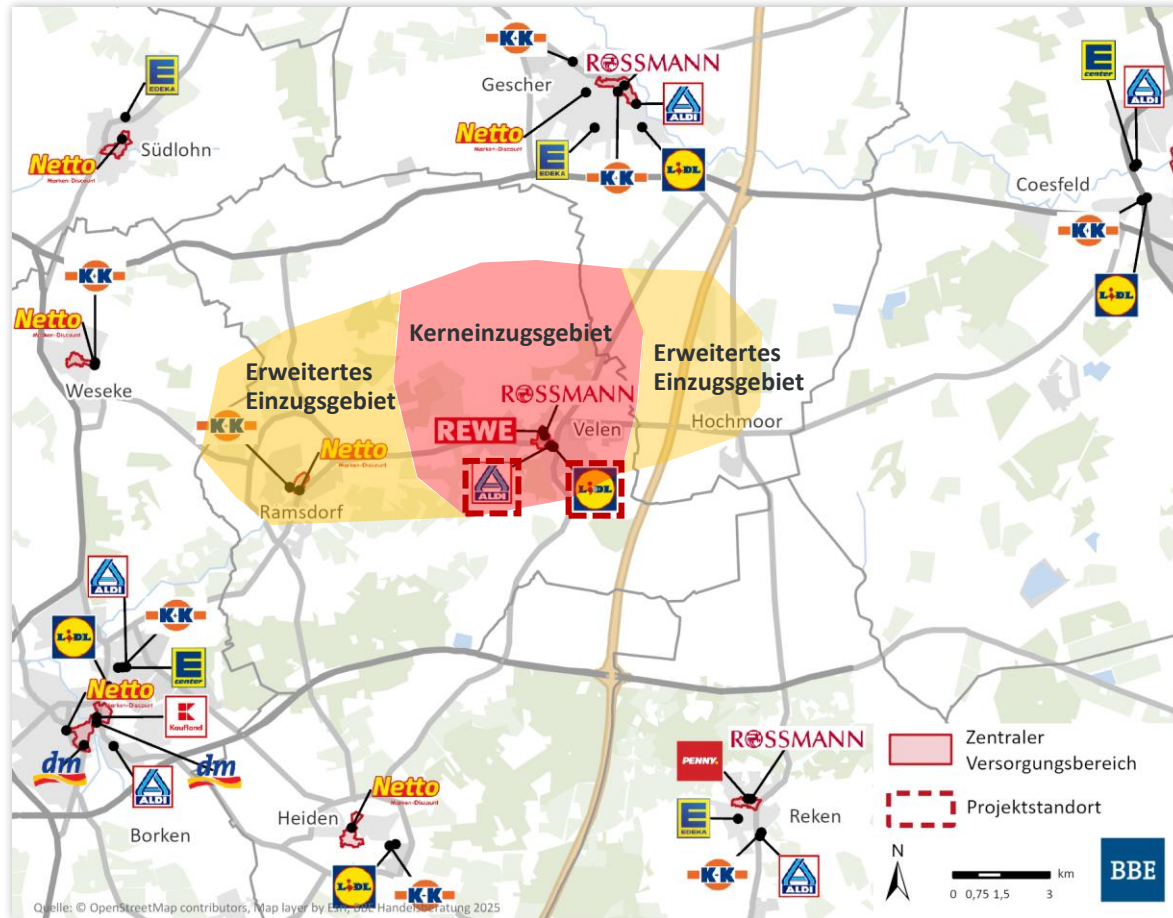
Das Einzugsgebiet umfasst den Raum, in dem die Verbraucher überwiegend bzw. zu großen Teilen das Planvorhaben aufsuchen werden. Es stellt damit den Teilraum dar, in dem auch der modernisierte Nahversorgungsstandort eine hohe Versorgungsbedeutung bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten übernehmen wird.

Für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung sind grundsätzlich folgende Faktoren von Bedeutung:

- 1 die Häufigkeit der Bedarfsdeckung in den geplanten Sortimentsbereichen,
- 2 der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,
- 3 die projektrelevante Wettbewerbssituation, wie z.B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Anbieter im Standortumfeld,
- 4 die Attraktivität der Projektvorhaben, die u.a. durch die Dimensionierung, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad der Betreiber bestimmt wird,
- 5 die Qualität des Projektstandortes, die u.a. aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten sowie aus vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert.

Nahversorgungsfunktion und Wettbewerber schränken das Marktgebiet des Planvorhabens ein

Einzugsgebiet des Planvorhabens



Folgende Faktoren sind für die Ausdehnung des Marktgebietes des Planvorhabens von Bedeutung:

- Aufgrund des Nahversorgungsbezuges des Planvorhabens stellt der akzeptierte Zeitaufwand für den Einkauf grundsätzlich einen begrenzenden Faktor für die Ausdehnung des (perspektivischen) Einzugsgebietes dar.
- Die umliegenden Lebensmittelmärkte begrenzen die Ausdehnung des projektrelevanten Marktgebietes, so dass die Marktdurchdringung bereits nach kurzen Distanzen deutlich abnehmen wird.
- Von besonderer Relevanz ist in diesem Zusammenhang, dass beide Anbieter auch Filialen in den Umlandgemeinden betreiben, was die Ausstrahlungskraft der Velener Märkte zusätzlich einschränkt.
- Das kommunale Einzelhandelskonzept Velen (2014) zeigt auf Basis einer Kundenwohnorterberhebung zudem auf, dass der Einzelhandel in Velen zu rd. 80 % von Kunden aus dem eigenen Stadtgebiet aufgesucht wird. Bei den übrigen Kunden (ca. 20 %) handelt es sich überwiegend um Einwohner der Umlandgemeinden. Aufgrund der ausgeprägten Nahversorgungsfunktion des Verbundstandortes wird der Umsatzanteil mit Auswärtigen im konkreten Untersuchungsfall jedoch geringer ausfallen.

