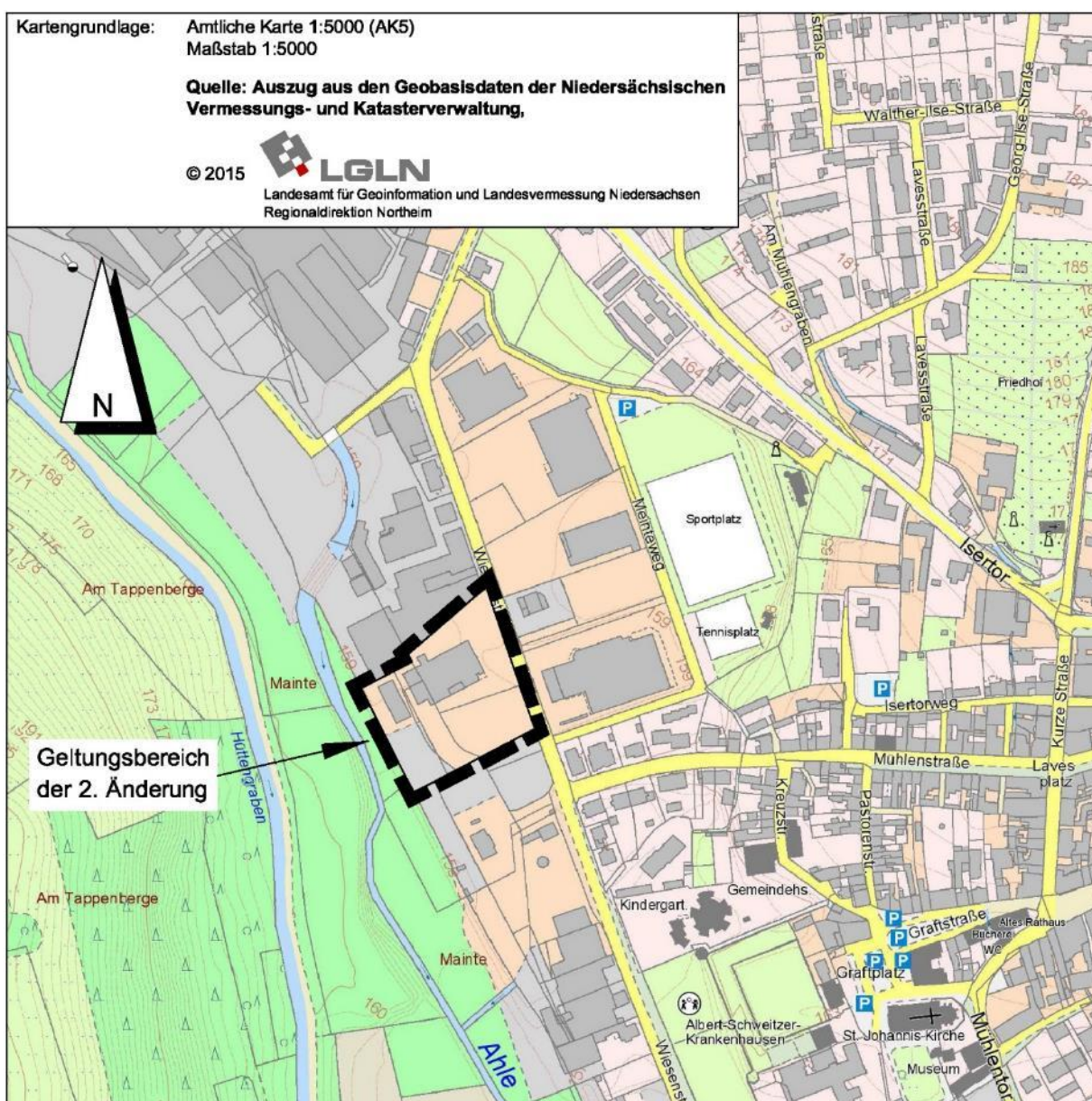


BEBAUUNGSPLANÄNDERUNG UND BEGRÜNDUNG

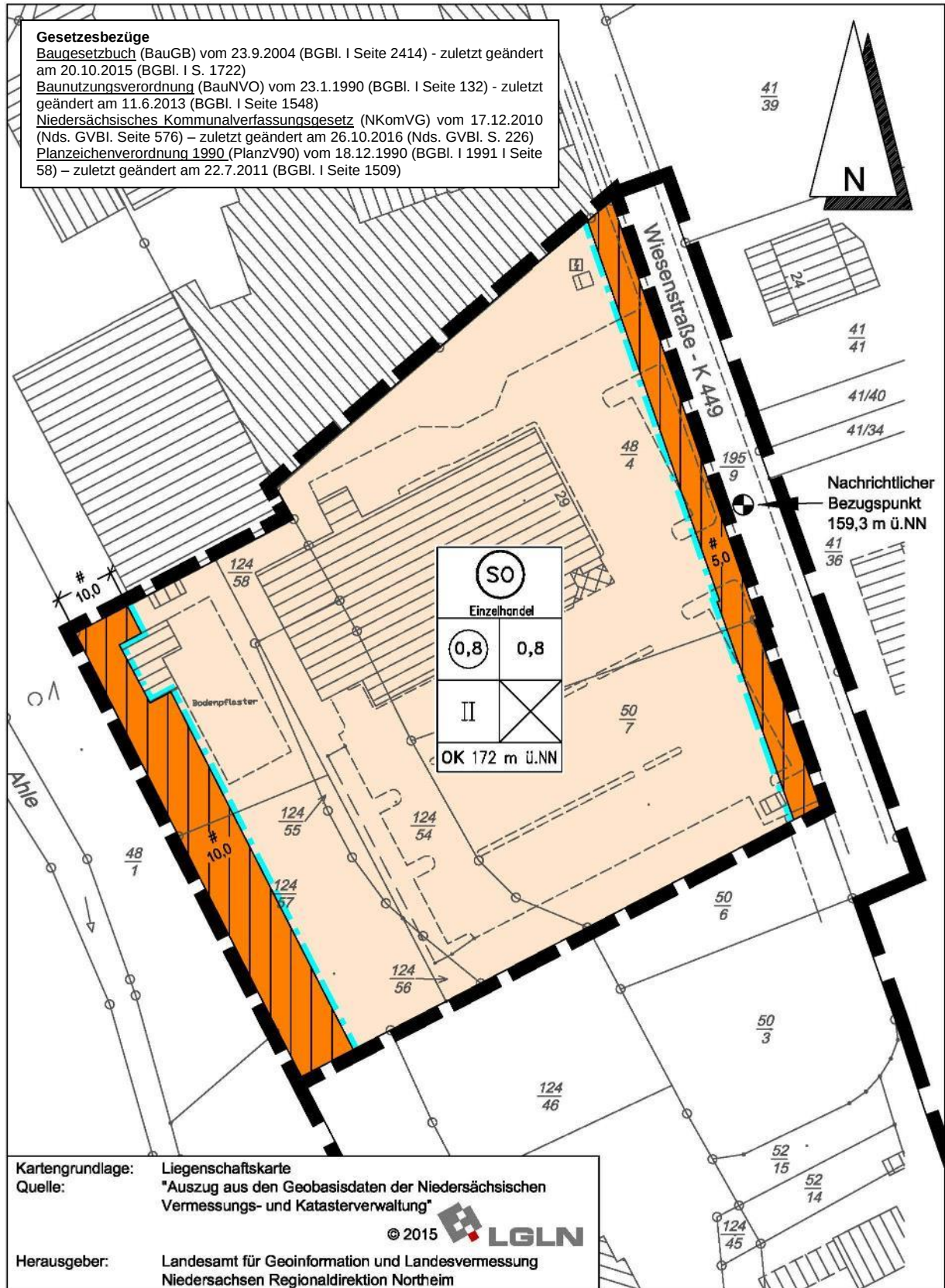
Stand der Planung	gemäß § 13a i.V.m. §§ 13, 3 (1), 4 (1) BauGB	gemäß § 13a i.V.m. §§ 13, 3 (2), 4 (2) BauGB	gemäß § 10 (1) BauGB
24.11.2016	gemäß § 10 (3) BauGB		

STADT USLAR

BEBAUUNGSPLAN NR. 67 „WIESENSTRASSE – WEST“, 2. ÄNDERUNG
MIT BERICHTIGUNG DES FLÄCHENNUTZUNGSPLANES



Bebauungsplan Nr. 67 „Wiesenstraße - West“ 2.Änderung (M 1 : 1.000)



PLANZEICHENERKLÄRUNG

ART DER BAULICHEN NUTZUNG

(§ 9 Abs. 1 Nr. 1 des Baugesetzbuches - BauGB -,
§§ 1 bis 11 der Baunutzungsverordnung - BauNVO -)



Sonstige Sondergebiete / Einzelhandel
(§ 11 BauNVO)

MASS DER BAULICHEN NUTZUNG

(§ 9 Abs. 1 Nr. 1 BauGB, § 16 BauNVO)

0,8

Geschossflächenzahl als Höchstzahl

0,8

Grundflächenzahl

Zahl der Vollgeschosse

II

als Höchstmaß

Höhe baulicher Anlagen in m über einem Bezugspunkt

OK 172 m ü.NN

Oberkante als Höchstmaß

BAUWEISE, BAULINIEN, BAUGRENZEN

(§ 9 Abs. 1 Nr. 2 BauGB, §§ 22 und 23 BauNVO)



Baugrenze

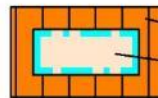
SONSTIGE PLANZEICHEN



Grenze des räumlichen Geltungs-
bereiches des Bebauungsplanes
(§ 9 Abs. 7 BauGB)



Grenze des räumlichen Geltungsbereiches
der Änderung des Bebauungsplanes
(§ 9 Abs. 7 BauGB)



nicht überbaubare Fläche
bebaubare Fläche

TEXTLICHE FESTSETZUNGEN

1. Im Sondergebiet sind ein Lebensmitteldiscounter bis maximal 1.300 m² Verkaufsfläche sowie eine PKW-Waschhalle zulässig (gemäß § 9 (1) Nr. 1 BauGB i.V.m. § 11 BauNVO).
2. Innenstadtrelevante Sortimente sind als Randsortimente mit einem Anteil von maximal 8 % an der Verkaufsfläche zulässig.
Als innenstadtrelevant gelten folgende Sortimente:
 - Textil / Bekleidung (gesamtes Textilsortiment)
 - Schuhe (außer Arbeitsschuhe)
 - Uhren / Schmuck
 - Foto / Optik
 - Drogerie- und Parfümerieartikel, Arzneimittel,
 - Geschenkartikel, Accessoires
 - Braune und weiße Ware (Unterhaltungselektronik, Tonträger, Computer / Elektrogroßgeräte)
 - kunstgewerbliche Artikel
 - Haushaltswaren / Wohnbedarf
 - Spielwaren
 - Schreibwaren, Büroartikel, Bücher
 - Büro- / Informationstechnik
 - Sportartikel, Camping, Fahrräder, Jagdartikel
 - Lampen, Leuchten(gemäß § 1 Abs. 7 BauNVO)
3. Durch bauliche Anlagen darf eine Höhe von 172 m ü.N.N. nicht überschritten werden (gemäß §§ 16 (2) Nr. 4 und 18 (1) § 18 BauNVO).

Präambel

Aufgrund des § 1 Abs. 3 und des § 10 Abs. 1 des Baugesetzbuches (BauGB) vom 23.09.2004 (BGBl. I S. 2414) und des § 58 Abs. 2 des Nds. Kommunalverfassungsgesetzes vom 17.12.2010 (Nds. GVBl. S. 576) in der jeweils zuletzt geltenden Fassung hat der Rat der Stadt Uslar diesen Bebauungsplan Nr. 23 „Wiesenstraße - West“, 2. Änderung (gemäß § 13a BauGB), bestehend aus der vorstehenden Planzeichnung, und den textlichen Festsetzungen als Satzung beschlossen.

Uslar, den 10.04.17

Siegel

gez. Bauer
Bürgermeister

Aufstellungsbeschluss

Der Verwaltungsausschuss der Stadt Uslar hat in seiner Sitzung am 1.10.2015 die Aufstellung der 2. Änderung des Bebauungsplanes Nr. 23 „Wiesenstraße - West“ beschlossen. Der Änderungsbeschluss ist gemäß § 2 Abs. 1 BauGB am 1.6.2016 ortsüblich bekanntgemacht worden.

Uslar, den 10.04.17

Siegel

gez. Bauer
Bürgermeister

Planunterlage

Kartengrund-
lage:

Liegenschaftskarte
Gemarkung: Uslar, Flur: 6

Quelle:

"Auszug aus den Geobasisdaten der Niedersächsischen
Vermessungs- und Katasterverwaltung"

©2015  LGLN

Herausgeber:

Landesamt für Geoinformation und Landesvermessung
Niedersachsen
Regionaldirektion Northeim

Die Planunterlage entspricht dem Inhalt des Liegenschaftskatasters und weist die städtebaulich bedeutsamen baulichen Anlagen sowie Straßen, Wege und Plätze vollständig nach (Stand vom 21.12.2015). Sie ist hinsichtlich der Darstellung der Grenzen und der baulichen Anlagen geometrisch einwandfrei. *(Nur bei Bebauungsplänen, deren Festsetzungen sich auf die geometrische Form der Grundstücke auswirken)*

Die Übertragbarkeit der neu zu bildenden Grenzen in die Örtlichkeit ist einwandfrei möglich. *(Nur bei Bebauungsplänen, bei deren Durchführung neue Grenzen gebildet werden, deren Verlauf durch den Bebauungsplan festgesetzt wird)*

Northeim, den 24.03.17

- Katasteramt Northeim -

gez. D. März VmR

Siegel

Unterschrift)

Planverfasser

Der Entwurf der 2. Änderung des Bebauungsplanes wurde ausgearbeitet vom

Hannover im November 2015

BÜRO KELLER

Büro für städtebauliche Planung

30559 Hannover Lotharinger Straße 15
Telefon (0511) 52 25 30 Fax 52 96 82

gez. Keller

Öffentliche Auslegung

Der Verwaltungsausschuss der Stadt Uslar hat dem Entwurf der 2. Änderung des Bebauungsplanes Nr. 67 „Wiesenstraße - West“ mit Begründung am 6.9.2016 zugestimmt und die öffentliche Auslegung gemäß § 3 Abs. 2 BauGB beschlossen.

Ort und Dauer der öffentlichen Auslegung wurden am 24.9.2016 ortsüblich bekanntgemacht.

Der Entwurf der 2. Änderung des Bebauungsplanes Nr. 67 „Wiesenstraße - West“ mit Begründung hat vom 12.10.2016 bis 18.11.2016 gemäß § 3 Abs. 2 BauGB öffentlich ausgelegen.

Uslar, den 10.04.17

Siegel

gez. Bauer
Bürgermeister

Öffentliche Auslegung mit Einschränkung

Der Rat/Verwaltungsausschuss der Stadt hat in seiner Sitzung am dem geänderten Entwurf der 2. Änderung des Bebauungsplanes mit Begründung zugestimmt und die erneute öffentliche Auslegung mit Einschränkungen gemäß § 4a Abs. 3 Satz 2 bzw. Satz 4 BauGB und mit einer verkürzten Auslegungszeit gemäß § 4a Abs. 3 Satz 3 BauGB beschlossen. Ort und Dauer der erneuten öffentlichen Auslegung wurden am ortsüblich bekanntgemacht.

Der Entwurf der 2. Änderung des Bebauungsplanes mit Begründung hat vom bis gemäß § 4a Abs. 3 BauGB erneut öffentlich ausgelegen.

Den von der Planänderung Betroffenen wurde mit Schreiben vom Gelegenheit zur Stellungnahme bis zum gegeben.

Uslar, den 10.04.17

Siegel

gez. Bauer
Bürgermeister

Satzungsbeschluss

Der Rat der Stadt Uslar hat den Bebauungsplan Nr. 67 „Wiesenstraße - West“, 2. Änderung, nach Prüfung der Anregungen gemäß § 3 Abs. 2 BauGB in seiner Sitzung am 23.2.2017 als Satzung (§ 10 Abs. 1 BauGB) sowie die Begründung beschlossen.

Uslar, den 10.4.17

Siegel

gez. Bauer
Bürgermeister

Inkrafttreten

Der Satzungsbeschluss der 2. Änderung des Bebauungsplanes Nr. 67 „Wiesenstraße - West“ ist gemäß § 10 Abs. 3 BauGB am 12.05.2017 im Amtsblatt für den Landkreis Northeim bekanntgemacht worden.

Der Bebauungsplan Nr. 67 „Wiesenstraße - West“, 2. Änderung, ist damit am 12.05.2017 rechtsverbindlich geworden.

Uslar, den 10.04.17
18.05.17

Siegel

gez. Bauer
Bürgermeister

Frist für Geltendmachung der Verletzung von Vorschriften

1. Eine nach § 214 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1 bis 3 BauGB beachtliche Verletzung der dort bezeichneten Verfahrens- und Formvorschriften,
2. eine unter Berücksichtigung des § 214 Abs. 2a BauGB beachtliche Verletzung der Vorschriften über das Verhältnis der 2. Änderung des Bebauungsplanes und des Flächennutzungsplanes und
3. nach § 214 Abs. 3 Satz 2 BauGB beachtliche Mängel des Abwägungsvorgangs

sind nicht innerhalb eines Jahres seit Bekanntmachung der 2. Änderung des Bebauungsplanes Nr. 67 „Wiesenstraße - West“ schriftlich gegenüber der Stadt Uslar unter Darlegung des die Verletzung begründenden Sachverhalts geltend gemacht worden (§ 215 BauGB).

Uslar den 10.04.17

Siegel

gez. Bauer
Bürgermeister

Anmerkung: *) Nichtzutreffendes streichen

BEGRÜNDUNG

1 Aufstellung der 2. Änderung des Bebauungsplanes

1.1 Aufstellungsbeschluss

Die Stadt Uslar hat die Aufstellung der 2. Änderung des Bebauungsplanes Nr. 67 „Wiesenstraße - West“ beschlossen.

1.2 Planbereich

Der Planbereich der 2. Änderung liegt im Westen der Kernstadt Uslar. Er wird auf dem Deckblatt dieser Bebauungsplanänderung und Begründung im Maßstab 1:5.000 dargestellt.

2. Planungsvorgaben

2.1 Raumordnung und Landesplanung

Grundlegende Ziele bzw. zeichnerische Darstellungen des Regionalen Raumordnungsprogrammes 2006 für den Landkreis Northeim sind durch den Inhalt der vorliegenden Bebauungsplanänderung nicht betroffen. Der Änderungsbereich ist Teil der bebauten Ortslage des Mittelzentrums Uslar, das die Schwerpunktaufgaben „Sicherung und Entwicklung von Wohn- und Arbeitsstätten“ sowie die besonderen Entwicklungsaufgaben „Erholung“ und „Fremdenverkehr“ zugeteilt bekommen hat. Großflächiger Einzelhandel, der in der Regel dadurch definiert wird, dass er eine Verkaufsflächengröße von 800 m² überschreitet, darf keinen Einzugsbereich haben, der den für ihn maßgeblichen Verflechtungsbereich des Stadtortes wesentlich überschreitet, ist nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes und, soweit das Kernsortiment innenstadtrelevant ist, nur in städtebaulich integrierter Lage zulässig. Die Funktionsfähigkeit zentraler Orte, integrierter Versorgungsstandorte und die verbrauchernahe Versorgung dürfen nicht gefährdet werden.