Nahversorgung für Ortskern Velen und die beiden benachbarten Ortsteile Ramsdorf und Hochmoor

Einzugsgebiet des Planvorhabens

Zone	Einwohner ¹⁾ (abs.)
Zone 1: Kerneinzugsgebiet (Ortsteil Velen*)	7.404
Zone 2: erweitertes Einzugsgebiet (Ortsteile Velen-Ramsdorf* und Geseke-Hochmoor)	8.604
Einzugsgebiet gesamt	16.008

¹⁾ Quelle: GfK: Einwohner auf Straßenabschnitte 2023; Stadt Velen (Stand 13.03.2024)

* jeweils inklusive Gehöfte und Bauernschaften

- Vor dem Hintergrund der siedlungsstrukturellen Gegebenheiten, der Verkehrsanbindung und der bestehenden Wettbewerbsstrukturen wird sich das Planvorhaben in erster Linie an die im Ortskern von **Velen** selbst lebende Bevölkerung richten, für die der Vorhabenstandort bereits heute wichtige Nahversorgungsfunktionen übernimmt. Das Bevölkerungspotenzial im **Kerneinzugsgebiet** (Zone 1) beträgt ca. 7.400 Einwohner.
- Darüber hinaus wird das Planvorhaben nur noch die in den unmittelbar angrenzenden **Ortsteilen Velen-Ramsdorf** (rd. 6.000 EW) und **Gescher-Hochmoor** (rd. 2.900 EW) lebende Bevölkerung ansprechen können, die über das vorhandene Kreis- und Landstraßennetz mit Fahrzeiten von rd. 6 bis 8 Minuten gut an den Planstandort angebunden ist. Die Kaufkraftabschöpfung im **erweiterten Einzugsgebiet** wird jedoch v.a. aufgrund der „eigenen“ Nahversorgungsangebote in Ramsdorf sowie alternativer Einkaufsmöglichkeiten (Ramsdorf: v.a. Borken; Hochmoor: v.a. Gescher, Coesfeld und Reken) geringer ausfallen als im Kerneinzugsgebiet.
- **Insgesamt** beläuft sich das Einwohnerpotenzial im **Einzugsbereich** des Planvorhabens somit auf ca. **16.000 Einwohner**.
- Über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinaus sind nur untergeordnete Kaufkraftzuflüsse zu erwarten, die im weiteren Verlauf der Untersuchung als so genannte „diffuse Umsatzzuflüsse“ berücksichtigt werden.

Nahversorgungsrelevantes Kaufkraftvolumen im Einzugsgebiet beträgt ca. 53 Mio. € p.a., davon > 44 Mio. € aus Velen

Nahversorgungsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet



- Das vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen errechnet sich aus der Multiplikation der Einwohnerzahl im Einzugsgebiet mit den statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgaben von derzeit ca. 3.309 € p.a. für nahversorgungsrelevante Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel ca. 2.931 € sowie Drogeriewaren ca. 378 €), gewichtet mit der gemeindespezifischen Kaufkraftkennziffer.



- Die Höhe der Kaufkraftkennziffer wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt.
- Die Kennziffer stellt unabhängig von der Gemeindegröße das Verhältnis des verfügbaren Netto-Einkommens zum Gesamteinkommen in Deutschland dar, das für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.
- Die Kaufkraftkennziffer für nahversorgungsrelevante Sortimente liegt im Einzugsgebiet bei durchschnittlich rd. 97,0 und damit leicht unter dem Bundesdurchschnitt (= 100,0).

Zone	Einwohner (abs.) ¹⁾	Kaufkraftkennziffer in %	Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben in € ²⁾	Nahversorgungsrelevantes Kaufkraftpotenzial (Mio. €)
Kerneinzugsgebiet: OT Velen	7.404	97,7	3.309	24,5
Erweitertes Einzugsgebiet: OT Ramsdorf	6.003	97,7	3.309	19,9
Erweitertes Einzugsgebiet: Gescher-Hochmoor	2.601	93,7	3.174	8,3
Einzugsgebiet gesamt	16.008	97,0	3.287	52,6

Quelle: ¹⁾ GfK: Einwohner auf Straßenabschnitte 2023; Stadt Velen (Stand 13.03.2024)

²⁾ BBE/ IfH-Verbrauchsausgaben 2024
Rundungsdifferenzen möglich

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	3
2	Standortseitige Rahmenbedingungen	9
3	Wettbewerbssituation	14
4	Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	25
5	Umsatzprognose des Vorhabens	30
6	Umverteilungseffekte	35
7	Einordnung in die Ziele der Landesplanung	40
8	Einordnung in das kommunale Einzelhandelskonzept	43
9	Städtebauliche Bewertung und Fazit der Analyse	45

Die Neuaufstellung führt zur einer Attraktivitätssteigerung des Nahversorgungsstandortes,...