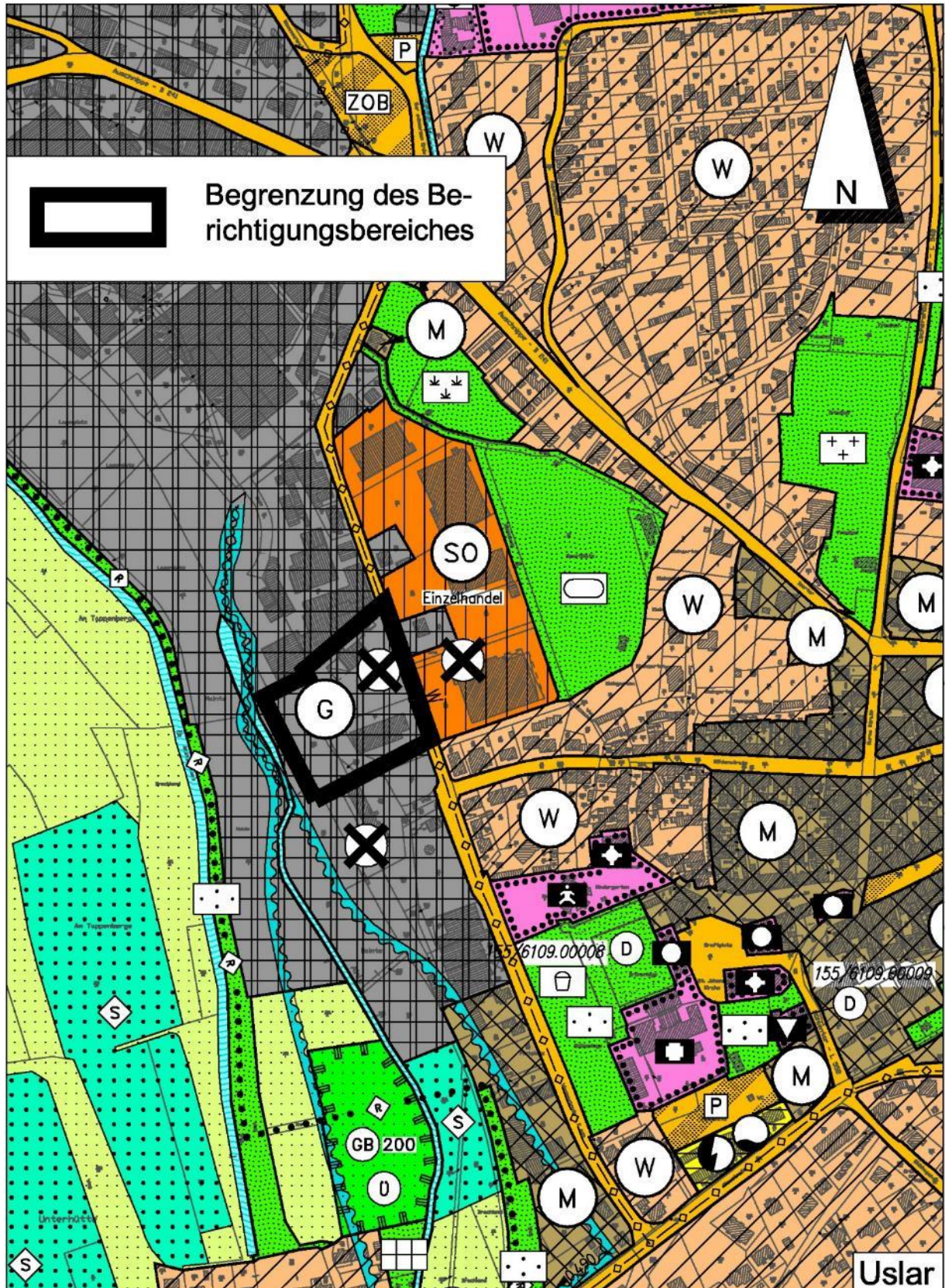
2.2 Flächennutzungsplan

Der Flächennutzungsplan der Stadt Uslar stellt für den Geltungsbereich der vorliegenden Bebauungsplanänderung eine gewerbliche Baufläche dar, die das Symbol für eine erhebliche Belastung mit umweltgefährdenden Stoffen beinhaltet.

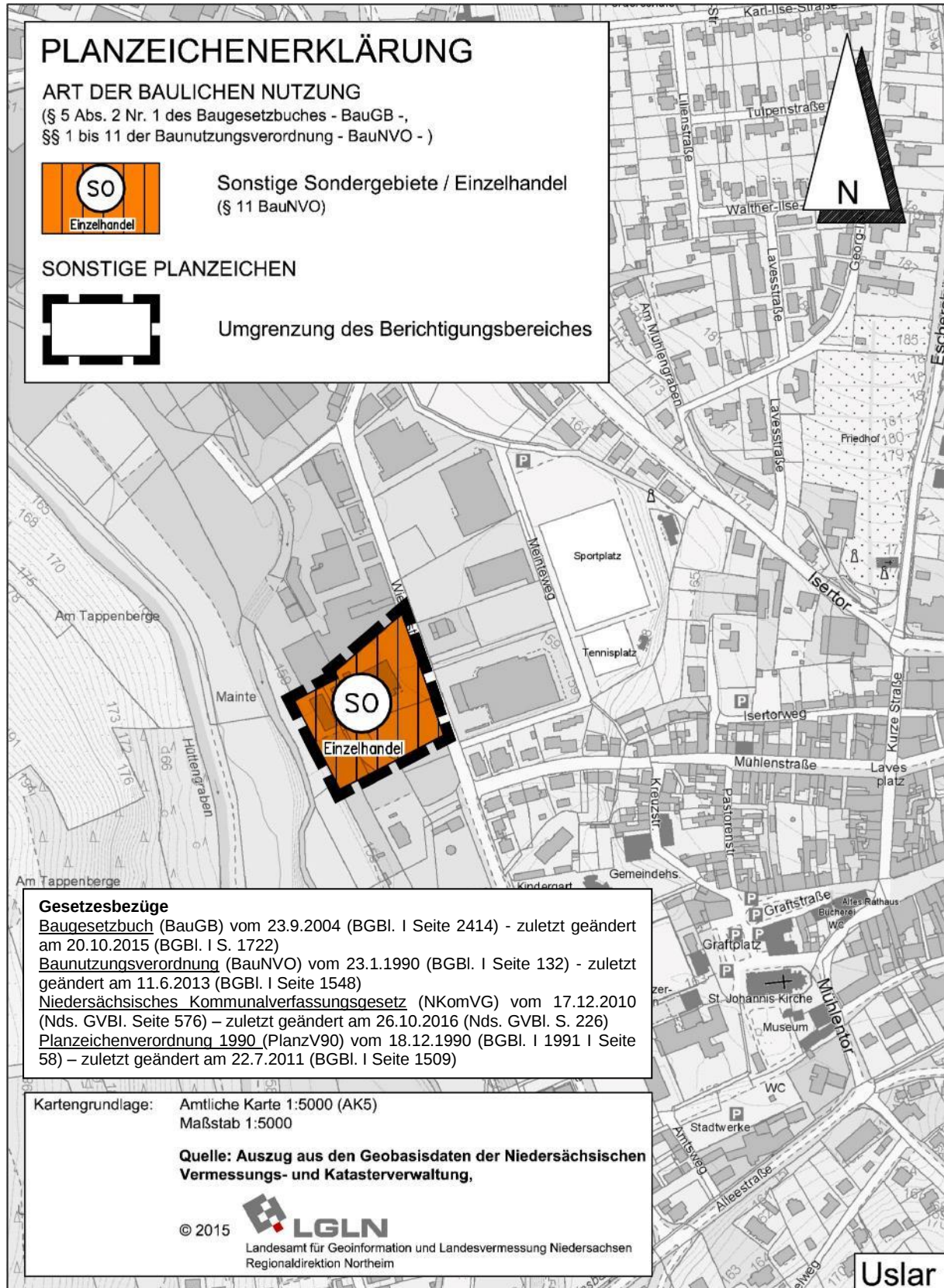
Aufgrund des hier angestrebten Planungsziels wird der Flächennutzungsplan gemäß § 13a (2) Nr. 2 BauGB einer Berichtigung unterzogen, die im Folgenden dargestellt wird.

Eine Kennzeichnung als erheblich mit umweltgefährdenden Stoffen belastet wird aufgrund der zwischenzeitlichen Begutachtung und Bodenbehandlung im Rahmen der Bebauung nicht mehr als erforderlich angesehen.

Ausschnitt Flächennutzungsplan, M 1 : 5.000



Berichtigung des Flächennutzungsplanes, M 1 : 5.000



2.3 Bebauungsplan (bisherige Fassung)

Der Bebauungsplan setzt für den Geltungsbereich der vorliegenden Bebauungsplanänderung bislang ein Gewerbegebiet fest, in dem ein so genannter nicht innenstadtrelevanter Einzelhandelsbetrieb bis maximal 800 m² Verkaufsfläche zulässig ist. Im Einzelnen bestimmte innenstadtrelevante Sortimente sind bis zu einem Anteil von maximal 8 % der Verkaufsfläche zulässig. Bei maximaler Zweigeschossigkeit sind Grund –und Geschossflächenzahl mit jeweils 0,8 festgesetzt. Die Bauhöhe darf 172 m über N.N. nicht überschreiten.

Die bislang hier geltende Fassung der 1. Änderung des Bebauungsplanes wird im Maßstab 1:1.000 im Folgenden dargestellt.

2.4 Natur und Landschaft (Gebietsbeschreibung)

Der Planbereich der 2. Änderung ist planungsrechtlich für eine intensive Bebauung vorgesehen. Freibereiche sind laut Niedersächsischer Bauordnung als Grünflächen anzulegen.

2.5 Baugrund

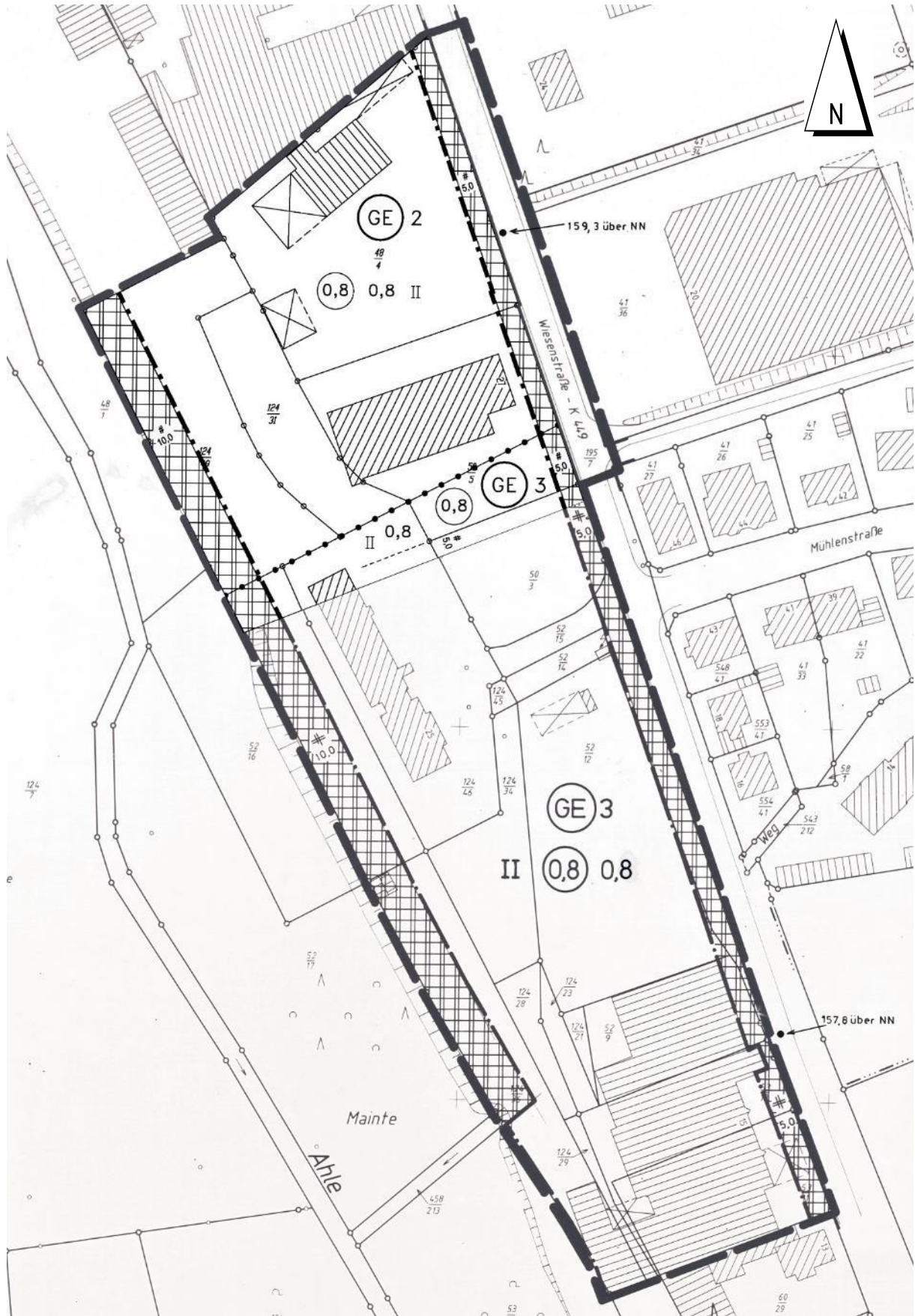
Nachdem im Flächennutzungsplan der Stadt Uslar für den Geltungsbereich dieser Bebauungsplanänderung das Symbol einer erheblichen Belastung des Bodens mit umweltgefährdenden Stoffen dargestellt wird, wurde im Zuge der Bauplanung für den heute bestehenden Discountmarkt im Jahr 2003 in Absprache mit der Abfallbehörde des Landkreises Northeim eine Bodenuntersuchung zur Baugrunderkundung durchgeführt. Danach wurden in einer Probe erhöhte Zink- und Polyzyklische-Aromatische-Kohlenwasserstoff-Werte festgestellt, so dass der Verbleib des überschüssigen und von der Baustelle abzufahrenden Oberbodens aus dem Bereich der entsprechenden Rammkernsondierung mit dem Amt für Abfall beim Landkreis Northeim abzustimmen ist.

2.6 Hochwasserschutz

Der Landkreis Northeim hat darauf hingewiesen, dass der Änderungsbereich wird sich, sich nach der noch in diesem Jahr 2016 zu erwartenden vorläufigen Sicherung durch den NLWKN in Göttingen, im vorläufig gesicherten Überschwemmungsgebiet der Ahle befinden werde. Das hydraulische Gutachten des Fachplanungsbüros Fugro Consult GmbH, Nordhausen vom 14.04.2016 weise dabei für den betroffenen Bereich (Erweiterung des Lidl-Marktes Wiesenstraße 29, Uslar) nach, dass unter Berücksichtigung von bestimmten durchzuführenden Vorsorgemaßnahmen (Retentionsraumausgleichsmaßnahmen) keine nachteiligen Auswirkungen auf die Hochwasserdynamik (Wasserstände, Geschwindigkeiten und Abflussaufteilung) als auch keine nachteiligen Auswirkungen auf die Oberlieger und Unterlieger für den betroffenen Bereich zu erwarten seien.

In diesem Zusammenhang wird festgestellt, dass die vorliegende Bebauungsplanänderung gegenüber dem bisherigen Planstand keine größeren Baumassen zulässt, da das Maß der baulichen Nutzung unverändert bleibt.

Bebauungsplan Nr. 67 „Wiesenstraße - West“ mit eingearbeiteter 1. Änderung, M 1:1.000



3. Verbindliche Bauleitplanung

3.1 Ziel und Zweck der Planung (Planungsabsicht)

Durch diese Bebauungsplanänderung soll eine Erweiterung der Verkaufsfläche eines vorhandenen Lebensmitteldiscounters von ca. 1.000 m² auf 1.300 m² ermöglicht werden. Dadurch soll weniger eine Ausweitung des Sortimentes erfolgen als vielmehr eine kundenfreundlichere Gestaltung der internen Wegeführungen, eine großzügigere Warenpräsentation und eine Verbesserung der betriebsinternen Logistik erreicht werden.

Weiterhin wird eine zwischenzeitlich errichtete PKW-Waschanlage mit in die Festsetzungen aufgenommen.

Zur Frage der raumordnerischen Verträglichkeit des Vorhabens wurde eine „Auswirkungsanalyse zur geplanten Erweiterung eines LIDL-Discountmarktes in Uslar, Wiesenstr. 29“ durch die BBE Handelsberatung, Köln, erstellt. Danach wird auch der erweiterte Markt fast ausschließlich der Versorgung der Stadtbevölkerung Uslar dienen. Eine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der wohnungsnahen Versorgung wird weder in der Stadt Uslar selbst noch in Nachbargemeinden eintreten. Die Analyse einschließlich ihrer Ergänzung auf eine Verkaufsfläche von 1.300 m² ist dieser Begründung in der Anlage beigefügt.

Die Sortimentsbeschränkungen werden aus der letzten Fassung des Bebauungsplanes übernommen, weil lediglich die Verkaufsfläche erhöht, nicht aber die Sortimentszusammensetzung verändert werden soll. Auch das Maß der baulichen Nutzung bleibt unverändert. Die Art der baulichen Nutzung muss verändert werden, weil die Erhöhung der zulässigen Verkaufsfläche in einem Gewerbegebiet nicht möglich wäre; hier ist ein entsprechendes Sondergebiet festzusetzen.

Die Industrie- und Handelskammer hat die Planung wie folgt infrage gestellt:

„Für großflächigen Einzelhandel (ab 800 m² Verkaufsfläche) ist zwingend die Erfüllung der raumordnungsrechtlichen Kriterien des Landesraumordnungsprogramms Niedersachsen 2008 und des Entwurfs zu seiner Änderung 2015 nachzuweisen. Dies gilt auch für Erweiterungen bestehender Betriebe.

Ausführungen zum Integrations- und Konzentrationsgebot finden sich im Gutachten auf S. 34. Wir weisen darauf hin, dass der zweite Absatz auf dieser Seite für uns nicht nachvollziehbar bzw. fehlerhaft ist. Hier sind offensichtlich Inhalte des Landesraumordnungsprogrammes etwas „durcheinander“ geraten. Das Konzentrationsgebot beinhaltet nicht die „städtebaulich integrierte Lage“, sondern die Lage innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes eines zentralen Ortes. Städtebaulich integrierte Lagen, die vom Integrationsgebot gefordert werden, ergeben sich demgegenüber nicht, wie im Text dargestellt, durch die Lage innerhalb einer zusammenhängenden Einzelhandelsagglomeration (vgl. hierzu LROP 2008 S. 16 und die zugehörigen Erläuterungen auf S. 90f bzw. die entsprechenden Ausführungen im Entwurf des LROP 2015). Wir gehen davon aus, dass sich der Absatz auf das dort genannte Konzentrationsgebot beziehen soll. Dessen Erfüllung, das heißt die Lage des Planvorhabens innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes, wird auch von uns so eingeschätzt.