Umsatzleistung des Planvorhabens

- Die Abschätzung des durch die Neuaufstellung zu erwartenden (Mehr-)Umsatzes bildet die Voraussetzung für die Prognose der ausgelösten Umsatzumlenkungen und der damit verbundenen möglichen städtebaulichen Auswirkungen.
- Die Umsatzerwartung des Planvorhabens hängt zunächst von der Verkaufsflächengröße und von der Sortimentsaufteilung ab. Hinzu kommen aber auch die Gesamtattraktivität des Standortes sowie die standortbezogene Wettbewerbsintensität.
- Für das Planvorhaben sind diesbezüglich folgende Faktoren zu berücksichtigen:
 - Der durchschnittliche Umsatz eines Aldi Nord-Marktes in Deutschland beträgt nach sekundärstatistischen Daten ca. 6,8 Mio. € p.a. (inkl. Non-food-Sortimente). Damit erreicht eine Aldi Nord-Filiale bei einer durchschnittlichen Filialgröße von rd. 955 m² Verkaufsfläche eine Flächenproduktivität von rd. 7.120 € je m² Verkaufsfläche.* Der bestehende Aldi-Markt ist mit aktuell ca. 710 m² nicht nur deutlich kleiner als der gegenüberliegende Lidl-Markt, sondern liegt auch erheblich unter dem eigenen Durchschnitt.
 - Demgegenüber verfügt der bestehende Lidl-Markt mit rd. 1.000 m² über eine im eigenen Filialnetz leicht überdurchschnittliche Verkaufsfläche (Lidl Ø: 935 m²).
 - Gemäß dem im Auftrag der Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG erstellten Testat der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft RSM Ebner Stolz beläuft sich die bundesdurchschnittliche Flächenproduktivität von Lidl im Geschäftsjahr 2023 auf 8.747 €/ m² Verkaufsfläche (netto). Unter Berücksichtigung eines durchschnittlichen Mehrwertsteuersatzes von 10 % ergibt sich damit ein Durchschnittswert von rd. 9.600 €/ m² zu Endverbraucherpreisen.
 - Mit den beiden Supermärkten Rewe und K+K, insgesamt drei Lebensmitteldiscountern (Aldi, Lidl, Netto) sowie einem Drogeriemarkt sind in Velen jedoch gleich mehrere Nahversorgungsbetriebe ansässig, die untereinander in Konkurrenzbeziehungen stehen.
 - Auch in den Umlandkommunen sind jeweils „eigene“ Nahversorgungsangebote vorhanden, häufig auch weitere Aldi- und/oder Lidl-Märkte. Darüber hinaus ist insbesondere mit dem Kaufland-Verbrauchermarkt in Borken ein Anbieter im Untersuchungsraum ansässig, der aufgrund seiner Dimensionierung bis nach Velen ausstrahlen wird.

*Vgl. Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report – Germany 2024/2025

...der aber auch weiterhin einem hohen Wettbewerb ausgesetzt ist

Umsatzleistung des Planvorhabens

- Unter Berücksichtigung der gegebenen Rahmenbedingungen gehen die Gutachter davon aus, dass die **bestehenden Lebensmittelmärkte** derzeit im Durchschnitt des jeweiligen Filialnetzes liegende **Flächenproduktivitäten** von **rd. 7.100 € je m² (Aldi)** bzw. **rd. 9.600 € je m² (Lidl)** erzielen können.
- Die Jahresumsätze belaufen sich demnach auf rd. 9,6 Mio. € bei Lidl und rd. 5,0 Mio. € bei Aldi. Insgesamt addiert sich die aktuelle Umsatzleistung am Projektstandort auf knapp 15 Mio. €, wovon der weit überwiegende Teil auf das nahversorgungsrelevante Kernsortiment der beiden Lebensmittelmärkte entfällt.
- Durch die geplante Ertüchtigung des Vorhabenstandortes ist zunächst von einer Attraktivitätssteigerung und einer damit einhergehenden **Umsatzsteigerung** auszugehen. Diese wird aus Sicht der Gutachter aber nur **moderat** ausfallen, wofür folgende Faktoren sprechen:
 - Die Neuaufstellung führt zu keiner wesentlichen Veränderung der standortbezogenen Rahmenbedingungen, da Faktoren wie die verkehrliche Erreichbarkeit, die Sichtbarkeit und die Umfeldnutzungen unverändert bleiben.
 - Zudem ist das derzeitige und zukünftige Einzugsgebiet des Vorhabens räumlich klar begrenzt. Aufgrund der gegebenen Rahmenbedingungen ist auch nicht davon auszugehen, dass die Neuaufstellung zu einer Ausweitung des derzeitigen Einzugsgebietes führen wird.
 - Hinzu kommt, dass das Vorhaben ebenfalls nicht dazu in der Lage sein wird, die bestehende Angebotssituation innerhalb von Velen grundsätzlich zu verändern: Denn bereits heute stellt der Verbundstandort einen der relevantesten Angebotsstandorte im Stadtgebiet dar.
- Im Rahmen einer **Worst-Case-Betrachtung** wird im Folgenden jedoch angenommen, dass beide Märkte ihre Umsatzleistung proportional zum Verkaufsflächenwachstum steigern können. Insgesamt wird somit für den maximal 1.000 m² großen Aldi-Markt ein **Gesamtumsatz** von **rd. 7,1 Mio. €** angesetzt sowie für Lidl mit zukünftig rd. 1.140 m² von **rd. 10,9 Mio. €**.

Mehrumsatz wird sich auf maximal 3,4 Mio. € belaufen

Umsatzleistung des Planvorhabens

Sortiment	Bestandsmarkt Aldi	Erweiterter Aldi	Mehrumsatz Aldi
	Umsatz in Mio. €		
Nahrungs- und Genussmittel/ Drogeriewaren	4,5	6,4	+ 1,9
Sonstige Sortimente	0,5	0,7	+ 0,2
Summe	5,0	7,1	+2,1
Flächenproduktivität (€/m ² VK)	7.100	7.100	./.