Im nachfolgenden dritten Absatz auf S. 34 führt der Gutachter ausdrücklich aus, dass der „Untersuchungsstandort keinem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet“ ist und das „Integrationsgebot ... nicht erfüllt“ ist. Auch diese Aussage unterstützen wir.

Demzufolge ist, da das Integrationsgebot des Landesraumordnungsprogramms nicht eingehalten wird und eine überwiegende Nahversorgungsfunktion des Vorhabens

nicht nachgewiesen wird, das Vorhaben nicht zulässig. Vor dem Hintergrund der in den letzten Jahren erfolgten starken Betonung des Integrationsgebotes und der Ablehnung einer Reihe von Erweiterungsprojekten aufgrund der fehlenden Integration durch die Landesplanung (Landkreise bzw. Amt für regionale Landesentwicklung) sehen wir das Vorhaben auch aufgrund einer notwendigen Gleichbehandlung als unzulässig an.

Weiterhin weisen wir darauf hin, dass im „regionalen Einzelhandelskonzept Südniedersachsen“ ausdrücklich empfohlen wird, für den Standort „Wiesenstraße“ eine restriktive Ansiedlungspolitik durchzuführen. Ein Einzelhandelskonzept für Uslar liegt nicht vor. Wir empfehlen dessen Aufstellung, da hierüber die Steuerung des Einzelhandels u. a. im Hinblick auf eine flächendeckende Nahversorgung der Bevölkerung erreicht werden kann.“

Der Landkreis Northeim hat sich zu diesem Thema wie folgt geäußert:

„Da das Integrationsgebot (LROP 2.3 Ziffer 03 Satz 6) nicht eingehalten ist, muss nachgewiesen werden, dass es sich bei dem Vorhaben um einen reinen Nahversorger handelt.

Um den Nachweis zu führen, dass bestehende Drogeriemärkte in integrierter Lage durch die Erweiterung nicht beeinträchtigt werden, ist darüber hinaus die Umsatzumverteilung getrennt nach den Sortimenten „Lebensmittel, Reformwaren“ und „Drogerie und Parfümwaren“ zu berechnen. Bisher liegt nur eine summarische Betrachtung für „Güter des täglichen Bedarfs“ vor, die diese Fragestellung nicht ausreichend beantworten kann.

Die Einschränkung der innenstadtrelevanten Randsortimente auf 8 % wird ausdrücklich begrüßt. Es wird der Stadt Uslar empfohlen, sich im Rahmen eines Einzelhandelskonzeptes unter Beteiligung der lokalen Akteure, der IHK und des Landkreises mit der Situation des Einzelhandels im Stadtbereich, insbesondere der Sicherung der Nahversorgung und der Problematik der Leerstände in der Innenstadt, auseinanderzusetzen und Steuerungsmöglichkeiten auszuschöpfen.“

Die BBE Handelsberatung GmbH als Gutachter hat hierzu mit Schreiben vom 12.7.2016 wie folgt Stellung genommen:

„Bezüglich des Integrationsgebotes wurde bereits in der Auswirkungsanalyse festgehalten, dass der Untersuchungsstandort keinem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet ist. Das Integrationsgebot wird durch das Vorhaben somit zunächst nicht erfüllt. Allerdings lassen sich für das Planvorhaben auch Punkte aufzählen, die die geplante Erweiterung auch außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches begründen können:

Das Integrationsgebot gemäß Landes-Raumordnungsprogramms Niedersachsen (LROP 2012) spricht konkret von neuen Einzelhandelsgroßprojekten. Da die Betriebsgröße des zu untersuchenden Lidl-Lebensmitteldiscountmarktes mit einer Verkaufsfläche von rd. 994 m² bereits vor der Erweiterung oberhalb der Schwelle zur Großflächigkeit liegt, stellt sich die Frage, ob von einem neuen Einzelhandelsgroßprojekt gesprochen werden kann.

Im Entwurf zur Änderung der Verordnung über das Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen (LROP, Entwurf 2016) wird folgende Ausnahmeregelung formuliert:

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente zu mindestens 90 vom Hundert periodische Sortimente sind, sind auf der Grundlage eines städtebaulichen Konzeptes ausnahmsweise auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes im räumlichen Zusammenhang mit Wohnbebauung

zulässig, wenn eine Ansiedlung in den städtebaulich integrierten Lagen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere zum Erhalt gewachsener baulicher Strukturen, der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild oder aus verkehrlichen Gründen nicht möglich ist.“

Vor diesem Hintergrund ist im Hinblick auf das Planvorhaben Folgendes anzuführen:

Die geplanten Sortimente sind überwiegend als periodische Sortimente zu klassifizieren, so dass das Vorhaben unter die Ausnahmeregelung des Integrationsgebotes fällt.

Es handelt sich um einen bereits lange etablierten Standort der Nahversorgung in der Stadt Uslar.

Eine Verlagerung in die Innenstadt von Uslar ist aufgrund der gegebenen baulichen Struktur (Erhalt gewachsener baulicher Strukturen und Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild) nicht möglich und auch nicht zielführend. So ist in diesem Zusammenhang zu betonen, dass sich in diesem Bereich kaum bis keine Entwicklungsflächen ergeben.

Der Betreiber plant eine Verkaufsflächenerweiterung auf rd. 1.300 m² und damit eine Filialgröße, die dem Standard des Lidl-Filialnetzes entspricht.

Es ist zu berücksichtigen, dass die für den Lidl-Markt geplante Verkaufsflächenerweiterung vor dem Hintergrund der Flächenentwicklung im deutschen Lebensmitteleinzelhandel als standortsichernde Maßnahme zu bewerten ist. Auch das Standortgefüge in der Stadt Uslar lässt die geplante Erweiterung als versorgungsstrukturell verträglich erscheinen.

Obwohl der Verkaufsraum deutlich erweitert wird, geht damit keine Änderung des Sortiments einher. Vielmehr wird die Maßnahme der Verbesserung insbesondere der innerbetrieblichen Abläufe und der kundenfreundlichen Warenpräsentation dienen. So werden beispielsweise die Regalhöhen abgesenkt und die Gangbreiten erhöht. Darüber hinaus zielt die Erweiterung darauf ab, sich auch im Bereich der Frischeprodukte und der Tiefkühlsortimente breiter aufzustellen. Zusätzliche Warenträger für Obst und Gemüse und eine größere Zahl von Kühl- und Gefriertruhen generieren deshalb einen weiteren Flächenzusatzbedarf.

Im Erweiterungsfall wird der Lidl-Discountmarkt somit nicht mehr nur die „preisorientierte“ Versorgung im Trockensortiment übernehmen, sondern mit einem breiteren Anteil an Frischeprodukten einen deutlich umfassenderen Teil der Nachfrage im Bereich der wohnungsnahen Grundversorgung abdecken.

Die Erweiterung des Frischesortiments wird allerdings nicht zur Folge haben, dass der Lebensmitteldiscounter sein Einzugsgebiet erweitern wird. Denn durch die Filialvergrößerung wird der Markt keine so ausgeprägten Alleinstellungsmerkmale entwickeln, dass in stärkeren Maße als heute Kunden aus weiter entfernten Wohnquartieren an den Standort gebunden werden könnten. Somit wird auch der erweiterte Markt vornehmlich (Nah-) Versorgungsfunktionen für die Bevölkerung der Stadt Uslar übernehmen.

Im Rahmen der Auswirkungsanalyse und der ergänzenden Stellungnahme konnte nachgewiesen werden, dass von dem Vorhaben keine wesentliche Beeinträchtigung der Versorgungsstrukturen und keine Gefährdung städtebaulich schutzwürdiger Innenstädte / Ortskerne der Umlandgemeinden und deren Entwicklungsfähigkeit zu erwarten sind.“

Dem schließt sich die Stadt Uslar an.

Während der öffentlichen Auslegung wurden von der Industrie- und Handelskammer sowie dem Landkreis weiterhin Bedenken gegen die raumordnerische Verträglichkeit des Vorhabens vorgebracht, zu denen wiederum die BBH Handelsberatung GmbH Stellung genommen hat. Dies kann im Einzelnen bei der Stadtverwaltung Uslar eingesehen werden. In der Summe schließt sich die Stadt Uslar den Ausführungen des Gutachters an und geht davon aus, dass durch die vorliegende Planung keine raumordnerischen Nachteile entstehen werden.

Die vorliegende Bebauungsplanänderung dient der Nachverdichtung und damit der Innenentwicklung Uslars im Sinne des § 13a (1) BauGB. Durch die Änderung wird kein Vorhaben ermöglicht, das eine Pflicht zur Durchführung einer Umweltverträglichkeitsprüfung begründete. Es liegen auch keine Anhaltspunkte dafür vor, dass durch die Änderung Erhaltungsziele und der Schutzzweck der Gebiete von gemeinschaftlicher Bedeutung und der Europäischen Vogelschutzgebiete im Sinne des Bundesnaturschutzgesetzes oder des Artenschutzes beeinträchtigt werden könnten.

Die Bebauungsplanänderung kann damit im beschleunigten Verfahren aufgestellt werden. Von einer Umweltprüfung mit anschließendem Umweltbericht wird gemäß § 13 (3) BauGB abgesehen.

3.2 Sonstige Festsetzungen des Bebauungsplanes

Sonstige zeichnerische und textliche Festsetzungen des Bebauungsplanes sind durch diese Änderung nicht betroffen und gelten unverändert weiter.

4. Zur Verwirklichung der 2. Änderung zu treffende Maßnahmen

4.1 Bodenordnung

Bodenordnende Maßnahmen sind nicht erforderlich.

4.2 Ver- und Entsorgung

Die Situation von Ver- und Entsorgung wird durch diese Änderung des Bebauungsplanes nicht berührt.

Diese Begründung gemäß § 9 (8) BauGB hat zusammen mit der 2. Änderung des Bebauungsplanes Nr. 67

„Wiesenstraße - West“

vom 12.10.2016 bis einschließlich 18.11.2016

gemäß §§ 13a in Verbindung mit 3 (2) BauGB öffentlich ausgelegt und wurde vom Rat der Stadt Uslar beschlossen.

Uslar, den 10.04.17

gez. Bauer
Bürgermeister

Auswirkungsanalyse

zur geplanten Erweiterung eines LIDL-Discountmarktes in Uslar, Wiesenstraße 29

für die

LIDL Vertriebs-GmbH & Co. KG, Edermünde

Ihre Ansprechpartner

Wirtschaftsgeogr. Joachim Schulte, M.A.
(Projektleitung)

Dipl.-Geogr. Rainer Schmidt-Illguth
(Niederlassungsleitung)

BBE Handelsberatung GmbH

Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Deutschland

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

© BBE Handelsberatung GmbH

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

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

Wissen schafft Zukunft.

Köln, im Januar 2015

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, Zielsetzung und methodische Vorgehensweise	4
1.1	Ausgangssituation und Zielsetzung.....	4
1.2	Methodische Vorgehensweise	4
2	Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel	7
2.1	Marktbedeutung des Betriebstyps Lebensmitteldiscounter.....	7
2.2	Abgrenzung von Lebensmitteldiscountern gegenüber anderen Betriebstypen	8
2.3	Flächenbedarf des Betriebstyps Lebensmitteldiscounter.....	10
2.4	Einordnung des Planvorhabens in die Marktsituation des Lebensmitteleinzelhandels	10
3	Standortseitige Aspekte	12
3.1	Makrostandort.....	12
3.2	Mikrostandort.....	14
4	Wettbewerbssituation.....	18
4.1	Projektrelevanter Wettbewerb in der Stadt Uslar	18
4.2	Zusammenfassende Bewertung der Wettbewerbssituation	19
5	Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftvolumen	23
6	Auswirkungsanalyse.....	25
6.1	Marktaberschöpfung und Umsatzleistung des Planvorhabens	25
6.2	Umsatzumverteilungseffekte	27
6.3	Auswirkungen des Planvorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnah Versorgung	30
6.4	Einordnung des Vorhabens in das Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen und das Regionale Raumordnungsprogramm für den Landkreis Northeim	33
7	Fazit	35
Anhang:	Definitionen der Lebensmittel-Vertriebsformen.....	37

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel	8
Abbildung 2: Durchschnittliche Artikelanzahl nach Betriebstyp	9
Abbildung 3: Lage der Stadt Uslar und zentralörtliche Gliederung	13
Abbildung 4: Fotos vom Untersuchungsobjekt und dessen Umfeldnutzungen.....	14
Abbildung 5: Mikrostandort.....	15
Abbildung 6: Fotos der Hauptwettbewerber in Streu- und Nebenlagen.....	19
Abbildung 7: Wettbewerbssituation in der Stadt Uslar	20
Abbildung 8: Hauptwettbewerber des Planvorhabens in Uslar nach Standortlagen	21
Abbildung 9: Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum.....	22
Abbildung 10: Umsatzerwartung des Planvorhabens	26
Abbildung 11: Marktanteile des Lebensmitteldiscountmarktes in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten nach der geplanten Erweiterung	27
Abbildung 12: Umsatzumverteilung des Planvorhabens.....	29

1 Ausgangssituation, Zielsetzung und methodische Vorgehensweise

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Die LIDL Vertriebs-GmbH & Co. KG, Edermünde plant, die Filiale auf dem Grundstück Wiesenstraße 29 in Uslar von heute etwa 994 m² auf etwa 1.250 m² Verkaufsfläche zu erweitern. Mit einer Verkaufsfläche von rd. 994 m² liegt die Betriebsgröße bereits vor der Erweiterung oberhalb der Schwelle zur Großflächigkeit.

Die Ausrichtung der im Bestandsobjekt und auch auf der projektierten Erweiterungsfläche vorgehaltenen Waren liegt primär bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Nach Auskunft der Fa. LIDL zielt die geplante Erweiterungsmaßnahme somit nicht auf eine Ausweitung des Angebotes an zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten ab. Zentrales Anliegen ist vielmehr, die Voraussetzungen für eine großzügigere Warenpräsentation, eine verbesserte Kundenführung und eine Optimierung der internen Logistikkabläufe zu schaffen. Zudem wird eine Abrundung des nahversorgungsrelevanten Kernsortiments erfolgen, wodurch der Discounter zukünftig noch besser die Grundversorgung gewährleisten kann. Das Planvorhaben und die damit verbundene Optimierung des Marktauftrittes sind zusammenfassend als bestandssichernde Maßnahmen zu bewerten, die der Stabilisierung der erreichten Marktposition dienen.

Der Filialstandort befindet sich im Geltungsbereich eines Bebauungsplanes, der ein Gewerbegebiet gemäß § 8 Baunutzungsverordnung (BauNVO) mit einer Verkaufsflächenobergrenze von 800 m² festsetzt. Die Überschreitung der auf 800 m² festgesetzten Verkaufsflächenobergrenze wurde im Jahre 2005 im Rahmen einer Befreiung gemäß § 31 Baugesetzbuch (BauGB) genehmigt.

Die erneute Erweiterung macht nunmehr die Änderung des Bebauungsplanes und die Ausweisung eines „Sondergebiets großflächiger Einzelhandel“ erforderlich. Im Rahmen des notwendigen Genehmigungsverfahrens ist hierbei der gutachterliche Nachweis zu erbringen, dass für den Fall der Erweiterung negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO ausgeschlossen werden können.

Die BBE Handelsberatung legt hiermit eine absatzwirtschaftliche Auswirkungsanalyse vor, die als Entscheidungsgrundlage in einem Genehmigungsverfahren nach § 11 Abs. 3 BauNVO Verwendung finden kann.

1.2 Methodische Vorgehensweise

Die Grundlage der Analyse bilden Recherchen des Gutachters in der Stadt Uslar und in den Nachbarkommunen. In Ergänzung erfolgt eine Aufbereitung von sekundärstatistischen Daten. Im Einzelnen werden folgende Erhebungen und Recherchen durchgeführt:

- Durchführung von Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung des Projektstandortes im Januar 2015,

- Erhebung relevanter Anbieter von nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Januar 2015. Hierzu gehören vor allem strukturprägende Lebensmittelmärkte im Untersuchungsgebiet,
- Umsatzschätzung für die erfassten Einzelhandelsbetriebe unter Berücksichtigung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern,
- Aufbereitung relevanter sekundärstatistischer Daten und Informationsquellen (u. a. Einzelhandelskonzepte der untersuchungsrelevanten Kommunen, soziodemografische Kennzahlen),
- Verwendung von aktuellen Datenmaterialien der BBE Marktforschung (z. B. gemeindebezogene Kaufkraftkennziffern und sortimentsspezifische Pro-Kopf-Ausgaben).

Die Untersuchung basiert in einem **ersten Arbeitsschritt** auf einer Markt- und Standortanalyse, die im Wesentlichen folgende Aspekte beleuchtet:

- Zeitdistanzen zwischen den Wohnstandorten im Einzugsbereich und den projektrelevanten Einzelhandelsstandorten,
- Einwohnerzahlen und einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Einzugsgebiet,
- Attraktivität der untersuchungsrelevanten Einkaufsziele im Untersuchungsgebiet ausgedrückt durch das Verkaufsflächenangebot, die Angebotsstruktur, den Marktauftritt und die Erreichbarkeit,
- Bereitschaft der Konsumenten zur „Raumüberwindung“ beim Einkauf bestimmter Warengruppen.¹

In einem **zweiten Arbeitsschritt** erfolgt eine Bewertung des Vorhabens in Bezug auf die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen. Den Bezugsmaßstab dieser Prüfung stellt § 11 Abs. 3 BauNVO dar.

Im Hinblick auf die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen ist der zu erwartende Planumsatz als maßgebliche Bewertungsgröße heranzuziehen, die Auslöser für Veränderungen von Kaufkraftströmen und in deren Folge für Auswirkungen auf bestehende Angebotsstrukturen sein kann.

Die Ermittlung der derzeitigen und der durch das Planvorhaben beeinflussten zukünftigen Kaufkraftbewegungen und damit der von Einzelhandelsvorhaben ausgehenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen werden auf Basis dieser Annahmen und in Anlehnung an eine wissenschaftliche Arbeit von Huff ("Defining and Estimating a Trading Area"²) für die jeweiligen projektrelevanten Warengruppen bzw. Betriebstypen die maximalen Umsatzleistungen prognostiziert.

¹ Während beispielsweise bei Artikeln des täglichen Bedarfes (v. a. Lebensmittel und Drogeriewaren) das Kriterium der räumlichen Nähe des Einkaufszieles gegenüber dem Kriterium der Attraktivität relativ wichtiger ist, dominiert bei Artikeln des mittel- und längerfristigen Bedarfes (u. a. Sportartikel oder Bekleidung / Schuhe) das Kriterium der (vermuteten) Attraktivität.

² In: Journal of Marketing, Vol. 28 (1964), No. 3, S. 34 - 38

Dabei werden folgende Faktoren berücksichtigt:

- Zeitdistanzen zwischen den Wohnortstandorten im Einzugsbereich und den projektrelevanten Einzelhandelsstandorten.
- Einwohnerzahlen im Untersuchungsgebiet.
- Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau der Kommunen im Untersuchungsgebiet.
- Attraktivität der überörtlich relevanten Einkaufsziele im Untersuchungsgebiet, ausgedrückt durch das Verkaufsflächenangebot, die Angebotsstruktur und die Erreichbarkeit.
- Bereitschaft der Konsumenten zur „Raumüberwindung“ beim Einkauf bestimmter Warengruppen: Während beispielsweise bei Artikeln des täglichen Bedarfs (v. a. Lebensmittel, Getränke) das Kriterium der räumlichen Nähe des Einkaufszieles gegenüber dem Kriterium der Attraktivität relativ wichtiger ist, dominiert bei Artikeln des längerfristigen oder gehobenen Bedarfs (z. B. Oberbekleidung, Schuhe, Elektrogeräte, Möbel) das Kriterium der (vermuteten) Attraktivität.

Die Prognoserechnung ermittelt für jeden der betrachteten Wohnortbereiche im Untersuchungsgebiet die Wahrscheinlichkeit, mit der ein Konsument die relevanten Einkaufsziele in seiner Umgebung aufsucht bzw. welche Verteilung seines „Budgets“ für die betrachteten Sortimente auf die verschiedenen Einkaufsorte zu erwarten ist. Je nach Entfernung der potenziellen Einkaufsorte zu seiner Wohnung und in Abhängigkeit von deren Attraktivität wird er möglicherweise an nur einem Standort einen Großteil seines Budgets ausgeben oder aber es auf mehrere Standorte aufteilen. Werden die einem Einkaufsstandort aus allen Wohnortbereichen potenziell zufließenden Budgetanteile zusammengezählt, ergibt sich der insgesamt dort zu erwartende Umsatz.

In einem zweiten Schritt wird der in der dargestellten Weise modellhaft abgebildeten Realität die Situation nach Veränderung der Angebotsstruktur durch Realisierung des Planvorhabens gegenübergestellt. Die sonstigen Rahmenbedingungen werden als unverändert betrachtet, um den Effekt der Wettbewerbseinflussung durch das Planvorhaben isoliert bewerten zu können. Selbstverständlich muss in der Realität im Laufe der Zeit auch mit Reaktionen der Marktteilnehmer und mit Änderungen sonstiger Rahmenbedingungen (Einwohnerzahlen, Kaufkraftniveau, Konsumentenverhalten, Bereitschaft zur Raumüberwindung etc.) gerechnet werden.

Bei Gegenüberstellung der Situation vor und nach Realisierung des Planvorhabens ergibt sich für jede Relation zwischen Wohnortbereichen (Kaufkraftherkunft) und Einkaufszielen (Kaufkraftbindung) eine Aussage zu möglichen Veränderungen. Je stärker ein neuer Wettbewerber Kaufkraft auf sich ziehen kann, die zuvor bestehenden Einkaufszielen zugeflossen ist, desto stärker sind Letztere absolut und relativ von der „Umverteilung“ betroffen.

Das eingesetzte Prognosemodell wurde bereits in zahlreichen Praxissituationen erprobt und verfeinert, so dass es zur Abschätzung der Auswirkungen von Einzelhandel auf die Kaufkraftbindung und die Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet geeignet erscheint.

2 Marktsituation im Lebensmitteleinzelhandel

Zur Einordnung des Vorhabens in einen übergeordneten Rahmen innerhalb der deutschen Handelslandschaft werden im Folgenden einige Entwicklungen und Trends im Lebensmitteleinzelhandel, speziell im Marktsegment „Lebensmitteldiscounter“, aufgezeigt.

Der Ausgabenanteil für Lebensmittel hat im Gegensatz zu anderen Bereichen des Handels in den letzten Jahren leicht zugenommen. Der Grund dafür liegt zum einen in Veränderungen der Nachfrage und steigenden Preisen, zum anderen in einer Diversifizierung des Angebotes. Nachfrageseitig haben beispielsweise verschiedene Lebensmittelskandale ein Umdenken in Gang gesetzt, die u. a. bei den Verbrauchern zu einer leicht gestiegenen Ausgabebereitschaft für qualitativ hochwertige Lebensmittel geführt haben. Insbesondere lässt sich dies am boomenden Absatz von Bio-Lebensmitteln ablesen, die inzwischen zum Sortiment aller Lebensmittelmärkte - vom Lebensmitteldiscounter bis zum Bio-Supermarkt - zählen.

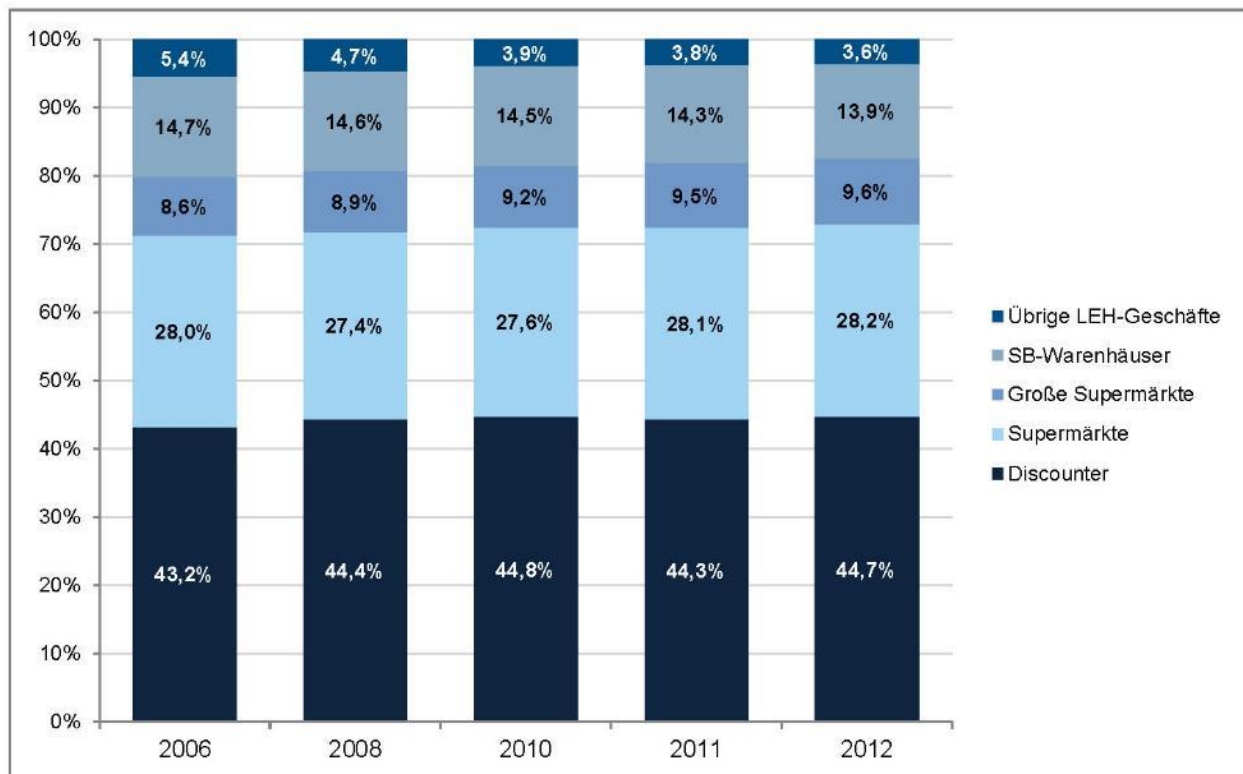
Von den Einzelhandelsausgaben der deutschen Verbraucher in Höhe von ca. 436 Mrd. € entfallen rd. 217 Mrd. € auf die Kernsortimente der Nahversorgung (Lebensmittel, Getränke, Drogeriewaren, Apothekenwaren, Blumen). Dies entspricht einem Anteil von knapp 50 % und dokumentiert die hohe Bedeutung dieses Marktsegmentes. Keine andere Branche weist eine so hohe Konzentration auf Handels- wie auch auf Lieferantenseite auf. Allerdings setzen die großen Betreiber von Supermärkten, die REWE-Group und EDEKA, zunehmend auf selbstständige Kaufleute, die mit ihrer lokalen Präsenz auf Besonderheiten des regionalen Marktes besser reagieren können.

Die Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel ist insgesamt durch eine starke Dynamik geprägt, wobei das Wachstum der Branche v. a. durch zunehmende Nachverdichtung, Flächenausweitungen und Diversifikation des Angebots generiert wird.

2.1 Marktbedeutung des Betriebstyps Lebensmitteldiscounter

Durch veränderte Verbraucherwünsche und eine hohe Preisorientierung der deutschen Kunden haben die Lebensmitteldiscounter in den letzten Jahren stark an Marktanteilen gewinnen können und sind heute mit einem Marktanteil von über 44 % der am stärksten präsente Betriebstyp des Lebensmittelhandels (vgl. Abb. 1).

Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im Lebensmittelhandel



Quelle: EHI, eigene Bearbeitung durch BBE Handelsberatung 2013

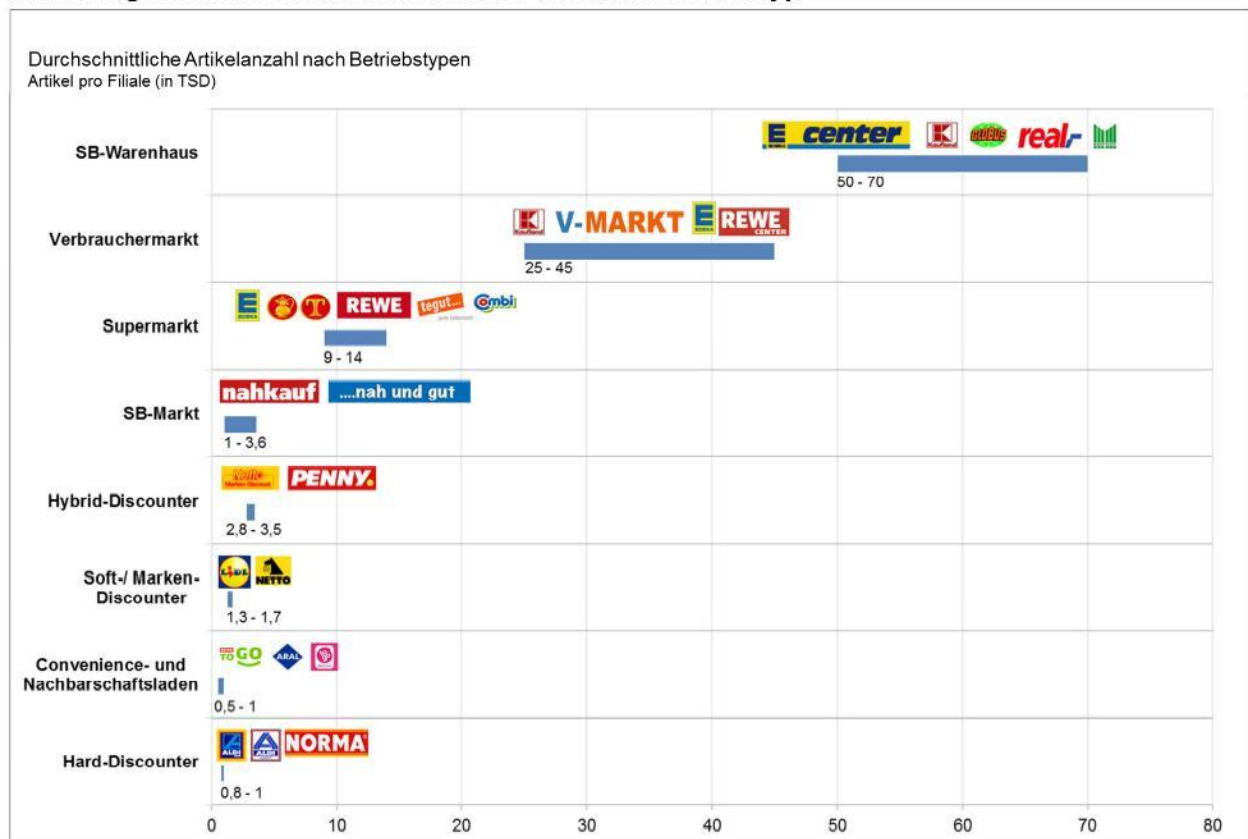
2.2 Abgrenzung von Lebensmitteldiscountern gegenüber anderen Betriebstypen

Anders als Supermärkte, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser stellen die Lebensmitteldiscounter keine Vollsortimenter dar. Auf einer Verkaufsfläche von i. d. R. 400 bis 1.300 m² bieten Lebensmitteldiscounter ein schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl an. Die Attraktivität der Lebensmitteldiscounter basiert auf einem preislichen Vorteil kombiniert mit einer überschaubaren Anzahl von Artikeln.

Dabei ist zwischen den Hard-Discountern und den Soft- bzw. Markendiscountern zu unterscheiden (vgl. Abbildung 2). Hard-Discounter führen etwa 800 – 1.000 verschiedene Artikel, wohingegen die Soft-Lebensmitteldiscounter mit bis zu 1.700 Artikeln annähernd die doppelte Artikelzahl anbieten. Der Schwerpunkt liegt bei beiden Lebensmitteldiscounterarten im Trockensortiment, das um Getränke (v. a. Einwegverpackung) ergänzt wird. Bedienstungen wie Frischetheken und andere Dienstleistungen sind in Lebensmitteldiscountern nicht vorzufinden, gleichwohl wird das Frischeangebot in Selbstbedienung (u. a. Obst & Gemüse, Backwaren, Frischfleisch) kontinuierlich ausgebaut. Charakteristisch für Lebensmitteldiscounter, insbesondere Hard-Discounter, ist der hohe Anteil an Eigenmarken, die sehr preiswert angeboten werden.

Die Soft- bzw. Markendiscounter verfolgen dabei das Discount-Konzept weniger strikt als die Hard-Discounter. Der Nonfood-Bereich, der sich neben festen Nonfood-Artikeln zu einem Großteil aus wöchentlich wechselnden Aktionsangeboten zusammensetzt, umfasst durchschnittlich einen Umsatzanteil von 9 % bis 13 %.

Abbildung 2: Durchschnittliche Artikelanzahl nach Betriebstyp



Quelle: BBE-Darstellung 2014

Die Lebensmitteldiscounter besitzen in der Regel einen einheitlichen Marktauftritt, so dass der Kunde in jedem Markt dasselbe Sortiment vorfindet. Abgeleitete Betriebsformen wie beispielsweise bei den Supermärkten (z. B. City-Supermarkt) haben sich bei den Lebensmitteldiscountern nicht entwickelt.

Eine Ausnahme bilden die Supermarkt-Discount-Hybriden (oder Hybrid-Discounter), zu denen in Deutschland u. a. Netto zählt. Netto positioniert sich hinsichtlich der Artikelzahl aber auch der Bedienform und des Getränkesortiments zwischen Supermarkt und Lebensmitteldiscouter.

In der Praxis versorgt sich der Verbraucher nicht nur bei einer, sondern bei durchschnittlich 4,25 Betriebsformen. Idealtypischer Weise wird der Grundbedarf beim Lebensmitteldiscouter eingekauft, die Produkte, die dort nicht erhältlich sind oder die man dort nicht kaufen möchte, werden bei ergänzenden Wettbewerbern nachgefragt.

2.3 Flächenbedarf des Betriebstyps Lebensmitteldiscounter

Die Verkaufsflächen der Lebensmitteldiscounter steigen seit Jahren kontinuierlich an. Die Ursache für den gestiegenen Flächenbedarf bei Lebensmitteldiscountern ist vor allem in der Prozessoptimierung zu sehen:

- Die Angebotsdiversifizierung und ansprechende Präsentation insbesondere von Frische-Produkten (Obst, Gemüse), Backwaren und Bio-Lebensmitteln hat neben einer qualitativen Aufwertung des Marktauftritts regelmäßig auch einen höheren Flächenbedarf zur Folge.
- Großzügigere Verkehrsflächen, insbesondere größere Gangbreiten, tragen zu einer effizienteren Bestückung des Ladens und zur Vereinfachung von (logistischen) Betriebsabläufen bei.
- Großzügigere Warenpräsentation und niedrigere Regalhöhen erleichtern vor allem den älteren Kunden (u. a. auch mit Blick auf den demographischen Wandel) den Wareneingang.

Größere Flächen führen dabei jedoch nicht in gleichem Umfang zu Mehrumsätzen, sondern regelmäßig zu einer abnehmenden Flächenleistung.

Fazit zu Entwicklungen und Trends in der Lebensmittelbranche:

-
- Verkaufsfläche steigt bei Supermärkten und Lebensmitteldiscountern
 - Lebensmitteldiscounter sind der am stärksten verbreitete Betriebstyp des Lebensmitteleinzelhandels
 - Nach hohen Zugewinnen in den 1990er Jahren ist der Marktanteil der Discountmärkte inzwischen relativ stabil
 - Discounter gewährleisten die Grundversorgung, wobei kontinuierlich eine größere Angebotstiefe im nahversorgungsrelevanten Angebot realisiert wird
-

2.4 Einordnung des Planvorhabens in die Marktsituation des Lebensmitteleinzelhandels

Ordnet man den zu erweiternden LIDL-Markt am Standort Uslar, Wiesenstraße 29, in die aufgezeigten Vertriebskonzepte im Lebensmitteleinzelhandel sowie die aktuellen Marktentwicklungen im Nahrungs- und Genussmittelsektor ein, so ist Folgendes festzuhalten:

- Per Definition ist der für eine Erweiterung vorgesehene LIDL-Markt dem Betriebstyp „Lebensmitteldiscounter“ zuzuordnen.
- Im Discountsegment werden für Neubauten mittlerweile Verkaufsflächen zwischen 800 und 1.300 m² seitens der Betreiber als marktgerecht angesehen, wobei Verkaufsflächengrößen von rd. 800 m² und weniger immer seltener realisiert werden. Die Fa. LIDL beabsichtigt in diesem Fall ei-

ne Verkaufsfläche von rd. 1.250 m², die somit im Hinblick auf ihre Dimensionierung in der Größenordnung moderner Lebensmitteldiscounter rangiert.

- Mit der Erweiterung des LIDL-Marktes geht keine Änderung des Sortiments einher, vielmehr wird die Maßnahme der Verbesserung der innerbetrieblichen Abläufe und der kundenfreundlichen Warenpräsentation dienen.
- Die Flächenvergrößerung dient zudem der Sortimentsabrundung, jedoch nicht der Sortimentserweiterung. So nehmen die Frischeartikel (Obst und Gemüse, Backwaren und Fleisch- und Wurstwaren) im Sortimentsangebot der Discounter eine wesentlich größere Bedeutung ein als noch vor Jahren. Die Warenpräsentation und die Angebotstiefe in diesen Sortimenten werden ausgebaut, so dass größere Flächen gleichermaßen für das Bake-Off (Zubereitung von frischen Backwaren) als auch für die Präsentation von verpackten Frischlebensmitteln wie Obst und Gemüse sowie Frischfleisch und –fisch benötigt werden.
- Auch im Bereich der Tiefkühlartikel und im Drogerieangebot sind Sortimentsergänzungen festzustellen, die sich auf den Flächenbedarf auswirken. Dagegen bleiben die Flächen für die wöchentlich wechselnden Aktionswaren nahezu unverändert, da die Lebensmitteldiscounter angesichts der weiter zunehmenden Diversifizierung im Bereich der Nonfood-Fachmärkte keine weiteren Steigerungen der Marktanteile mehr durchsetzen können.
- Im Fazit führt die Flächenexpansion der LIDL-Filialen mit einer kontinuierlichen Vergrößerung der Angebotstiefe im nahversorgungsrelevanten Angebot dazu, dass die Discounter immer mehr die Grundversorgung gewährleisten. Hierbei übernehmen die Discountmärkte nicht mehr nur die „preisorientierte“ Versorgung im Trockensortiment, sondern decken einen deutlich umfassenderen Teil der Nachfrage im Bereich der wohnungsnahen Grundversorgung ab.