Quelle: BBE-Berechnungen und Prognosen; Rundungsdifferenzen möglich, p.a.

Sortiment	Bestandsmarkt Lidl	Erweiterter Lidl	Mehrumsatz Lidl
	Umsatz in Mio. €		
Nahrungs- und Genussmittel/ Drogeriewaren	8,6	9,8	+ 1,2
Sonstige Sortimente	1,0	1,1	+ 0,1
Summe	9,6	10,9	+ 1,3
Flächenproduktivität (€/m ² VK)	9.600	9.600	./.

Quelle: BBE-Berechnungen und Prognosen; Rundungsdifferenzen möglich, p.a.

Sortiment	Bestandsmärkte insgesamt	Erweiterte Märkte	Mehrumsatz insgesamt
	Umsatz in Mio. €		
Nahrungs- und Genussmittel/ Drogeriewaren	13,1	16,2	+ 3,1
Sonstige Sortimente	1,5	1,8	+ 0,3
Summe	14,6	18,0	+ 3,4
Flächenproduktivität (€/m ² VK)	8.560	8.430	./.

Quelle: BBE-Berechnungen und Prognosen; Rundungsdifferenzen möglich, p.a.

- Nach diesem Prognoseansatz werden die erweiterten Märkte einen **zusätzlichen Jahresumsatz** von rd. **3,4 Mio. €** generieren, wovon mit rd. 2,1 Mio. € der überwiegende Teil auf den neu aufgestellten Aldi-Markt entfällt.
- Dabei wird der Angebotsschwerpunkt des modernisierten Nahversorgungsstandortes auch zukünftig eindeutig in den nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) liegen.

Weit überwiegender Teil des Umsatzes wird auch weiterhin aus dem lokalen Umfeld generiert

Marktanteile des Planvorhabens (Worst Case-Ansatz)

	Nahversorgungs- relevantes Kaufkraftpotenzial in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz- prognose in Mio. €	Umsatzanteil in %
Kerneinzugsgebiet (Ortsteil Velen)	24,5	35	8,6	53
Erweitertes Einzugsgebiet (Ortsteile Ramsdorf und Gescher-Hochmoor)	28,1	21	6,0	37
Einzugsgebiet gesamt	52,6	28	14,6	90
Diffuse Umsatzzuflüsse	./.	./.	1,6	10
Nahversorgungs- relevante Sortimente gesamt	./.	./.	16,2	100
Nonfood-Sortimente	./.	./.	1,8	./.
Summe	./.	./.	18,0	./.

Quelle: BBE-Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich, p.a.

- In der nebenstehenden Tabelle sind die Umsatzerwartungen des Vorhabens und die Kaufkraftbindungsquoten für nahversorgungsrelevante Sortimente im Einzugsgebiet zusammenfassend dargestellt. Demnach werden die beiden Lebensmitteldiscounter im **Kerneinzugsgebiet (= Velen)** weiterhin eine hohe Marktdurchdringung erreichen und gemeinsam durchschnittlich 35 % der nahversorgungsrelevanten Kaufkraft binden können.
- Im **erweiterten Einzugsgebiet** sinken die erzielbaren Bindungsquoten aufgrund der alternativ erreichbaren Angebotsstandorte und der bereits größeren Entfernung. In **Gescher-Hochmoor** wird der Marktanteil maximal 25 % betragen. Die in **Ramsdorf** lebende Bevölkerung kann sich grundsätzlich am Wohnort versorgen, so dass die dort erreichbaren Bindungsquoten mit maximal 20 % noch geringer ausfallen. Im Durchschnitt kann das Vorhaben im erweiterten Einzugsgebiet rd. 21 % der vorhandenen Kaufkraft binden, was einem Umsatz von rd. 6,0 Mio. € entspricht.
- Die **(diffusen) Streuumsätze** mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes belaufen sich auf rd. 10 % bzw. rd. 1,6 Mio. €.
- Mit rd. 14,6 Mio. € bzw. rd. 90 % wird somit nahezu der gesamte nahversorgungsrelevante Umsatz aus dem kleinräumig abgegrenzten Einzugsgebiet – und hier vor allem aus Velen selbst - stammen, was die hervorgehobene Versorgungsbedeutung für die hier lebende Bevölkerung nochmals unterstreicht.

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	3
2	Standortseitige Rahmenbedingungen	9
3	Wettbewerbssituation	14
4	Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	25
5	Umsatzprognose des Vorhabens	30
6	Umverteilungseffekte	35
7	Einordnung in die Ziele der Landesplanung	40
8	Einordnung in das kommunale Einzelhandelskonzept	43
9	Städtebauliche Bewertung und Fazit der Analyse	45

Änderung des räumlichen Einkaufsverhaltens führt zu Umsatzverlusten bei den Wettbewerbern