3 Standortseitige Aspekte

3.1 Makrostandort

Lage und Siedlungsstruktur

Die kreisangehörige Stadt Uslar liegt im Landkreis Northeim in Niedersachsen. Uslar grenzt im Osten an die Städte Moringen und Hardegsen (beide Landkreis Northeim) und Adelebsen, im Süden an Münden (beide Landkreis Göttingen), im Westen an die Gemeinden Oberweser und Wahlsburg (beide Landkreis Kassel) sowie im Norden an das direkt dem Landkreis Northeim unterstellte gemeindefreie Gebiet Solling. Dadurch grenzt Uslar indirekt an den Flecken Bodenfelde, die Stadt Dassel (beide Landkreis Northeim), die Stadt Bad Karlshafen (Landkreis Kassel), die Stadt Beverungen (Kreis Höxter), die Samtgemeinde Boffzen, die Stadt Holzminden sowie die Gemeinde Stadtoldendorf (alle Landkreis Holzmin-den).

Gemäß Regionalem Raumordnungsprogramm (RROP) für den Landkreis Northeim ist die Stadt Uslar als Mittelzentrum eingestuft mit der Aufgabe, die Versorgung der eigenen Wohnbevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des Grundbedarfs sowie des gehobenen und auch des spezialisierten Bedarfs sicher-zustellen.

Bevölkerungsdaten

Uslar verfügt über 14.422 Einwohner (Quelle: Stadt Uslar, Stand: 31.12.2014), die sich auf insgesamt 19 Ortsteile verteilen (Ahlbershausen, Allershausen, Bollensen, Delliehausen, Dinkelhausen, Eschershau-sen, Fürstenhagen, Gierswalde, Kammerborn, Offensen, Schlarpe, Schönhagen, Schöningen, Sohlingen, Uslar, Vahle, Verliehausen, Volpriehausen, Wiensen).

Die Kernstadt besitzt keine innere Gliederung. Eine Besonderheit stellt der Ortsteil Fürstenhagen im Sü-den von Uslar dar. Dieser liegt größtenteils im Bundesland Hessen.

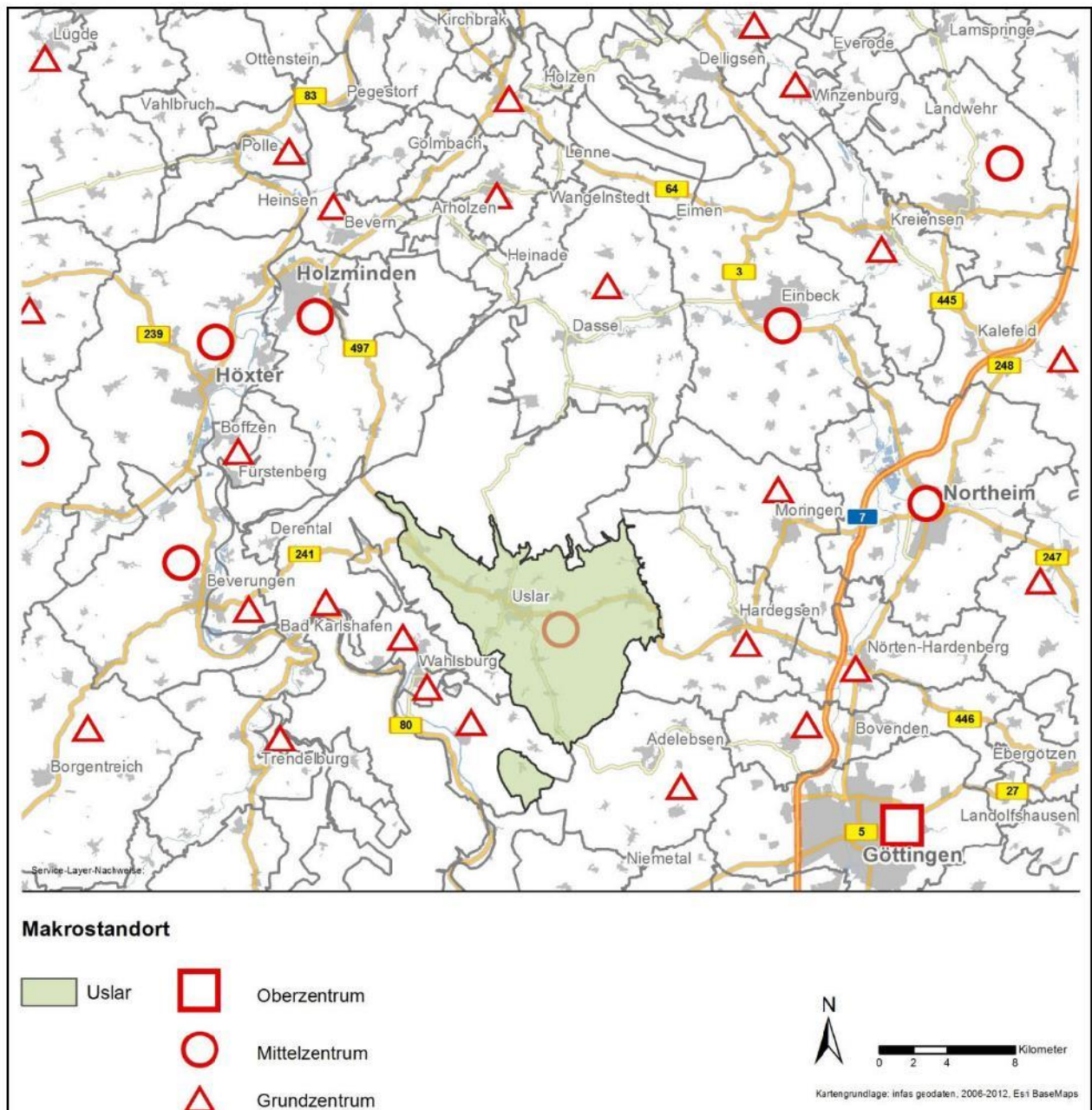
Erreichbarkeit und Verkehr

Die verkehrliche Erreichbarkeit der Stadt Uslar wird auf regionaler Ebene durch die Bundesstraße B 241 gewährleistet. Diese verläuft durch das Stadtgebiet und verbindet die Stadt mit der Bundesautobahn A 7 im Osten (Hamburg – Hannover – Göttingen) sowie der Bundesautobahn A 44 (Dortmund – Kassel) im Westen.

Eckdaten zur Einzelhandelsstruktur

Die Einzelhandelszentralität stellt das Verhältnis von einzelhandelsrelevanter Kaufkraft vor Ort und getä-tigten Umsätzen vor Ort dar. Eine Zentralität über 100 bedeutet, dass die Stadt per Saldo von Kaufkraft-zuflüssen profitiert, bei einer Zentralität von genau 100 halten sich Zu- und Abflüsse die Waage. Die Stadt Uslar weist eine Einzelhandelszentralität von 84,0 auf, so dass in der Stadt Uslar Kaufkraftabflüsse in die umliegenden Kommunen vorliegen. Das Kaufkraftniveau in Uslar liegt aktuell bei 94,6 und somit unter dem Bundesdurchschnitt.

Abbildung 3: Lage der Stadt Uslar und zentralörtliche Gliederung



Quelle: eigene Darstellung

3.2 Mikrostandort

Lage des Projektgrundstücks und Nutzungsumfeld

Die zu betrachtende LIDL-Filiale befindet sich auf dem Grundstück Wiesenstraße 29 in der Kernstadt Uslar. Dem Untersuchungsobjekt sind aktuell 110 eigene Pkw-Stellplätze zugeordnet. Im Rahmen der Projektrealisierung würde sich die Stellplatzzahl auf 101 reduzieren.

Das Standortumfeld wird durch (großflächige) Einzelhandelsbetriebe geprägt, die zusammen mit dem Planvorhaben als zusammenhängende Einzelhandelsagglomeration wahrgenommen werden. So befinden sich nördlich der Wiesenstraße im unmittelbaren Standortumfeld und in Sichtbeziehung zum Planvorhaben insbesondere ein großer REWE-Supermarkt mit Getränkemarkt, ein ALDI-Discountmarkt, ein Hagebaumarkt und ein Dänisches Bettenlager. Insgesamt handelt es sich bei dem Standortbereich bereits um einen eingeführten Standort des großflächigen Einzelhandels, der auch wichtige Nahversorgungsfunktionen übernimmt.

Darüber hinaus wird das Standortumfeld durch Gewerbe und Wohnbebauung geprägt.

Abbildung 4: Fotos vom Untersuchungsobjekt und dessen Umfeldnutzungen



Quelle: Eigene Fotos

Abbildung 5: Mikrostandort



Quelle: eigene Darstellung

Verkehrliche Situation des Planstandortes

Verkehrlich wird das Projektareal über die Wiesenstraße erschlossen, die eine direkte Nebenstraße zur Bundesstraße B 241 darstellt. Die Abfahrt von der Bundesstraße wird in rd. 300 Metern nördlich des Planstandortes durch einen Kreisverkehr geregelt.

An den ÖPNV ist das Areal über dem Bushaltepunkt „Wiesenstraße“ (Linien 212, 213, 214) in südlicher Richtung in fußläufiger Entfernung angebunden. Die (fußläufige) Anbindung ist durch straßenbegleitende Fußgängerwege gesichert.

Funktionale Lage des Planstandortes und Einordnung in das Regionale Einzelhandelskonzept Südniedersachsen

Der LIDL-Filialstandort an der Wiesenstraße 29 befindet sich außerhalb eines abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs. Dabei ist darauf hinzuweisen, dass die Stadt Uslar über keinen kartographisch abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich verfügt. So wird zwar im Regionalen Einzelhandelskonzept Südniedersachsen aus dem Jahr 2004 die Innenstadt von Uslar erwähnt, jedoch nicht weiter konkretisiert. Unter Berücksichtigung u. a. der verdichteten Bebauung und charakteristischen baulichen Ausprägung, der vergleichsweise hohen Nutzungsdichte und Vielfalt im Geschäfts- und Dienstleistungsbesatz, der Mischung der zentralörtlich bedeutsam öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen in einem fußläufig erlebbaren Bereich lässt sich für die Stadt Uslar die Lange Straße mit den angrenzenden Bereichen zwischen Graffplatz im Westen und Martinstraße im Osten sowie die Kurze Straße als Innenstadt bzw. Stadtmitte identifizieren.

Die Innenstadt bzw. Stadtmitte der Stadt Uslar befindet sich in rd. 700 Metern Entfernung westlich des Planvorhabens. Aufgrund dieser Entfernung und aufgrund einer fehlenden räumlich-funktionalen Verknüpfung bzw. Sichtbeziehung zum Planstandort ist davon auszugehen, dass im Rahmen des fußläufigen Einkaufs nur sehr eingeschränkte Austauschbeziehungen zwischen dem zentralen Versorgungsbereich und dem Untersuchungsstandort vorliegen.

Das Regionale Einzelhandelskonzept Südniedersachsen aus dem Jahr 2004 dient als Grundlage für die städtebauliche Steuerung und baurechtliche Genehmigung von Ansiedlungs- und Erweiterungsanfragen im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel. Gemäß Regionalem Einzelhandelskonzept Südniedersachsen genießen integrierte Standorte bei der Standortwahl für neue Vorhaben Vorrang vor der Entwicklung von Siedlungsrandlagen. Ausnahmen sollen möglich sein, wenn kein geeigneter Alternativstandort in integrierter Lage verfügbar ist, keine wesentlichen negativen Auswirkungen auf eine funktionsfähige stabile Angebotsstruktur in integrierter Lage zu erwarten sind und wenn die Randlage für wesentliche Teile der nicht-motorisierten Wohnbevölkerung noch erreichbar ist.

Im Hinblick auf das Planvorhaben ist festzuhalten, dass die Betriebsgröße mit einer Verkaufsfläche von rd. 994 m² bereits vor der Erweiterung oberhalb der Schwelle zur Großflächigkeit liegt und die geplanten Sortimente überwiegend als nahversorgungsrelevant zu klassifizieren sind. Es handelt sich somit bereits um einen etablierten Standort der Nahversorgung in der Stadt Uslar, der trotz seiner Lage außerhalb der Stadtmitte zusammen mit den im unmittelbaren Standortumfeld ansässigen Lebensmittelmärkten (v. a. REWE und ALDI) wichtige (Nah-) Versorgungsfunktionen für die Bevölkerung in Uslar übernimmt.

Eine Verlagerung in den nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereich (Innenstadt bzw. Stadtmitte der Stadt Uslar) wäre aufgrund der gegebenen baulichen Struktur nicht möglich und auch nicht zielführend.

Zudem ist darauf hinzuweisen, dass die für den LIDL-Markt geplante Verkaufsflächenerweiterung vor dem Hintergrund der Flächenentwicklung im deutschen Lebensmitteleinzelhandel als standortsichernde Maßnahme zu bewerten ist.

Planungsrechtliche Situation

Der Filialstandort befindet sich im Geltungsbereich eines Bebauungsplanes, der ein Gewerbegebiet gemäß § 8 Baunutzungsverordnung (BauNVO) mit einer Verkaufsflächenobergrenze von 800 m² festsetzt. Die Überschreitung der auf 800 m² festgesetzten Verkaufsflächenobergrenze wurde im Jahre 2005 im Rahmen einer Befreiung gemäß § 31 Baugesetzbuch (BauGB) genehmigt.

Die erneute Erweiterung macht nunmehr die Änderung des Bebauungsplanes und die Ausweisung eines „Sondergebiets großflächiger Einzelhandel“ erforderlich. Im Rahmen des notwendigen Genehmigungsverfahrens wird der gutachterliche Nachweis erforderlich, dass für den Fall der Erweiterung negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO ausgeschlossen werden.

4 Wettbewerbssituation

Um Aussagen über die wettbewerblichen Rahmenbedingungen sowie mögliche durch die geplante Erweiterung des Lebensmitteldiscountmarktes der Fa. LIDL in Uslar auf dem Grundstück Wiesenstraße 29 hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen treffen zu können, ist eine Betrachtung der Angebotsstrukturen im Umfeld des Planstandortes notwendig.

Hierbei ist zu beachten, dass die Wettbewerbssituation im Wesentlichen durch größere Lebensmittelmärkte im (näherem) Standortumfeld, d. h. insbesondere in der Stadt Uslar geprägt wird, während nur eingeschränkte Sortimentsüberschneidungen mit dem überwiegend kleinteiligen Fachhandel gegeben sind. Vor diesem Hintergrund wurden insbesondere die strukturprägenden Lebensmittelmärkte differenziert nach Standorten und Verkaufsflächen erhoben.

Vor diesem Hintergrund wurden alle untersuchungsrelevanten strukturprägenden Lebensmittelmärkte differenziert nach Standort und Verkaufsfläche erhoben.

4.1 Projektrelevanter Wettbewerb in der Stadt Uslar

Im unmittelbaren Standortumfeld des Planvorhabens sind mit einem großen REWE-Supermarkt und einem ALDI-Lebensmitteldiscountmarkt die zwei wichtigsten Hauptwettbewerber des Planvorhabens ansässig, die neben weiteren Einzelhandelsbetrieben einen Standortverbund mit dem zu betrachtenden LIDL-Markt bilden (vgl. Abbildung 4). Beim großen REWE-Supermarkt (rd. 2.000 m² Verkaufsfläche) handelt es sich um einen modernen Anbieter mit einer Bäckerei als Konzessionär. Auch der ALDI-Lebensmitteldiscountmarkt ist als moderner Lebensmittelmarkt zu bewerten. Der Discountmarkt soll von derzeit rd. 800 m² zeitnah auf 1.200 m² Verkaufsfläche erweitert werden. Neben diesen drei Lebensmittelmärkten LIDL, REWE und ALDI sind ein REWE-Getränkemarkt, ein Dänisches Bettenlager, ein Hagebaumarkt und die Bäckerei Beckmann als weitere Einzelhandelsbetriebe im unmittelbaren Standortumfeld ansässig.

Westlich des Erweiterungsvorhabens befinden sich in rd. 800 Metern bzw. 2,5 Kilometern Entfernung zwei weitere Lebensmittelmärkte, die ebenfalls als Wettbewerber des LIDL-Marktes zu bewerten sind:

- REWE (Supermarkt), Stiftstraße 12, rd. 1.500 m² Verkaufsfläche, Bäcker als Konzessionär, siedlungsintegrierte Lage, leistungsstarker Lebensmittelmarkt mit durchschnittlichem Marktauftritt und ausreichendem Pkw-Stellplatzangebot.
- NETTO (Lebensmitteldiscountmarkt), Kurt-Schumacher-Straße 1, rd. 800 m² Verkaufsfläche, Bäcker als Konzessionär, Standortgemeinschaft mit Takko und K + K Schuh-Center, räumliche Nähe zu Möbel Wehe, Siedlungsrandlage, moderner und leistungsstarker Lebensmittelmarkt mit großzügigem Pkw-Stellplatzangebot.

Abbildung 6: Fotos der Hauptwettbewerber in Streu- und Nebenlagen



Quelle: Eigene Fotos

Die strukturprägenden Lebensmittelmärkte der Stadt Uslar konzentrieren sich demnach ausschließlich auf den Kernort Uslar, wobei sich die Märkte alle außerhalb der Innenstadt bzw. der Stadtmitte von Uslar befinden.

Somit ist in der Innenstadt von Uslar kein Lebensmittelmarkt ansässig. Das projektrelevante Einzelhandelsangebot im Lebensmittelbereich konzentriert sich innerhalb der Uslarer Innenstadt auf eine geringere Zahl kleiner Anbieter des Lebensmittelhandwerks (Bäckerei Huhle, Café Lücke, Fleischerei Hartwiger + Petersen, Fleischerei Kraft) und Spezialanbieter (Tutti Fruitti, Arko). Ergänzt wird das zentrumsbezogene projektrelevante Angebot im Bereich Drogerie / Parfümerie um einen Drogeriemarkt (Rossmann), der als wichtiger Frequenzbringer für den historischen Innenstadtbereich fungiert, und eine Parfümerie (Weber Parfümerien).

4.2 Zusammenfassende Bewertung der Wettbewerbssituation

Wettbewerber des Planvorhabens sind insbesondere die im Standortumfeld angesiedelten größeren Lebensmittelmärkte – insbesondere die hier ansässigen Lebensmitteldiscountmärkte. Diese Hauptwettbewerber befinden sich alle außerhalb der Innenstadt bzw. Stadtmitte von Uslar. Weiterhin ist auf mehrere Anbieter des Lebensmittelhandwerks und Spezialanbieter hinzuweisen, die insbesondere innerhalb der Innenstadt bzw. Stadtmitte von Uslar ansässig sind. Da die Anbieter des Lebensmittelhandwerks und die Spezialanbieter jedoch jeweils nur über eine geringe Verkaufsfläche (unter 200 m²) verfügen bzw. nur Ausschnitte des Lebensmittelsortiments führen, sind sie nur nachrangig als Wettbewerber einzustufen.

Abbildung 7: Wettbewerbssituation in der Stadt Uslar



Quelle: BBE-Darstellung 2015

Die folgende Abbildung fasst die Umsatzleistungen der für das Planvorhaben primär wettbewerbsrelevanten Nahversorgungsanbieter in der Stadt Uslar zusammen:

Abbildung 8: Hauptwettbewerber des Planvorhabens in Uslar nach Standortlagen

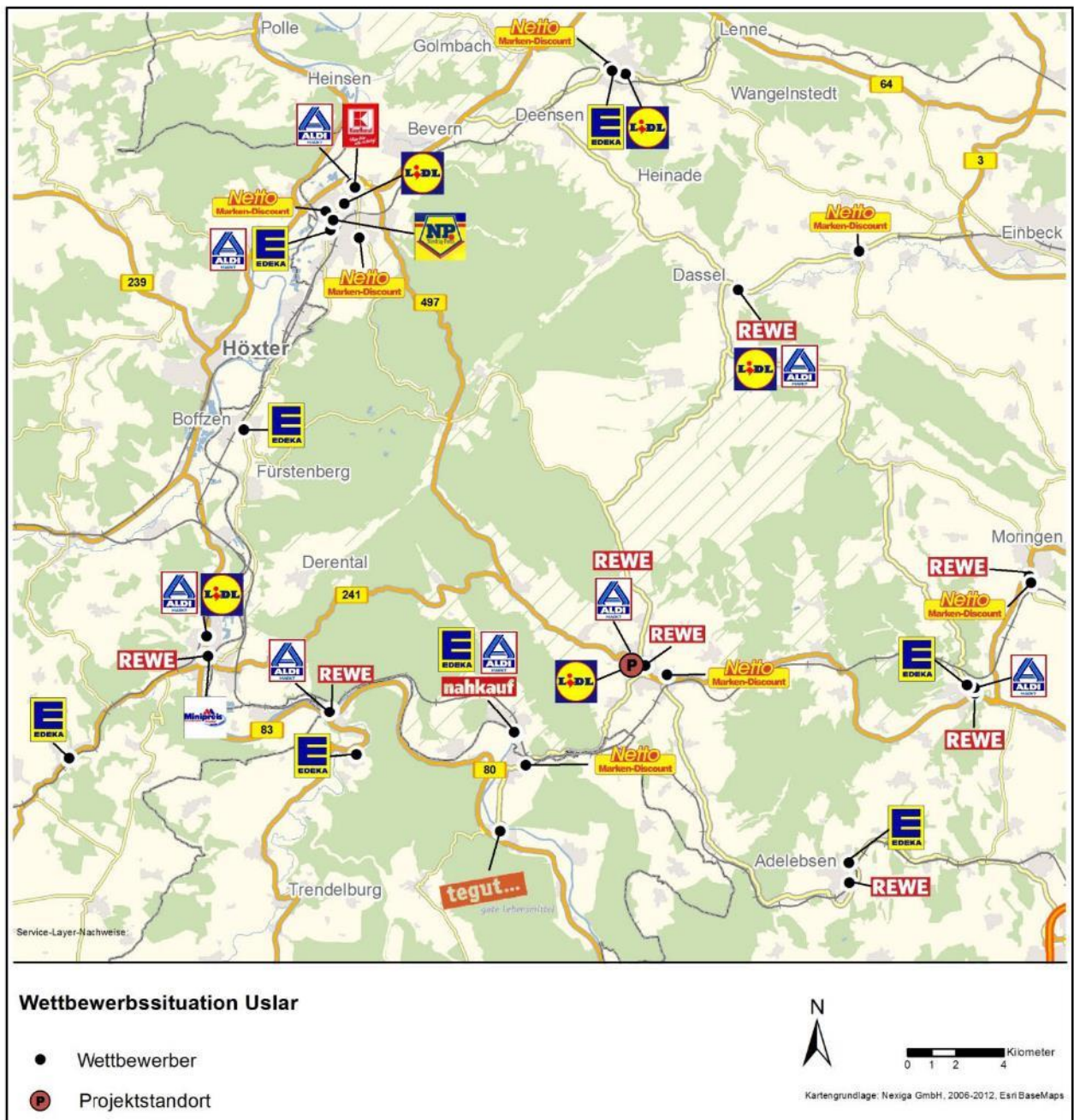
Standort	nahversorgungsrelevanter Umsatz (in Mio. €)
Agglomerationsstandort Wiesenstraße*	15,4
Innenstadt bzw. in der Stadtmitte von Uslar	4,2
Streu- und Nebenlagen	8,6
Summe	28,2

* ohne LIDL-Lebensmitteldiscountmarkt, der am Standort Uslar, Wiesenstraße 29, erweitern möchte
Quelle: Eigene Erhebung, Darstellung und Berechnung

In der Kernstadt Uslar zeigt sich eine umfassende Nahversorgungsausstattung, die sich auf den Agglomerationsstandort Wiesenstraße (LIDL, REWE, ALDI) und Streu- und Nebenlagen (REWE und NETTO) konzentriert.

Die projektrelevante Angebotssituation in den Nachbargemeinden stellt sich so dar, dass die Nachbargemeinden zumeist über adäquate Nahversorgungsstrukturen mit größeren Lebensmittelmärkten verfügen, so dass von dort aus keine größere Kundenorientierung in Richtung Uslar und somit keine nennenswerten Wettbewerbsverflechtungen im Bereich der Nahversorgung zu erwarten sind (vgl. Abbildung 9).

Abbildung 9: Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum



Quelle: BBE-Darstellung 2015

5 Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftvolumen

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

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

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung in den geplanten Sortimentsbereichen,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,³
- die projektrelevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Anbieter im Standortumfeld,
- die Attraktivität des Projektvorhabens, die u. a. durch die Dimensionierung, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad der Betreiber bestimmt wird,
- die Qualität des Projektstandortes, die u. a. aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten sowie aus vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen ausgehend von z. B. topographischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten,
- traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung,
- die zentralörtliche Funktion der Stadt.

Vor allem aufgrund der bestehenden Wettbewerbsstrukturen, der Lage des Planvorhabens, des größeren Bevölkerungspotenzials im direkten Standortumfeld und der (Nah-) Versorgungsfunktion des zu betrachtenden LIDL-Lebensmitteldiscountmarktes ist von einem Einzugsgebiet auszugehen, welches sich im Wesentlichen auf das Stadtgebiet von Uslar beschränkt. Das Einzugsgebiet weist somit ein **Bevölkerungspotenzial von 14.422 Einwohnern** (Quelle: Stadt Uslar, Stand: 31.12.2014) auf.

Insbesondere aufgrund der Verbindung zu den sonstigen Einzelhandelsnutzungen im Standortumfeld (v. a. Hagebaumarkt, REWE, ALDI) ist für das Planvorhaben zudem von einem Umsatzzufluss von außerhalb des Einzugsgebietes auszugehen. Somit ist zu erwarten, dass Kunden, welche auch von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes, d. h. von außerhalb der Stadt Uslar stammen, ebenfalls zum Teil das Planvorhaben aufsuchen werden. Diese Agglomerations- bzw. Kopplungseffekte sind im Folgen-

³ Mit zunehmender Häufigkeit der Bedarfsdeckung und abnehmendem spezifischen Wert des nachgefragten Gutes nimmt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand ab. Demzufolge sind bei einem Angebot der Grundversorgung die Aktionsradien räumlich enger als bei Angeboten des längerfristigen Bedarfsbereichs (z. B. Möbelsortiment).

den bei der Prognose der Marktaberschöpfung und der Umsatzleistung des Planvorhabens als sog. „diffuse Umsatzzuflüsse“ zu berücksichtigen.

Mit einer Ausdehnung des Einzugsgebietes wird infolge der Neuaufstellung des LIDL-Marktes von Seiten der Gutachter nicht gerechnet. Somit wird auch der erweiterte Lebensmitteldiscounter vornehmlich (Nah-) Versorgungsfunktion für die Bevölkerung in der Stadt Uslar übernehmen, so dass der zu untersuchende Anbieter auch nach der Erweiterung keinen bedeutsamen Marktanteil an der Kaufkraft der Nachbarkommunen erlangen kann. Hierfür sprechen mehrere Gründe:

- Die Neuaufstellung führt zu keiner Veränderung der standortseitigen Rahmenbedingungen, da Faktoren wie z. B. die verkehrliche Erreichbarkeit und die Agglomerationseffekte unverändert bleiben.
- Die Vergrößerung der Verkaufsfläche dient nicht der Aufnahme neuer Sortimente, sondern primär der verbesserten Warenpräsentation und der Vereinfachung der logistischen Abläufe.
- Die LIDL-Filiale wird in Bezug auf ihr Sortiment somit künftig die gleichen Funktionen wie heute ausüben. Neue Warengruppen, die unter Umständen einen Einfluss auf das Einzugsgebiet ausüben könnten, werden nicht in das Angebot aufgenommen.
- Die Größenordnung der Erweiterung um rd. 256 m² Verkaufsfläche wird bei unveränderter Sortimentsausrichtung somit nicht dazu geeignet sein, die nach außen gerichtete Kundenansprache gravierend zu verändern.

Das vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag von ca. 2.575 € für nahversorgungsrelevante Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren), gewichtet mit der sortiments-spezifischen Kaufkraftkennziffer (BBE!MB-Research).

Die Höhe der Kaufkraftkennziffer wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer gibt unabhängig von der Gemeindegröße das verfügbare Netto-Einkommen pro Einwohner im Verhältnis zum Gesamt-Einkommen in Deutschland an, das für die Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht. Die sortiments-spezifische Kaufkraftkennziffer von Uslar liegt bei 94,6 und somit unter dem Bundesdurchschnitt (= 100,0).

Unter Berücksichtigung der erläuterten Parameter steht den Einwohnern im Marktgebiet für die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren ein **Kaufkraftvolumen in Höhe von rd. 35,1 Mio. €** im Jahr zur Verfügung.

6 Auswirkungsanalyse

6.1 Marktaberschöpfung und Umsatzleistung des Planvorhabens

Aufbauend auf der Wettbewerbs- und Nachfragesituation ist eine Umsatzprognose für das Planvorhaben vorzunehmen. Die Berechnung erfolgt unter Heranziehung der zu erwartenden Anteile vom Kaukraftpotenzial (= Abschöpfungsquote), die das Vorhaben im Einzugsgebiet binden kann. Wesentliche Rahmenbedingungen sind dabei die Marktbedeutung der projektierten Betriebsform (Lebensmitteldiscountmarkt), die Größe des Vorhabens (rd. 1.250 m² Verkaufsfläche) und damit die Ausstrahlungskraft sowie die Erreichbarkeit des Vorhabenstandortes.

Laut sekundärstatistischen Daten beträgt der durchschnittliche Umsatz einer LIDL-Filiale in Deutschland rd. 5,7 Mio. €. ⁴ Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass dieser Durchschnittswert starke Schwankungen überdeckt, die aus der Wettbewerbssituation, dem Nachfragepotenzial und der konkreten Standortsituation resultieren.

Die BBE-Gutachter gehen davon aus, dass der bestehende LIDL-Markt in Uslar mit rd. 994 m² Verkaufsfläche unter Berücksichtigung der Standortqualität, der Angebotssituation sowie des im Einzugsgebiet vorhandenen Bevölkerungspotenzials eine im Filialnetz durchschnittliche Umsatzleistung erzielt. Der Umsatz der bestehenden LIDL-Filiale dürfte sich somit gegenwärtig in einer Größenordnung von rd. 5,8 Mio. € pro Jahr bewegen. Auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) entfallen hiervon rd. 4,9 Mio. € und auf Nonfood-Sortimente rd. 0,9 Mio. €. Bei den Nonfood-Sortimenten handelt es sich vornehmlich um die wöchentlich wechselnden Aktionswaren.

Da die **Aktionsware eines Lebensmitteldiscountmarktes** häufig wechselt, sind Zuordnungen der Fläche und Umsätze auf einzelne Warengruppen nur bedingt möglich. Grundsätzlich ist festzustellen, dass das Aktionswarenpogramm sämtliche Warengruppen des Einzelhandels umfasst, wobei insbesondere folgende Sortimentsbereiche regelmäßig im Angebot zu finden sind:

- Bekleidung / Textilien
- Schuhe / Lederwaren
- Papier / Schreibwaren / Bücher
- Haushaltswaren
- Spielwaren und Sportartikel
- Elektrogeräte und Unterhaltungselektronik
- Heimwerker- / Gartenbedarf.

⁴ Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report – Germany 2014/ 2015

Nach Berechnungen auf Basis von Branchenveröffentlichungen und Ergebnissen der BBE-Marktforschung stellt das Textilsortiment unter den Nonfood-Artikeln von Lebensmitteldiscountmärkten das umsatzstärkste Teilsortiment dar. Im Durchschnitt über alle Discountmärkte entfallen rd. 6,0 % des Gesamtumsatzes auf das Textilsortiment. An zweiter Stelle folgt mit rd. 3,5 % des Umsatzes das Segment (Unterhaltungs-) Elektronik. Für die sonstigen Nonfood-Sortimente liegen die durchschnittlichen Umsatzanteile bei rd. 0,5 - 1,0 %. Eine tiefer gehende Flächen- bzw. Sortimentsdifferenzierung ist darüber hinaus nicht möglich. Vor diesem Hintergrund werden in der weiteren Untersuchung ausschließlich die nahversorgungsrelevanten Sortimente einer genaueren Betrachtung unterzogen.

Infolge der geplanten Verkaufsflächenerweiterung ist von einem Umsatzzuwachs auszugehen, da mit der Erweiterung auch eine Attraktivitätssteigerung einhergehen wird. Dies ist aufgrund der Flächenerweiterung zu unterstellen, obwohl wesentliche Standortfaktoren wie Verkehrslage, ansprechbare Bevölkerung im Einzugsgebiet, Einsehbarkeit und Fernwirkung von dem angestrebten Erweiterungsvorhaben unverändert bleiben. Im Rahmen einer „Worst-Case-Betrachtung“ wird im Folgenden deshalb angenommen, dass sich der Umsatz proportional mit der Verkaufsflächenerweiterung ausdehnt.

Vor diesem Hintergrund kann aus Sicht der Gutachter im Erweiterungsfall von derzeit rd. 994 m² auf rd. 1.250 m² Verkaufsfläche von einer Umsatzsteigerung um max. 1,6 Mio. € von heute rd. 5,8 auf künftig max. 7,4 Mio. € p. a. ausgegangen werden. Hiervon entfallen rd. 6,2 Mio. € auf das Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren.

Der gewählte Untersuchungsansatz eines steigenden Umsatzes ist damit als „Worst-Case-Betrachtung“ anzusehen. Denn mit einem Gesamtumsatz von künftig max. 7,4 Mio. € p. a. würde der Umsatz der erweiterten LIDL-Filiale am Standort Wiesenstraße in Uslar somit deutlich über dem Durchschnittsumsatz einer LIDL-Filiale von rd. 5,7 Mio. € liegen.

Abbildung 10: Umsatzerwartung des Planvorhabens

Sortiment	Umsatzerwartung in Mio. €		
	Discountmarkt (vorher)	Discountmarkt (nachher)	Veränderung
Nahrungs- und Genussmittel/ Drogeriewaren	4,9	6,2	+ 1,3
Sonstige Sortimente	0,9	1,2	+ 0,3
Summe	5,8	7,4	+ 1,6

Quelle: Eigene Berechnungen

In der folgenden Tabelle sind die Umsatzerwartungen des Marktes nach der Erweiterung und die **Kaufkraftbindungsquoten für nahversorgungsrelevante Sortimente** im Einzugsgebiet zusammengefasst dargestellt (rd. 6,2 Mio. €). Hierbei wird die Summe aus dem nahversorgungsrelevanten Umsatz des Bestandobjektes (rd. 4,9 Mio. €) und des zu erwartenden nahversorgungsrelevanten Umsatzes des Erweiterungsvorhabens (rd. 1,3 Mio. €) berücksichtigt (vgl. Abbildung 10).

Aus dem Einzugsgebiet, d. h. aus der Stadt Uslar, wird ein Umsatz von insgesamt rd. 5,6 Mio. € im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente generiert. Gemessen am prognostizierten Gesamtumsatz des erweiterten LIDL-Marktes entspricht dies einem Umsatz- bzw. Kundenanteil von rd. 90 %. Rund 10 % des Umsatzes (rd. 0,6 Mio. €) werden als Streuumsätze von außerhalb der Stadt Uslar zufließen.

Von dem in der Stadt Uslar in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren verfügbaren Kaufkraftpotenzial (rd. 35,1 Mio. €) wird das Planvorhaben somit nach der geplanten Erweiterung rd. 16 % binden können. Damit resultiert der zu erwartende Umsatz vor allem aus einer erhöhten Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet. Eine räumliche Ausdehnung des Marktgebietes ist angesichts der Siedlungs- und Wettbewerbsstrukturen nicht zu erwarten.

Für den Markt wird im Zuge der geplanten Erweiterung eine Bestandssicherung erfolgen, ohne dass eine Ausweitung des Marktgebietes zu erwarten ist. Der LIDL-Markt wird somit auch nach der geplanten Erweiterung vor allem der Versorgung der im Einzugsgebiet lebenden Bevölkerung dienen.

Abbildung 11: Marktanteile des Lebensmitteldiscountmarktes in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten nach der geplanten Erweiterung

Umsatzherkunft	Erwarteter Umsatz in Mio. €	Kundenanteil in %	Kaufkraftpotenzial in Mio. €	Kaufkraftbindungsquote in %
Stadt Uslar (Einzugsgebiet)	5,6	90	35,1	16
diffuse Umsatzzuflüsse	0,6	10	./.	./.
Summe nahversorgungsrelevante Sortimente	6,2	100	./.	./.
Sonstige Sortimente	1,2	./.	./.	./.
Gesamtvorhaben	7,4	./.	./.	./.

Quelle: Eigene Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

6.2 Umsatzumverteilungseffekte

Im vorherigen Abschnitt wurde die Abschöpfungsquote des Planvorhabens im Stadtgebiet von Uslar ermittelt und somit dargelegt, welche Versorgungsbedeutung der LIDL-Markt am Standort Uslar, Wiesenstraße 29, nach der geplanten Erweiterung übernehmen kann.

Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind jedoch die durch das Planvorhaben induzierten Umverteilungseffekte für die ansässigen Betriebe relevant. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall am Filialstandort zu erwartende Mehrumsatz zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern / Wettbewerbsstandorten umverteilt wird.⁵

Da die Bestandsfiliale ihre Wettbewerbswirkungen bereits in der Vergangenheit entfaltet hat, ist im Zuge des Erweiterungsvorhabens nur der - im Worst-Case-Szenario - zu erwartende Mehrumsatz zu berücksichtigen. Diese Methodik ist in den letzten Jahren mehrfach vom OVG Münster - u. a. im Zuge der ge-

⁵ Dabei werden „Worst-Case-Annahmen“ u. a. hinsichtlich der Auswirkungen für städtebaulich integrierte Wettbewerber (zentrale Versorgungsbereiche / wohnungsnah Standorte) getroffen.

planten CentrO-Erweiterung in Oberhausen⁶ - bestätigt worden.⁷ Bei der Beurteilung, ob im Rahmen einer Erweiterung eines bestehenden Einzelhandelsbetriebes Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche der Standortkommune oder benachbarter Kommunen zu erwarten sind, ist demnach zu beachten, dass der zu erweiternde Einzelhandelsbetrieb mit seiner bisherigen (genehmigten) Größe am Erweiterungsstandort bereits vorhanden ist.