Umverteilungseffekte - Kaufkraftstrom-Modellrechnung

- Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind die durch das Planvorhaben induzierten Umverteilungseffekte für die ansässigen Betriebe relevant. Dabei ist das Gesamtvorhaben zu betrachten.
- Ausgehend vom Status quo werden die Veränderungen der Kaufkraftströme im Rahmen einer Kaufkraftstrom-Modellrechnung simuliert. In das Prognosemodell fließen folgende Faktoren ein:
 - Einwohnerzahlen und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsgebiet,
 - Zeitdistanzen im Einkaufsverkehr zwischen den Kundenwohnorten im Untersuchungsgebiet und den relevanten Wettbewerbsstandorten,
 - Standorte, Dimensionierung und Attraktivität der relevanten Wettbewerber,
 - Attraktivität des Planvorhabens.
- Auf Basis dieses Simulationsmodells können Aussagen darüber getroffen werden, welche Wettbewerbsstandorte durch die Realisierung der geplanten Einzelhandelsentwicklung in welchem Umfang von Umsatzverlusten in den relevanten Sortimentsbereichen betroffen sein werden.
- Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall am Planstandort zu erwartende Umsatz zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht; denn durch die Realisierung wird nicht mehr Kaufkraft generiert, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbsstandorten umverteilt.
- Dies ist grundsätzlich als Ausdruck eines zulässigen Wettbewerbs zu werten. Erst wenn die ausgelösten Umsatzumverteilungen Größenordnungen erreichen, die den Fortbestand von Betrieben in zentralen Versorgungsbereichen oder an der wohnungsnahen Versorgung dienenden Angebotsstandorten gefährden können, sind negative Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO nicht auszuschließen.

Marktpositionierungen, Entfernung und Zeitdistanzempfindlichkeit beeinflussen die Höhe der Umsatzverluste

Umverteilungseffekte - Annahmen

Der Abschätzung der zu erwartenden Umsatzverlagerungseffekte liegen folgende Annahmen zugrunde:

1

Die durch die Neupositionierung hervorgerufenen Umsatzverlagerungen gehen in erster Linie zu Lasten derjenigen Wettbewerber, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen. Dies bedeutet, dass als Hauptwettbewerber des Planvorhabens die im Wettbewerbsumfeld ansässigen größeren Lebensmittelanbieter anzusehen sind. Der kleinteilige Einzelhandel (z.B. Lebensmittelfachgeschäfte) steht dagegen aufgrund der eingeschränkten Sortimentsüberschneidungen und der abweichenden Marktpositionierung nur in begrenztem Wettbewerb mit dem Planvorhaben.

2

Mit zunehmender Entfernung zum Projektstandort nimmt die Stärke der Umsatzverlagerungseffekte ab. Dies bedeutet, dass Wettbewerber im näheren Umfeld des Vorhabens stärker von Umsatzverlagerungen betroffen sind als weiter entfernt liegende Einzelhandelsbetriebe. Dies resultiert daraus, dass die Attraktivität von Einzelhandelseinrichtungen aus Sicht der Konsumenten mit zunehmender Zeitdistanz und dem damit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand abnimmt.

3

Die Zeitdistanzempfindlichkeit der einzelnen Sortimente ist jedoch unterschiedlich und wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt. So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs - wie z.B. Lebensmittel und Drogeriewaren - aufgrund des relativ niedrigen Warenwertes sowie der vergleichsweise hohen Einkaufshäufigkeit eine hohe Zeitdistanzempfindlichkeit auf. Dies hat zur Folge, dass die Nachfrage nach diesen Gütern bereits bei einer relativ geringen Zunahme der Zeitdistanzen deutlich zurückgeht.

4

Bei Food-Artikeln (Lebensmittel inkl. Getränke und Tabak) entfällt mit durchschnittlich ca. 2,9 % des Umsatzes bundesweit nach wie vor nur ein geringer Anteil auf den Onlinehandel (vgl. HDE, Online Monitor 2024).

Selbst im Worst-Case nur geringe Umsatzverluste für Lebensmittelmärkte im Untersuchungsraum,...

Umverteilungseffekte (I)

Standort	Umsatz in Mio. €	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in % des derzeitigen Umsatzes
Velen insgesamt, davon	24,4	1,1	5
Hauptzentrum Ortskernlage Velen ¹⁾ (Rewe, Rossmann, Ladenhandwerk)	12,1	0,6	5
Hauptzentrum Ortskernlage Ramsdorf (K+K, Netto, Ladenhandwerk)	12,4	0,5	4
Borken insgesamt, davon	78,6	0,8	1
Innenstadtzentrum (nur Kaufland, dm, Netto)	37,7	0,2	< 1
Industriegebiet Borken-Ost (Aldi, K+K, Edeka, Ladenhandwerk)	25,9	0,2	< 1
Sonstige Lagen Borken (nur Aldi/Heidener Str.; Lidl/Raiffeisenstr.)	14,9	0,4	3
Coesfeld (nur E-Center, Aldi/Borkener Straße, Lidl/Rekener Str., K+K/Daruper Straße)	30,2	0,5	2

Fortsetzung auf folgender Seite

Im Hinblick auf die durch das Planvorhaben zu erwartenden Umsatzumverteilungen ergeben sich aus den o.g. Annahmen folgende Konsequenzen:

- Nahezu der gesamte Mehrumsatz wird durch Umsatzumlenkungen bei den vom Planvorhaben betroffenen Wettbewerbern im Untersuchungsraum generiert, die mit durchschnittlich rd. 2 % allerdings nur gering ausfallen.
- Durch die höhere Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet sind zunächst die in den Ortsteilen **Velen** und **Ramsdorf** ansässigen Lebensmittelmärkte von Umsatzverlusten betroffen, erreichen dort mit rd. 4 bis 5 % jedoch keine bestandsgefährdenden Größenordnungen.
- Darüber hinaus wird sich der neu aufgestellte Nahversorgungsstandort auch gegenüber den derzeit aufgesuchten Angebotsstandorten in den **Umlandgemeinden** positionieren können, dort aber ebenfalls nur niedrige einstellige Umverteilungsquoten auslösen.