Die Umstrukturierung bzw. Erweiterung eines bereits am Markt tätigen Einzelhandelsbetriebes ist folglich anders als eine Neuansiedlung zu bewerten, so dass bei der Beurteilung etwaiger beeinträchtigender Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder auf die wohnungsnah Versorgung im Wesentlichen auf die vorgesehene Verkaufsflächenerweiterung und den sich ggf. hieraus ergebenden zusätzlichen Attraktivitätsgewinn abzustellen ist.

Im Falle der Erweiterung des LIDL-Discountmarktes am Standort Uslar, Wiesenstraße 29, ist ein Mehrumsatz in Höhe von max. 1,6 Mio. € zu prognostizieren. Davon wird der Großteil (rd. 1,3 Mio. €) auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente entfallen, die sonstigen Sortimente (Aktionswaren) werden voraussichtlich rd. 0,3 Mio. € Mehrumsatz erzielen.

Bei der Einschätzung der zu erwartenden Umsatzverlagerungseffekte werden folgende Annahmen zugrunde gelegt:

- Die durch die Erweiterungsplanung hervorgerufenen Umsatzverlagerungen gehen in erster Linie zu Lasten derjenigen Wettbewerber, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen. Dies bedeutet, dass als Hauptwettbewerber des LIDL-Marktes in erster Linie Lebensmittelmärkte anzusehen sind.
- Die Marktbeobachtung zeigt, dass sich die Umverteilungen durch Discountmarkterweiterungen in erster Linie auf Anbieter des gleichen Filialnetzes bzw. des gleichen Betriebstyps (Lebensmitteldiscountmärkte) beziehen. Dies resultiert bei „gesättigten“ Märkten daraus, dass sich Einkaufsmuster herausgebildet haben, die insbesondere aufgrund des standardisierten Discountmarktangebotes bei Betriebserweiterungen nur zu marginalen Änderungen der Einkaufsgewohnheiten der Kunden führen.
- Mit zunehmender Entfernung des Projektstandortes nimmt die Stärke der Umsatzverlagerungseffekte ab. Dies bedeutet, dass Einzelhandelsbetriebe im näheren Umfeld des Projektstandortes stärker von Umsatzverlagerungen betroffen sind als weiter entfernt gelegene Einzelhandelsbetriebe.

Dieser Annahme liegt der Erfahrungswert zugrunde, dass für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben mit zunehmender Zeitdistanz und dem hiermit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird. Die Zeitdistanzempfindlichkeit der einzelnen Sortimente ist jedoch unterschiedlich und wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt.

⁶ OVG Münster in seinem Urteil vom 06.06.2005; Aktenzeichen: 10 D 148/04.NE

⁷ Vgl. ebenfalls die Urteile des OVG Münster vom 06.11.2008; Aktenzeichen 10 A 1417/07 bzw. 10 A 2601/07

So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs - wie z. B. Lebensmittel und Drogeriewaren - aufgrund des relativ niedrigen Warenwertes sowie der vergleichsweise hohen Einkaufsfrequenz eine hohe Zeitdistanz-Empfindlichkeit auf. Die Folge hiervon ist, dass bereits nach relativ geringer Zeitdistanz die Nachfrage nach diesen Gütern deutlich abnimmt.

Auf Basis dieses Prognosemodells können Aussagen darüber getroffen werden, welche Standorte durch die Realisierung der geplanten Erweiterung des Lebensmitteldiscountmarktes in welchem Umfang durch Umsatzeinbußen in den relevanten Sortimentsbereichen betroffen sein werden.

Die nachfolgenden Betrachtungen verstehen sich als Worst-Case-Szenario. Dabei werden maximale Verkaufsflächen, eine hohe Leistungsfähigkeit des Vorhabens, bedeutsame Synergieeffekte und damit die denkbar stärksten Auswirkungen auf städtebaulich integrierte Wettbewerber (in zentralen Versorgungsbereichen) zugrunde gelegt.

Die vorstehenden Annahmen haben im Hinblick auf die durch die geplante Verkaufsflächenerweiterung zu erwartenden Umsatzverlagerungen folgende Konsequenzen:

Abbildung 12: Umsatzumverteilung des Planvorhabens

Standort / Lage	derzeitiger Umsatz*	Umsatzverlagerung im nahversorgungsrelevanten Sortiment	
	in Mio. €	in Mio. €	in %
Stadt Uslar, davon	28,2	1,1	4
■ Agglomerationsstandort Wiesenstr.*	15,4	0,9	6
■ Innenstadt bzw. Stadtmitte	4,2	< 0,1	1
■ Streu- und Nebenlagen	8,6	0,2	2
diffuse Umverteilung	./.	0,2	./.
Summe	./.	1,3	./.

* Umsatz ohne LIDL-Lebensmitteldiscountmarkt, der am Standort Uslar, Wiesenstraße 29, erweitern möchte

Quelle: Eigene Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

- Das Planvorhaben wird mit rd. 1,1 Mio. € in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten den Großteil des Mehrumsatzes durch Umsatzzumlenkungen innerhalb der Stadt Uslar, d. h. insbesondere gegenüber Lebensmittelmärkten im Standortumfeld des Planvorhabens generieren. Dies führt zu einer Umverteilung bei den untersuchungsrelevanten Nahversorgungsbetrieben von max. 4 % des derzeitigen Umsatzes.
- Da innerhalb der **Innenstadt von Uslar** keine strukturprägenden Lebensmittelanbieter ansässig sind und sich das nahversorgungsrelevante Angebot hier nur auf wenige kleinteilige Anbieter beschränkt, sind hier nur marginale Umsatzumverteilungsquoten zu erwarten.

- Die höchsten Umverteilungseffekte wären mit max. 0,9 Mio. € (max. 6 % des derzeitigen Umsatzes) gegenüber den nächstgelegenen Lebensmittelmärkten im **Agglomerationsbereich Wiesenstraße** zu erwarten. Diese Umverteilungen beziehen sich insbesondere auf die beiden nahegelegenen leistungsstarken Anbieter ALDI und REWE.
- Gegenüber den Wettbewerbsbetrieben an **Streu- und Nebenlagen** ist die Umverteilungsquote mit max. 2 % des derzeitigen Umsatzes (max. 0,2 Mio. €) vergleichsweise niedrig.
- Die Umsatzzumlenkung bei Betrieben mit Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben außerhalb der Stadt Uslar (**diffuse Umverteilung**) liegt bei rd. 0,2 Mio. € und verteilt sich aufgrund der Agglomerations- bzw. Kopplungseffekte auf eine große Anzahl von Anbietern in einem vergleichsweise großen Gebiet. Eine Gefährdung einzelner Betriebe kann demnach ausgeschlossen werden.

6.3 Auswirkungen des Planvorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung

Für die städtebauliche Bewertung des Erweiterungsvorhabens ist gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden oder die Nahversorgung in Wohngebieten gefährdet wird.

Städtebaulich relevante Auswirkungen liegen somit regelmäßig dann vor, wenn

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

Die BBE Handelsberatung GmbH vertritt die **gutachterliche Einschätzung**, dass durch die geplante Erweiterung des LIDL-Lebensmitteldiscountmarktes am Standort Uslar, Wiesenstraße 29, keine beeinträchtigenden Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung in der Stadt Uslar sowie in umliegenden Städten und Gemeinden gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind.

Folgende Gründe sprechen zusammenfassend für diese Einschätzung:

- Es ist zu erwarten, dass die Erweiterung der Verkaufsfläche um rd. 256 m² gegenüber dem Ist-Zustand von den Kunden nur bedingt wahrgenommen werden dürfte, so dass mit der Verkaufsflächenerweiterung nur eine Erhöhung der Kundenfrequenzen in sehr begrenztem Umfang einhergehen wird.

- Selbst bei Eintreten des „Worst-Case-Szenarios“ würde die Verkaufsflächenerweiterung im Zuge der Neuaufstellung zu einer relativ geringen Umsatzsteigerung führen. So würde der zu erwartende Mehrumsatz dann bei max. 1,6 Mio. € liegen. Der Mehrumsatz resultiert aus einer intensivierten Kaufkraftabschöpfung im Einzugsgebiet.

Auf den Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente dürfte dabei mit rd. 1,3 Mio. € der größte Umsatzanteil entfallen. Dieser resultiert aus einer intensivierten Abschöpfung im Einzugsgebiet. Der Bereich der sonstigen Nonfood-Sortimente dürfte einen Umsatzzuwachs von rd. 0,3 Mio. € aufweisen.

- Wie vorab dargestellt, werden sich die größten Wettbewerbswirkungen gegenüber den nächstgelegenen Wettbewerbern, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen, einstellen.
- Mögliche durch das Vorhaben hervorgerufene Umsatzzumlenkungen sind insgesamt als vergleichsweise gering zu bewerten. Die prognostizierten Umsatzzumlenkungen bewegen sich im Rahmen üblicher Wettbewerbswirkungen. Die wirtschaftliche Tragfähigkeit einzelner Wettbewerber wird nicht infrage gestellt.
- Da in der **Innenstadt von Uslar** keine Lebensmittelmärkte ansässig sind, die als Hauptwettbewerber des zu untersuchenden LIDL-Lebensmitteldiscountmarktes zu bewerten sind, sind hier lediglich marginale Umverteilungseffekte zu erwarten. Daher kann ausgeschlossen werden, dass die Realisierung des Planvorhabens zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit dieses Zentrums führen würde. Damit werden sich die Umsatzverluste gegenüber den Anbietern in der Innenstadt von Uslar, die Sortimentsüberscheidungen mit dem Planvorhaben aufweisen, in einer Größenordnung bewegen, bei der die hier ansässigen Betriebe nicht in ihrer Existenz gefährdet werden.

Auch die Entwicklungsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches wird infolge der Verkaufsflächenerweiterung nur unwesentlich eingeschränkt.

- Negative städtebauliche Auswirkungen auf die **wohnungsnahen Versorgungsstrukturen** in Uslar können bei einer Umverteilungsquoten von max. 2 % des derzeitigen Umsatzes aufgrund der Höhe der Umverteilung sowie der räumlichen Strukturen ebenfalls ausgeschlossen werden.
- Eine relevante Wirkung des Vorhabens auf **benachbarte Städte und Gemeinden** wäre zu erwarten, wenn durch die Realisierung des Planvorhabens die Angebotsstrukturen in den Nachbarkommunen aufgrund von Wettbewerbswirkungen gravierenden Beeinträchtigungen ausgesetzt wären und somit die Grundversorgung der Wohnbevölkerung oder die Funktion zentraler Versorgungsbereiche in diesen Gemeinden gefährdet würde.

Die Umverteilung außerhalb der Stadt Uslar liegt mit maximal 0,2 Mio. € auf vergleichsweise niedrigem Niveau. Die Umsatzverluste werden sich hier auf eine größere Anzahl an Lebensmittelmärkten verteilen und sich bei einzelnen Wettbewerbern in keiner Größenordnung bewegen, bei der die hier ansässigen Betriebe in ihrer Existenz gefährdet werden.

Aufgrund der Lage, Dimensionierung und Versorgungsbedeutung des Untersuchungsobjektes sind somit nachteilige Auswirkungen für zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnah Versorgung in Nachbarkommunen nicht zu erwarten. Insbesondere vor dem Hintergrund, dass sich das Kerneinzugsgebiet des LIDL-Marktes sowohl heute als auch perspektivisch aus-

schließlich auf das Stadtgebiet Uslar erstrecken wird, sind überörtlich bedeutsame Wirkungen infolge der Planmaßnahme nicht zu erwarten.

- Die **sonstigen Sortimente** des Lebensmittelmarktes stellen eine Abrundung des nahversorgungsbezogenen Angebotes am Standort dar. Bei den Randsortimenten handelt es sich sowohl um Food- als auch um Nonfood-Artikel, die nur zeitweise im Sortiment sind, ständig wechseln und auf kleinen sortimentsbezogenen Verkaufsflächen angeboten werden. Die Angebotstiefe beschränkt sich weitgehend auf Einzelprodukte innerhalb eines Sortiments, so dass der Kunde nicht wie im klassischen Fachhandel zwischen mehreren Alternativen wählen kann. Hinsichtlich der Angebotsvariation ist eine breite Streuung festzustellen, so dass sich das Angebot auf nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante und nicht-zentrenrelevante Sortimente bezieht. Es werden zum Teil sehr spezialisierte Angebote vorgehalten, z. B. Reiterausrüstungen oder Nordic-Walking-Equipments, die eine relativ kleine Zielgruppe ansprechen. Das Preisgefüge bei den Randsortimenten ist als preisorientiert bis preisaggressiv zu werten. Beratungsleistungen rund um die angebotenen Produkte sind auf ein Minimum reduziert. Serviceleistungen können bei einigen Produkten nur über Hotlines abgefragt werden, so dass große Unterschiede gegenüber dem Fach-einzelhandel bestehen. Nicht zuletzt unterscheidet sich das Qualitätsniveau zumeist von hochpreisigen Markenartikeln.

Auf Aktionswaren ausgerichtete Einkäufe bei Discountern sind daher tendenziell wenig bedarfsorientiert und eher dem Spontaneinkauf zuzurechnen. Im Vordergrund stehen der Preis bzw. das "einmalige" Angebot. Die „Fachhandelskompetenzen“ Auswahl, Beratung und Service spielen nahezu keine Rolle.

Es ist auch bei den Aktionswaren darauf hinzuweisen, dass auch diese Sortimente der Bestandsfiliale bereits in der Vergangenheit ihre Wettbewerbswirkungen entfaltet haben. Da im Rahmen der Auswirkungsanalyse zum Erweiterungsvorhaben nur die hinzukommende Verkaufsfläche und die hierdurch zu erwartenden Mehrumsätze zu berücksichtigen sind, werden die einzelnen Sortimente der Aktionswaren einen nur sehr geringen zusätzlichen Verkaufsflächenumfang bzw. Mehrumsatz aufweisen.

Für diese Sortimente, für die eine Umsatzsteigerung von max. 0,3 Mio. € zu erwarten ist, ist davon auszugehen, dass die entsprechende Kaufkraft derzeitig bereits überwiegend von größeren Lebensmittelmärkten gebunden wird. Somit kann unterstellt werden, dass die hierdurch hervorgerufenen Umsatzverlagerungen in erster Linie die im Untersuchungsgebiet ansässigen Lebensmittelmärkte betreffen werden. Eine Existenzgefährdung dieser Betriebe ist infolge der Erweiterung aber auszuschließen. Sonstige Einzelhandelsbetriebe wären dagegen nur in einem sehr geringen Maß durch Umsatzumverteilungseffekte tangiert, so dass deren wirtschaftliche Tragfähigkeit nicht gefährdet wird.

Insgesamt sind bei den Aktionswaren in den Einzelsortimenten aufgrund der geringen sortiments-spezifischen Verkaufsflächen bzw. der sehr geringen Erweiterungsflächen nur so marginale Umsatzumverteilungen zu erwarten, dass Auswirkungen i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO ausgeschlossen werden können.

Abschließend lässt sich festhalten, dass aufgrund der Höhe der prognostizierten Umverteilungseffekte keine Gefährdung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit der im Untersuchungsraum ansässigen Wettbewerber zu erwarten ist.

Durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte werden somit keine zentralen Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität oder die Nahversorgung in Wohngebieten gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO mehr als unwesentlich beeinträchtigt.

Aufgrund der zu erwartenden vergleichsweise geringen zusätzlichen Kaufkraftabschöpfung wird mit der projektierten Erweiterung des LIDL-Lebensmitteldiscountmarktes auch die Entwicklungsfähigkeit der Versorgungszentren in Uslar und im Umland nicht wesentlich eingeschränkt.

6.4 Einordnung des Vorhabens in das Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen und das Regionale Raumordnungsprogramm für den Landkreis Northeim

Für die raumordnerische Bewertung des großflächigen Vorhabens sind nach den Bestimmungen des Landes-Raumordnungsprogramms Niedersachsen (LROP 2012 sowie Änderungsentwurf 2014⁹ und des Regionalen Raumordnungsprogramms für den Landkreis Northeim (RROP 2006) folgende Prüfkriterien zugrunde zu legen:

■ Kongruenzgebot

Das Einzugsgebiet eines Einzelhandelsgroßprojektes darf den maßgeblichen Verflechtungsbereich des Vorhabenstandortes nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot). Von einer wesentlichen Überschreitung ist auszugehen, wenn mehr als 30 % des Vorhabenumsatzes - insgesamt wie auch sortimentsbezogen - mit Kaufkraft von außerhalb des maßgeblichen Verflechtungsbereiches erzielt wird.

■ Konzentrationsgebot

Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig.

■ Integrationsgebot

Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente innenstadtrelevant sind, sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig. Gemäß Begründung des LROP hat das Integrationsgebot „die Sicherung und Entwicklung der Handelsfunktionen von Innenstädten, Stadtteilzentren und Ortsmitten zum Ziel“.

■ Abstimmungsgebot

Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind interkommunal abzustimmen.

■ Beeinträchtigungsverbot

Die Funktionsfähigkeit zentraler Orte, der integrierten Versorgungsstandorte sowie die verbraucher-nahe Versorgung der Bevölkerung dürfen durch neue Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

⁹ Entwurf der Verordnung zur Änderung des Landes-Raumordnungsprogramms (LROP) Niedersachsen 2014. Die im Entwurf genannten Grundsätze und Ziele sind bereits jetzt als „sonstige Erfordernisse“ im Rahmen der Bauleitplanung zu berücksichtigen und abzuwägen. Sollte das neue LROP vor Satzungsbeschluss des Bebauungsplans Rechtskraft erlangen, müssen die neuen Ziele von der Bauleitplanung beachtet werden.

Aufgrund der Markt- und Standortsituation erstreckt sich das Einzugsgebiet des Planvorhabens auf das Gebiet der Stadt Uslar (**Kongruenzgebot**). Entsprechend wird der überwiegende Vorhabenumsatz (rd. 90 % des Umsatzes) mit Kaufkraft aus der Stadt Uslar generiert (vgl. Abbildung 11).

Im Rahmen des Genehmigungsverfahrens ist vor allem der Nachweis zu erbringen, dass es sich bei dem Standortbereich des zu untersuchenden LIDL-Marktes um eine gemäß Landes-/ Regionalplanung „städtebaulich integrierte Lage“ handelt (**Konzentrationsgebot**). Da sich die unmittelbar angrenzenden Lebensmittelmärkte, die sich östlich der Wiesenstraße befinden, an einer städtebaulich integrierten Lage ansässig sind und der gesamte Standortbereich „Wiesenstraße“ (inklusive LIDL-Markt) als zusammenhängende Einzelhandelsagglomeration wahrgenommen wird, ist die projektierte Erweiterung eines nahversorgungsbezogenen Betriebes mit den raumordnerischen Zielvorstellungen vereinbar.

Der Untersuchungsstandort ist keinem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet. Das **Integrationsgebot** wird durch das Vorhaben somit nicht erfüllt. Die Einbindung des Planstandortes in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs ist allerdings durch den regionalen Busverkehr über dem Bushaltepunkt „Wiesenstraße“ (Linien 212, 213, 214) in südlicher Richtung gewährleistet.