¹⁾ ohne Vorhabenstandort (Aldi/Lidl)

(*) marginal (< 0,05 Mio. €/ < 0,5 %)

Quelle: BBE-Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

... die durchweg keine geschäftsgefährdenden Größenordnungen erreichen

Umverteilungseffekte (II)

Standort	Umsatz in Mio. €	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in % des derzeitigen Umsatzes
Gescher insgesamt, davon	29,9	0,4	1
Hauptzentrum Innenstadt (nur Aldi, K+K, Rossmann, Ladenhandwerk)	12,6	0,2	2
Nahversorgungsstandorte Gescher (nur Lidl, Netto, K+K, Edeka)	17,3	0,2	1
Heiden insgesamt, davon	14,6	0,3	2
Hauptzentrum Heiden (Netto, Ladenhandwerk)	4,4	< 0,1	1
Nahversorgungsstandort Heiden (nur Lidl, K+K)	10,2	0,3	2
Reken insgesamt, davon	24,6	0,2	< 1
Hauptzentrum Groß-Reken (nur Penny, Rossmann, Ladenhandwerk)	8,8	< 0,1	< 1
Nahversorgungsstandort Reken (nur K+K, Aldi)	12,1	0,2	1
Entwicklungsstandort Nahversorgung (nur Edeka)	3,8	(*)	(*)
Untersuchungsraum insgesamt	202,3	3,3	2
Diffuse Umverteilung	./.	0,1	./.
Umverteilungseffekte insgesamt	./.	3,4	./.

(*) marginal (< 0,05 Mio. €/ < 0,5 %)

Quelle: BBE-Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

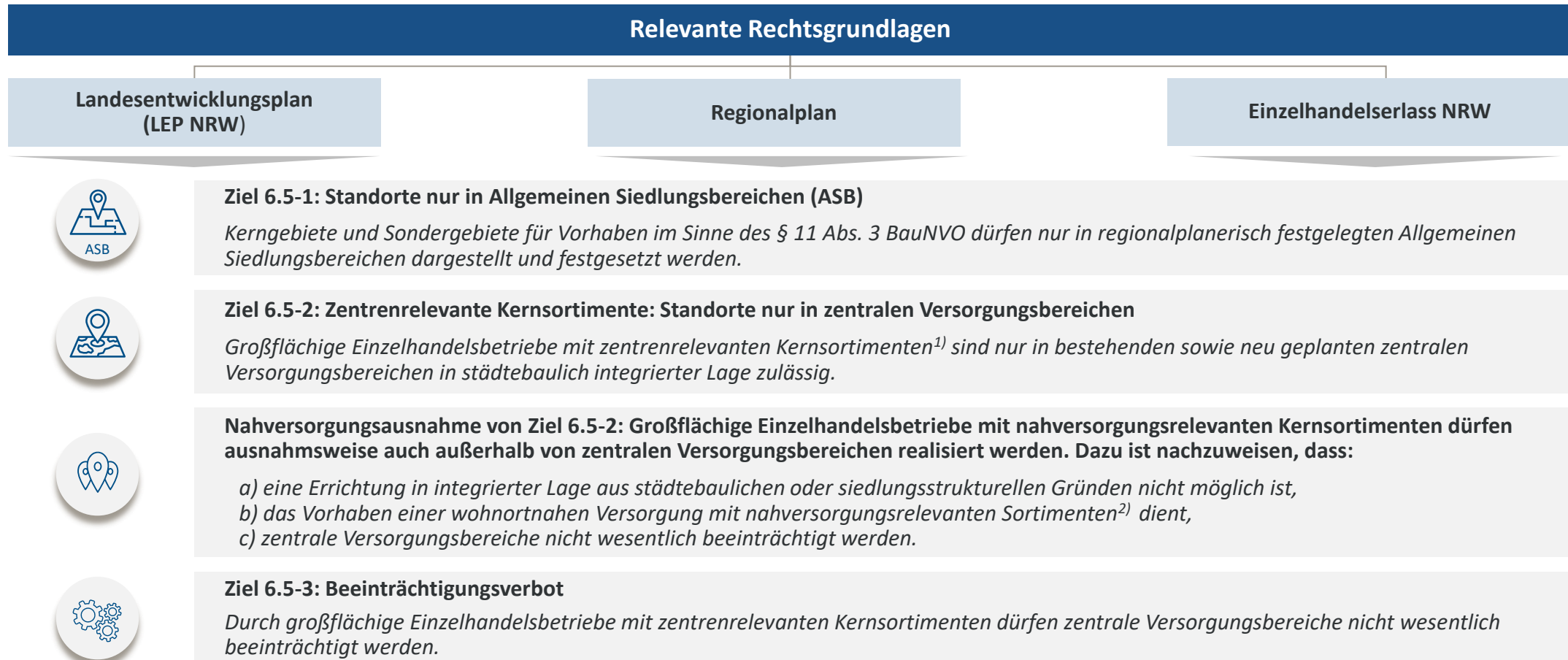
- Gegenüber **sonstigen Angebotsstandorten außerhalb des Untersuchungsraumes** wird – maßgeblich aufgrund des ausgeprägten lokalen Versorgungsbezugs – nur ein untergeordneter (Mehr-) Umsatz im Rahmen einer diffusen Umverteilung generiert. Aufgrund der geringen absoluten Höhe der prognostizierten Umverteilungen gegenüber sonstigen Anbietern (0,1 Mio. €) sind einzelbetriebliche Umsatzverluste in existenzgefährdender Höhe ebenfalls grundsätzlich auszuschließen.
- **Zusammenfassend** ist festzuhalten, dass die einzelbetrieblichen Umsatzzumlenkungen gegenüber den umliegenden Lebensmittelmärkten selbst im gewählten Worst-Case-Ansatz nur geringe Größendimensionen annehmen und durchweg nicht die wirtschaftliche Existenz eines dieser Wettbewerber in Frage stellen werden.

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	3
2	Standortseitige Rahmenbedingungen	9
3	Wettbewerbssituation	14
4	Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	25
5	Umsatzprognose des Vorhabens	30
6	Umverteilungseffekte	35
7	Einordnung in die Ziele der Landesplanung	40
8	Einordnung in das kommunale Einzelhandelskonzept	43
9	Städtebauliche Bewertung und Fazit der Analyse	45

Relevante Ziele des Landesentwicklungsplans (LEP NRW)

Rechtliche Grundlagen



- 1) Als zentrenrelevant gelten dabei die Sortimente gemäß LEP-Anlage 1 sowie weitere, von der jeweiligen Standortgemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste), nahversorgungsrelevante Sortimente sind auch immer gleichzeitig zentrenrelevant.
- 2) Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren

Das Planvorhaben hält die Ziele der Landesplanung ein

Relevante Ziele des Landesentwicklungsplans (LEP NRW)



Ziel 6.5-1: Standorte nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen (ASB)

- Der Untersuchungsstandort im Ortskern Velen befindet sich gemäß Regionalplan innerhalb des Allgemeinen Siedlungsbereiches – ASB.
- **Damit wird das landesplanerische Ziel 6.5.1 einer Zuordnung zum Allgemeinen Siedlungsbereich gewahrt.**



Ziel 6.5-2: Standorte nur in zentralen Versorgungsbereichen

- Der Untersuchungsstandort befindet sich innerhalb des mit dem kommunalen Einzelhandelskonzeptes räumlich abgegrenzten „Zentralen Versorgungsbereich Ortskernlage Velen“ und stellt dort neben dem Rewe-Supermarkt den wesentlichen Träger der Nahversorgung dar.
- **Das Vorhaben entspricht somit auch dem Ziel 6.5-2.**



Ziel 6.5-3: Beeinträchtigungsverbot

- Mit der vorliegenden Auswirkungsanalyse wird nachgewiesen, dass die geplante Neuaufstellung dieses wichtigen Nahversorgungsstandortes keine Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche in Velen oder Umlandgemeinden auslösen wird.
- **Somit wird auch das Ziel 6.5-3 vom Planvorhaben gewahrt.**

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	3
2	Standortseitige Rahmenbedingungen	9
3	Wettbewerbssituation	14
4	Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	25
5	Umsatzprognose des Vorhabens	30
6	Umverteilungseffekte	35
7	Einordnung in die Ziele der Landesplanung	40
8	Einordnung in das kommunale Einzelhandelskonzept	43
9	Städtebauliche Bewertung und Fazit der Analyse	45

Vorhaben entspricht den Ansiedlungsregeln des kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes

Ansiedlungsregeln Einzelhandels- und Zentrenkonzept Stadt Velen

- Mit dem kommunalen Einzelhandelskonzept der Stadt Velen (2014) wurden neben der räumlichen Abgrenzung der beiden zentralen Versorgungsbereiche und der örtlichen Sortimentsliste auch Ansiedlungsregeln für zukünftige Einzelhandelsentwicklungen beschlossen.
- Je nach Sortimentsschwerpunkt und Standort werden dabei unterschiedliche Empfehlungen und Leitziele formuliert.
- „Vorrangiges Ziel für Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit Schwerpunkten in zentren- und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten ist es, diese in den zentralen Versorgungsbereichen zu konzentrieren.“
- Hierzu ist zunächst festzuhalten, dass das Planvorhaben die standortsichernde Erweiterung zweier Lebensmittelmärkte vorsieht, deren Angebotsschwerpunkt eindeutig in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten liegt.
- Zudem befindet sich der Vorhabenstandort innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches „Hauptzentrum Ortskernlage Velen“ und stellt dort einen wichtigen Angebotsstandort dar, von dessen Kundenfrequenz auch der übrige Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz profitiert.
- Aufgrund des nahversorgungsrelevanten Kernsortiments, der städtebaulich integrierten Lage im Hauptzentrum Velen sowie des Nachweises, dass das Vorhaben keine negativen Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen in Ramsdorf haben wird, entspricht die geplante Einzelhandelsentwicklung vollumfänglich den Vorgaben des kommunalen Einzelhandelskonzeptes.

Zentrenmodell	Zentrenrelevante Kernsortimente	Nahversorgungsrelevante Kernsortimente	Nicht zentrenrelevante Kernsortimente
Schützenswerte Standortbereiche			
Hauptzentren Velen u. Ramsdorf	klein- / großflächig*	klein- / großflächig*	klein- / großflächig*
Ergänzungslage Nahversorgung ZVB Ramsdorf	kleinteilige Ergänzungen nach besonderer Prüfung	klein- / großflächig*	klein- / großflächig*
Nahversorgungsstandorte	nicht zulässig	kleinflächig / großflächig nur Arrondierungen*	klein- / großflächig*
Sonstige Standortbereiche			
Fachmarktstandorte	Bestandsschutz	Bestandsschutz	kleinflächig
Sonstige Standorte	„Velener Laden“	„Velener Laden“**	klein- / großflächig*; Randsortimente < 10 %

*ggf. Nachweis der Verträglichkeit; ** in begründeten Ausnahmefällen auch größer mit Einzelfallprüfung

Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Velen (2014), S. 93;
eigene Bearbeitung

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, methodische Vorgehensweise und Projektplanung	3
2	Standortseitige Rahmenbedingungen	9
3	Wettbewerbssituation	14
4	Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	25
5	Umsatzprognose des Vorhabens	30
6	Umverteilungseffekte	35
7	Einordnung in die Ziele der Landesplanung	40
8	Einordnung in das kommunale Einzelhandelskonzept	43
9	Städtebauliche Bewertung und Fazit der Analyse	45

Auch der modernisierte Nahversorgungsstandort wird vornehmlich die lokale Bevölkerung ansprechen...