Es ist zu berücksichtigen, dass die für den LIDL-Markt geplante Verkaufsflächenerweiterung um ca. 256 m² vor dem Hintergrund der Flächenentwicklung im deutschen Lebensmitteleinzelhandel als standortsichernde Maßnahme zu bewerten ist. Auch das Standortgefüge in der Stadt Uslar lässt die geplante Erweiterung auf rd. 1.250 m² Verkaufsfläche als versorgungsstrukturell verträglich erscheinen, so dass das Planvorhaben im Sinne einer Bestandssicherung eines ansässigen Betriebes mit überwiegend nahversorgungsrelevanten Sortimenten mit den Zielen und Grundsätzen der Raumordnung vereinbar ist.

Im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse konnte nachgewiesen werden, dass von dem Vorhaben keine wesentliche Beeinträchtigung der Versorgungsstrukturen und keine Gefährdung städtebaulich schutzwürdiger Innenstädte / Ortskerne der Umlandgemeinden und deren Entwicklungsfähigkeit zu erwarten sind. Das **Beeinträchtigungsverbot** wird somit durch das Vorhaben eingehalten.

7 Fazit

Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen auf, dass infolge der geplanten Erweiterung der LIDL-Filiale am Standort Uslar, Wiesenstraße 29, keine städtebaulich oder raumordnerisch relevanten beeinträchtigenden Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind.

Diese Beurteilung beruht im Wesentlichen auf folgenden Faktoren:

- Geplant ist die Erweiterung des LIDL-Lebensmitteldiscountmarktes von rd. 994 m² auf rd. 1.250 m² Verkaufsfläche. Mit einer Verkaufsfläche von rd. 994 m² liegt die Betriebsgröße bereits vor der Erweiterung oberhalb der Schwelle zur Großflächigkeit.
- Die Ausrichtung der im Bestandsobjekt und auch auf der projektierten Erweiterungsfläche vorgehaltenen Waren liegt primär bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Nach Auskunft der Fa. LIDL zielt die geplante Erweiterungsmaßnahme somit nicht auf eine Ausweitung des Angebotes an zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten ab. Zentrales Anliegen ist vielmehr, die Voraussetzungen für eine großzügigere Warenpräsentation, eine verbesserte Kundenführung und eine Optimierung der internen Logistikabläufe zu schaffen. Zudem wird eine Abrundung des nahversorgungsrelevanten Kernsortiments erfolgen, wodurch der Discounter zukünftig noch besser die Grundversorgung gewährleisten kann. Das Planvorhaben und die damit verbundene Optimierung des Marktauftrittes sind zusammenfassend als bestandssichernde Maßnahmen zu bewerten, die der Stabilisierung der erreichten Marktposition dienen.
- Der Filialstandort befindet sich im Geltungsbereich eines Bebauungsplanes, der ein Gewerbegebiet gemäß § 8 BauNVO mit einer Verkaufsflächenobergrenze von 800 m² festsetzt. Die Überschreitung der auf 800 m² festgesetzten Verkaufsflächenobergrenze wurde im Jahre 2005 im Rahmen einer Befreiung gemäß § 31 Baugesetzbuch (BauGB) genehmigt.

Die erneute Erweiterung macht nunmehr die Änderung des Bebauungsplanes und die Ausweisung eines „Sondergebiets großflächiger Einzelhandel“ erforderlich. Im Rahmen des notwendigen Genehmigungsverfahrens wird der gutachterliche Nachweis erforderlich, dass für den Fall der Erweiterung negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO ausgeschlossen werden.

- Das Einzugsgebiet des Planvorhabens umfasst im Wesentlichen das Stadtgebiet Uslar. Im Kerneinzugsgebiet leben insgesamt 14.422 Einwohner, die über ein Nachfragenvolumen in den relevanten Sortimentsgruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren von rd. 35,1 Mio. € verfügen.

Insbesondere aufgrund der Verbindung zu den sonstigen Einzelhandelsnutzungen im Standortumfeld (v. a. Hagebaumarkt, REWE, ALDI) sind für das Planvorhaben zudem umfangreiche Agglomerations- bzw. Kopplungseffekte zu unterstellen, die auch zu nennenswerten „diffusen Umsatzzuflüssen“ führen.

Mit einer Ausdehnung des Einzugsgebietes wird infolge der Neuaufstellung des LIDL-Marktes von Seiten der Gutachter nicht gerechnet. Somit wird auch der erweiterte Lebensmitteldiscounter vornehmlich (Nah-) Versorgungsfunktion für die Bevölkerung der Stadt Uslar übernehmen.

- Gemäß den Prognoseberechnungen erreicht das Gesamtvorhaben eine jährliche Umsatzleistung von insgesamt rd. 7,4 Mio. €. Auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) entfällt ein Anteil von rd. 6,2 Mio. €. Nach erfolgter Erweiterung wird der Markt einen jährlichen Mehrumsatz von rd. 1,6 Mio. € generieren. Auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente entfallen davon rd. 1,3 Mio. € und auf Nonfood-Sortimente rd. 0,3 Mio. €. Bei den Nonfood-Sortimenten handelt es sich vornehmlich um die wöchentlich wechselnden Aktionswaren.
- Für den Lebensmitteldiscountmarkt ist nach der Erweiterung davon auszugehen, dass rd. 90 % des nahversorgungsrelevanten Umsatzes (rd. 5,6 Mio. €) mit Kunden aus Uslar erzielt werden, rd. 10 % des Umsatzes (rd. 0,6 Mio. €) werden aus den benachbarten Städten und Gemeinden als Streuumsätze zufließen.
- Der prognostizierte Umsatz wird in erster Linie zu Lasten größerer Lebensmittelmärkte umverteilt. Es lässt sich festhalten, dass durch die Realisierung des Planvorhabens keine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der wohnungsnahen Versorgung ausgelöst wird. Auch ist aufgrund des vergleichsweise geringen Kaufkraftzuflusses von außerhalb der Stadt Uslar nicht davon auszugehen, dass hier die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche oder der wohnungsnahen Versorgung beeinträchtigt wird und die Zutrittschancen von Betrieben gleicher Marktausrichtung durch das Planvorhaben in Nachbargemeinden eingeschränkt werden.
- Abschließend lässt sich festhalten, dass im Realisierungsfall der Erweiterung des LIDL-Discountmarktes in Uslar die prognostizierten Umsatzverlagerungen nur so geringe Größenordnungen erreichen, dass keine Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahen Versorgung in der Stadt Uslar im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind.

Vor dem Hintergrund des vergleichsweise geringen Kaufkraftzuflusses von außerhalb der Stadt Uslar ist nicht davon auszugehen, dass im Umland die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche oder der wohnungsnahen Versorgung beeinträchtigt wird und die Zutrittschancen von Betrieben gleicher Marktausrichtung durch das Planvorhaben in Nachbargemeinden eingeschränkt werden.

Köln, im Januar 2015

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Joachim Schulte



i. V. Rainer Schmidt-Illguth

Anhang: Definitionen der Lebensmittel-Vertriebsformen

Lebensmitteldiscounter:

- Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 400 und 1.300 m² Verkaufsfläche.
- Ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl (ca. 700 bei Harddiscountern bis 1.400 bei Markendiscountern), Nonfood-Umsatzanteil ca. 9 - 13 %.
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment (ergänzt um Getränke).
- In den letzten Jahren kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch).
- Ohne Bedienungsabteilungen und weiteren Dienstleistungen, preisaggressiv, werbeintensiv.
- In der Regel sehr nüchterne Warenpräsentation, vereinzelt werden einzelne Warengruppen wertiger präsentiert (z.B. Drogerieartikel).
- So genannte Markendiscounter verfolgen dieses Konzept weniger strikt (Konzept ähnelt eher Supermärkten).

SB-Markt

- „Kleiner Supermarkt“ mit bis zu 400 m² Verkaufsfläche.
- Eingeschränktes Sortiment.
- In kleinen Orten anzutreffen, in denen aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein Supermarkt oder Lebensmitteldiscounter rentabel ist.

Supermarkt

- Ca. 400 bis 3.000 m² Verkaufsfläche.
- Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, ab 800 m² Verkaufsfläche bereits höherer Nonfood-Anteil: Umsatzanteil ca. 10 - 15 %, Flächenanteil ca. 20 - 30 %.
- Standorte vor allem in Wohngebieten und verkehrsgünstigen Lagen.
- Hohe Kompetenz im Frische-Bereich.

Verbrauchermarkt

- Verkaufsfläche über 1.500 bis 5.000 m².
- Breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche stark ansteigender Flächenanteil an Nonfood-Abteilungen (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz- und mittelfristigen Bedarfs), Nonfood-Umsatzanteil ca. 20 - 40 %, Nonfood-Flächenanteil ca. 30 - 60 %.
- Autokundenorientierter Standort.

SB-Warenhaus

- Verkaufsfläche über 5.000 m².
- neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i.d.R. über 50 %) umfangreiche Nonfood-Abteilungen: Nonfood-Umsatzanteil ca. 35 - 50 %, Nonfood-Flächenanteil ca. 60 - 75 %.
- Ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst.
- Hohe Werbeaktivität, Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik.
- Autokundenorientierter, häufig peripherer Standort.
- Häufig als Mittelpunkt einer größeren Fachmarktagglomeration.

BBE Handelsberatung GmbH · Goltsteinstraße 87 a · 50968 Köln

Lidl Vertriebs-GmbH & Co. KG
Herrn Dennis Henschel
Lange Heideteile 1
34295 Edermünde

Datum
05.01.2016

Ihr Ansprechpartner
Joachim Schulte

E-Mail
schulte@bbe.de

Telefon
+49 221 789 41 160

Sekretariat
Helma Dupré

E-Mail
dupre@bbe.de

BBE Handelsberatung GmbH
Goltsteinstraße 87 a
50968 Köln
Deutschland

Tel +49 221 78941-160
Fax +49 221 78941-169
E-Mail info@bbe.de
Web www.bbe.de

Hauptsitz
Briener Straße 45
80333 München

Geschäftsführer
Dipl. oec. Alois Müller
BW Joachim Stumpf
Registergericht München
HRB 3136
USt-IdNr. DE129298916

Stadtparkasse München
BLZ 701 500 00
Konto 909 118 002
IBAN
DE55 7015 0000 0909 1180 02
BIC SSKMDEMM

München
Hamburg
Köln
Leipzig
Erfurt

Stellungnahme zur geplanten Verkaufsflächenerweiterung eines Lidl-Lebensmitteldiscountmarktes am Standort Uslar, Wiesenstraße 29

Sehr geehrter Herr Henschel,

die BBE Handelsberatung GmbH hat für Sie bereits im Januar 2015 eine Auswirkungsanalyse zur Erweiterung eines Lidl-Lebensmitteldiscountmarktes am Standort Uslar, Wiesenstraße 29, erstellt. Zum damaligen Zeitpunkt war eine Erweiterung um rd. 256 m² von heute rd. 994 m² auf etwa 1.250 m² Verkaufsfläche geplant.

Aktuelle Planungen sehen vor, die bestehende Verkaufsfläche des Discountmarktes um rd. 306 m² auf rd. 1.300 m² zu vergrößern. Somit liegt die geplante Verkaufsfläche rd. 50 m² über der Annahme in der o. g. Auswirkungsanalyse.

Im Rahmen des laufenden Baugenehmigungsverfahrens ist die Frage zu beantworten, inwieweit die Ergebnisse der o. g. Auswirkungsanalyse von Januar 2015 zur bisherigen Einzelhandelsplanung auf die neuen Rahmenbedingungen übertragen werden können. In diesem Zusammenhang ist insbesondere zu prüfen, ob auch im Falle der größeren Verkaufsflächenerweiterung negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahе Versorgung im Sinne von § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) ausgeschlossen werden können.

Folgende Aspekte sind in diesem Zusammenhang von Relevanz:

- Im Lebensmitteldiscountsegment werden für Neubauten mittlerweile Verkaufsflächen zwischen 800 und 1.500 m² seitens der Betreiber als marktgerecht angesehen, wobei Verkaufsflächengrößen von rd. 800 m² und weniger immer seltener realisiert werden. In diesem Fall ist eine Verkaufsfläche von rd.

1.300 m² geplant, die somit im Hinblick auf ihre Dimensionierung in der Größenordnung moderner Lebensmitteldiscounter rangiert.

- Auch die Flächenvergrößerung auf rd. 1.300 m² Verkaufsfläche dient nicht der Sortimentserweiterung. Die zusätzliche Fläche wird insbesondere dazu genutzt werden, die Verkehrsflächen zwischen den Regalen und Warenträgern zu vergrößern.
- Auch dient die Erweiterungsmaßnahme der Sortimentsabrundung im Bereich der nahversorgungsrelevanten Angebote, jedoch nicht der Sortimentserweiterung im Bereich anderer Angebote. So nehmen die Frischeartikel (Obst und Gemüse, Backwaren und Fleisch- und Wurstwaren) im Sortimentsangebot der Discounter eine wesentlich größere Bedeutung ein als noch vor Jahren. Die Warenpräsentation und die Angebotstiefe in diesen Sortimenten werden ausgebaut, so dass größere Flächen gleichermaßen für den Back-off-Bereich (Zubereitung von frischen Backwaren) als auch für die Präsentation von verpackten Frischlebensmitteln wie Obst und Gemüse sowie Fleisch benötigt werden.
- Darüber hinaus sind im Bereich der Tiefkühlartikel und im Drogeriewarenangebot Sortimentsabrundungen festzustellen, die sich auf den Flächenbedarf auswirken. Dagegen bleiben die Flächen für die wöchentlich wechselnden Aktionswaren nahezu unverändert, da die Lebensmitteldiscounter angesichts der weiter zunehmenden Diversifizierung im Bereich der Nonfood-Fachmärkte keine weiteren Steigerungen der Marktanteile mehr durchsetzen können.
- Somit ist zu erwarten, dass auch eine Erweiterung der Verkaufsfläche um rd. 306 m² gegenüber dem Ist-Zustand von den Kunden nicht anders wahrgenommen wird, als die ursprünglich geplante Erweiterung um ca. 256 m². Auch mit dieser etwas größeren Verkaufsflächenerweiterung werden somit nur in sehr begrenztem Umfang weitere Marktanteile gewonnen werden können.
- Ebenfalls wird auch bei einer Erweiterung auf rd. 1.300 m² Verkaufsfläche nicht mit einer Ausdehnung des Einzugsgebietes gerechnet. Somit wird auch der Lebensmitteldiscounter mit rd. 1.300 m² Verkaufsfläche vornehmlich (Nah-) Versorgungsfunktion für die Bevölkerung in der Stadt Uslar übernehmen.
- In der Auswirkungsanalyse wurde für den Lidl-Markt ein Gesamtumsatz von rd. 5,8 Mio. € angesetzt. Im Erweiterungsfall von derzeit rd. 994 m² auf rd. 1.250 m² Verkaufsfläche wurde von einer Umsatzsteigerung um max. 1,6 Mio. € auf künftig max. 7,4 Mio. € p. a. ausgegangen. Hiervon entfallen rd. 6,2 Mio. € auf das nahversorgungsrelevante Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren.

Für den Fall, dass der Lidl-Markt auf rd. 1.300 m² Verkaufsfläche erweitert werden soll, ist von einer Umsatzsteigerung um max. 1,9 Mio. € auszugehen,

was im Vergleich zur Umsatzprognose in der Auswirkungsanalyse einer Differenz von lediglich 0,3 Mio. € entspricht.

Abbildung 1: Umsatzerwartung des Planvorhabens mit rd. 1.300 m² VKF

Sortiment	Umsatz in Mio. €		Veränderung
	Discountmarkt (vorher)	Discountmarkt (nachher)	
Nahrungs- und Genussmittel/ Drogeriewaren	4,9	6,4	+ 1,5
Sonstige Sortimente	0,9	1,3	+ 0,4
Summe	5,8	7,7	+ 1,9

Quelle: Eigene Berechnungen

- Auch mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 1.300 m² wird das Planvorhaben in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten den Großteil des Mehrumsatzes (rd. 1,3 Mio. €) durch Umsatzzumlenkungen innerhalb der Stadt Uslar, d. h. insbesondere gegenüber Lebensmittelmärkten im Standortumfeld des Planvorhabens generieren. Dies führt im Vergleich zur Auswirkungsanalyse zu einer geringfügig höheren Umverteilung bei den untersuchungsrelevanten Nahversorgungsbetrieben von max. 5 % des derzeitigen Umsatzes.

Da innerhalb der Innenstadt von Uslar immer noch keine strukturprägenden Lebensmittelanbieter ansässig sind und sich das nahversorgungsrelevante Angebot hier nur auf wenige kleinteilige Anbieter beschränkt, ist hier weiterhin nur eine marginale Umsatzzumverteilungsquote zu erwarten.

Die höchsten Umverteilungseffekte wären auch in der etwas größeren Planvariante mit max. 1,0 Mio. € (max. 6 % des derzeitigen Umsatzes) gegenüber den nächstgelegenen Lebensmittelmärkten im Agglomerationsbereich Wiesenstraße zu erwarten. Diese Umverteilungen beziehen sich insbesondere auf die beiden nahegelegenen leistungsstarken Anbieter Aldi und Rewe.

Gegenüber den Wettbewerbsbetrieben an Streu- und Nebenlagen ist die Umverteilungsquote mit max. 3 % des derzeitigen Umsatzes (max. 0,3 Mio. €) weiterhin vergleichsweise niedrig.

Die Umsatzzumlenkung bei Betrieben mit Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben außerhalb der Stadt Uslar (diffuse Umverteilung) liegt nach wie vor bei rd. 0,2 Mio. € und verteilt sich aufgrund der Agglomerations- bzw. Kopplungseffekte auf eine große Anzahl von Anbietern in einem vergleichsweise großen Gebiet.

- Zusammenfassend kann an der Aussage der Auswirkungsanalyse festgehalten werden, dass mögliche durch das Vorhaben hervorgerufene Umsatzzumlenkungen insgesamt als vergleichsweise gering zu bewerten sind. Die prognostizierten Umsatzzumlenkungen bewegen sich im Rahmen üblicher Wettbewerbswirkungen. Die wirtschaftliche Tragfähigkeit der vom Vorhaben tangierten Wettbewerber wird auch im Falle einer Erweiterung des Lidl-Marktes auf rd. 1.300 m² Verkaufsfläche nicht infrage gestellt.

Im **Fazit** lässt sich auch für den Fall einer Erweiterung des Lidl-Lebensmittel-discountmarktes an der Wiesenstraße in Uslar auf rd. 1.300 m² Verkaufsfläche festhalten, dass aufgrund der Höhe der prognostizierten Umverteilungseffekte keine Gefährdung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit der im Untersuchungsraum ansässigen Wettbewerber zu erwarten ist.

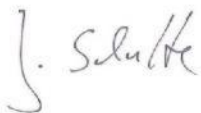
Durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte werden somit keine zentralen Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität oder die Nahversorgung in Wohngebieten gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO mehr als unwesentlich beeinträchtigt.

Aufgrund der zu erwartenden vergleichsweise geringen zusätzlichen Kaufkraftabschöpfung wird mit der projektierten Erweiterung des Lidl-Marktes auch die Entwicklungsfähigkeit der Versorgungszentren in Uslar und im Umland nicht wesentlich eingeschränkt.

Soweit unsere Ausführungen zur geplanten Verkaufsflächenerweiterung. Selbstverständlich steht Ihnen der Unterzeichner gerne für weitere Rückfragen zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Joachim Schulte