Fazit der Analyse

Durch die geplante Modernisierung des Nahversorgungsstandortes in Velen werden keine städtebaulich relevanten Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in Velen sowie in den umliegenden Städten und Gemeinden ausgelöst.

Für diese Einschätzung sprechen folgende Gründe:

- Der im zentralen Versorgungsbereich „Ortskernlage Velen“ gelegene Nahversorgungsstandort soll gestärkt und die dort ansässigen Lebensmittelmärkte Aldi und Lidl modernisiert werden.
- Im Zuge der geplanten Neuaufstellung soll der Aldi-Markt von derzeit ca. 710 m² auf max. 1.000 m² Verkaufsfläche und der Lidl-Markt von derzeit ca. 1.000 m² um ca. 140 m² auf 1.140 m² Verkaufsfläche erweitert werden.
- Vor dem Hintergrund der Flächenentwicklung im deutschen Lebensmitteleinzelhandel ist die geplante Entwicklung als standort-sichernde Maßnahme zu bewerten.
Dabei werden beide Märkte auch nach der Erweiterung eine Verkaufsflächendimensionierung aufweisen, die im unteren Mittelfeld neu errichteter Lebensmitteldiscounter liegt.
- Aufgrund des nahversorgungsrelevanten Kernsortiments und der bestehenden Wettbewerbssituation - auch innerhalb des jeweils eigenen Standortnetzes - wird das Vorhaben nur über einen räumlich eingeschränkten Einzugsbereich verfügen und somit auch weiterhin ganz überwiegend die Bevölkerung in Velen-Ramsdorf sowie im unmittelbar angrenzenden unterversorgten Ortsteil Gescher-Hochmoor ansprechen.
- Für die hier lebenden rd. 16.000 Einwohner mit einem nahversorgungsrelevanten Kaufkraftpotenzial von knapp 53 Mio. € stellt der zu ertüchtigende Angebotsstandort bereits heute eine zentral gelegene und gut erreichbare Nahversorgungsmöglichkeit dar.
- Die lokale Versorgungsbedeutung des zentral gelegenen Nahversorgungsstandortes wird dadurch unterstrichen, dass das Vorhaben auch nach dem Umbau mit 90 % den weit überwiegenden Teil seines nahversorgungsrelevanten Umsatzes mit Kunden aus dem räumlich eng abgegrenzten Einzugsgebiet erzielt.
- Die im Rahmen der geplanten Modernisierung erfolgende Erweiterung um rd. 430 m² führt im angenommenen „Worst-Case“-Szenario einer proportional zur Verkaufsflächenerweiterung steigenden Umsatzleistung zu einem Umsatzzuwachs von max. 3,4 Mio. €.

... und zugleich keine negativen Auswirkungen auf umliegende zentrale Versorgungsbereiche auslösen

Fazit der Analyse

- Die aus dem maximal zu erwartenden Mehrumsatz resultierenden Umsatzzumlenkungen werden primär zu Lasten der nahegelegenen Lebensmittelmärkte gehen.
- Im Rahmen der Auswirkungsanalyse konnte in diesem Zusammenhang gezeigt werden, dass die zu erwartenden Wettbewerbswirkungen jedoch selbst nach dem gewählten Worst-Case-Ansatz nur gering ausfallen und die wirtschaftliche Tragfähigkeit einzelner Betriebe in keiner Weise in Frage stellen.
- Bestandsgefährdende Auswirkungen auf Betriebe in umliegenden zentralen Versorgungsbereichen sind aufgrund der nur geringen absatzwirtschaftlichen Umverteilungen daher nicht zu erwarten, so dass diese ihre bisherigen Versorgungsfunktionen auch weiterhin wahrnehmen werden.
- Aufgrund des ausgeprägten lokalen Nahversorgungsbezugs und der damit verbundenen geringen Umlenkungen gegenüber Wettbewerbern außerhalb des Untersuchungsraumes sind auch dort keine Funktionsbeeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche zu erwarten.

Im **Ergebnis** kann somit festgestellt werden, dass negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung in Velen und in den Nachbargemeinden im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO nach den Ergebnissen der Analyse ausgeschlossen werden können.

Vielmehr kann durch die geplante Einzelhandelsentwicklung vor allem die derzeitige Marktposition gefestigt werden, so dass der Markt auch zukünftig vor allem wichtige wohnungsnaher Versorgungsfunktionen übernehmen wird.

Gleichzeitig entspricht die geplante Einzelhandelsentwicklung aufgrund der Lage innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches „Ortskernlage Velen“, seines eindeutigen Nahversorgungsschwerpunktes sowie der geplanten Dimensionierung, die keine städtebaulichen Unverträglichkeiten auslösen wird, sowohl den landesplanerischen Zielvorgaben als auch dem kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzept.

Köln, im Januar 2025



i.V. Claus Freuen



i.V. Jörg Lehnerdt

Wissen schafft Zukunft.

BBE Handelsberatung GmbH

Goltsteinstraße 87a
50968 Köln

Tel +49 221 789 41 163/ Fax +49 221 789 41 169
E-Mail lehnerdt@bbe.de / freuen@bbe.de

www.bbe.de