



Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters und eines Drogeriefachmarktes in

MERZENICH, Ürlingsweg

Auftraggeber: Gemeinde Merzenich

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Gudula Böckenholt
Andrea Meyer-Delpho, MBA

Köln, März 2013



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München
Geschäftsführer: Dr. Manfred Bauer, Dr. Stefan Holl
50679 Köln, Siegburger Straße 215
Telefon: 0221 – 989438 0 Telefax: 0221 – 989438 19
eMail: office.koeln@gma.biz, <http://www.gma.biz>

Vorbemerkung

Im November 2012 erteilte die Gemeinde Merzenich der GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Lebensmittelvollsortimenters sowie eines Drogeriefachmarktes am Standort Ürlingsweg in Merzenich, in direkter Zuordnung zur neuen Ortschaft Neu-Morschenich. Im Rahmen der Analyse werden die möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen des Vorhabens überprüft. Dabei werden die Vorgaben von BauGB und BauNVO, der Regional- und Landesplanung sowie des in Bearbeitung befindlichen Einzelhandelsstrukturgutachtens berücksichtigt.

Für die Bearbeitung der vorliegenden Auswirkungsanalyse standen der GMA u. a. Daten und Informationen des Statistischen Bundesamtes, des Statistischen Landesamtes sowie der Gemeinde Merzenich zur Verfügung. In Ergänzung der statistischen Daten wurden im November 2012 umfangreiche Erhebungen in der Gemeinde Merzenich sowie im Einzugsgebiet und im erweiterten Untersuchungsraum durchgeführt.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsfindung der am Planungsprozess Beteiligten. Die GMA verpflichtet sich, die ihr im Rahmen der Erarbeitung der Untersuchung zugeleiteten Daten und Informationen ebenso vertraulich zu behandeln, wie die Aussagen und Ergebnisse des Berichtes.

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutz der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, im März 2013
BÖ - aw

INHALTSVERZEICHNIS	Seite
Vorbemerkung	
I. Aufgabenstellung und Grundlagen	1
1. Aufgabenstellung	1
2. Rechtliche und planerische Grundlagen	2
2.1 Regelungen der BauNVO	2
2.2 Raumordnung und Landesplanung	3
2.3 Gebietsentwicklungsplanung	5
2.4 Einzelhandelsstrukturgutachten Merzenich	5
3. Definitionen und ausgewählte Marktdaten	5
3.1 Entwicklungen bei Lebensmittelmärkten	6
3.2 Entwicklungen bei Drogeriemärkten	7
4. Daten des Planvorhabens	10
II. Standortbeschreibung und Standortbewertung	12
1. Makrostandort Merzenich	12
2. Mikrostandort Ürlingsweg	13
3. Zusammenfassende Standortbewertung	14
III. Projektrelevante Angebots- und Nachfragesituation	16
1. Einzugsgebiet und Bevölkerung	16
2. Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet	18
3. Projektrelevanter Einzelhandelsbestand	19
3.1 Anbieter in Zone I des Einzugsgebietes (Merzenich)	20
3.2 Anbieter in Zone II des Einzugsgebietes	20
3.3 Anbieter im erweiterten Untersuchungsraum	21
4. Bewertung der Angebotssituation	25

IV.	Bewertung des Vorhabens	27
1.	Methodischer Ansatz	27
2.	Umsatzerwartung und Umsatzherkunft	27
3.	Voraussichtliche Kaufkraftbewegungen und Umverteilungswirkungen	29
4.	Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen	33
4.1	Auswirkungen in Merzenich	33
4.2	Auswirkungen in Zone II des Einzugsgebietes	34
4.3	Auswirkungen im erweiterten Untersuchungsraum	34
5.	Vereinbarkeit mit den landesplanerischen Vorgaben	38
6.	Ableitung von Alternativkonzepten für den Planstandort	40
6.1	Variante 1	40
6.2	Variante 2	41
V.	Fazit	43
	Verzeichnisse	44

I. Aufgabenstellung und Grundlagen

1. Aufgabenstellung

Die P.G.W. Grundbesitz GmbH plant im Zuge der Umsiedlung des Ortsteils Morschenich am Standort Merzenich, Ürlingsweg, die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.700 m² und eines Drogeriefachmarktes mit einer Verkaufsfläche von ca. 500 m². In unmittelbarer Nachbarschaft zum Planstandort sollen verschiedene Wohngebäude errichtet werden, die sich v. a. auf die Umsiedlung des Ortsteils Morschenich (Neu-Morschenich) beziehen, der im Zuge des Tagebaus aus dem nordöstlichen Gemeindegebiet an den Standort verlagert wird. In Neu-Morschenich sollen nach Angaben des Projektentwicklers ca. 615 Menschen wohnen, die z. T. in Einfamilienhäusern, Mehrfamilienhäusern sowie auch im Rahmen von betreutem Wohnen untergebracht werden.

Die Aufgabe der vorliegenden Untersuchung ist es, die möglichen wirtschaftlichen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen in Zusammenhang mit der geplanten Ansiedlung der beiden Märkte zu analysieren. Insbesondere ist zu untersuchen, welche Umsatzumverteilungen durch die Ansiedlungsvorhaben auf die Betriebe innerhalb der Gemeinde Merzenich bzw. im erweiterten Einzugsgebiet sowie in den Nachbarstädten Kerpen und Düren ausgelöst werden können und welche Auswirkungen hieraus ggf. resultieren. Die Untersuchung wird auf Basis von BauGB und BauNVO in Verbindung mit den entsprechenden Regelungen der Landes- und Regionalplanung in NRW durchgeführt.

Die Analyse beinhaltet folgende Untersuchungsschritte:

- Darstellung der relevanten Rechtsvorschriften zur Bewertung von Einzelhandelsvorhaben in Nordrhein-Westfalen
- Darstellung aktueller Entwicklungstendenzen im Lebensmitteleinzelhandel
- Darstellung und Bewertung des Makrostandortes Merzenich und des Mikrostandortes Ürlingsweg
- Abgrenzung und Zonierung des projektrelevanten Einzugsgebietes sowie Berechnung des sortimentspezifischen Kaufkraftpotenzials

- Darstellung und Bewertung der wesentlichen Wettbewerber im Einzugsgebiet / im erweiterten Untersuchungsraum
- Analyse der möglichen wettbewerblichen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen des Vorhabens
- Vereinbarkeit mit den regional- und landesplanerischen Vorgaben¹

2. Rechtliche und planerische Grundlagen

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die räumliche Planung von Einzelhandelsstandorten stellen das Baugesetzbuch (BauGB), die Baunutzungsverordnung (BauNVO) sowie die landes- und regionalplanerischen Bestimmungen dar.

2.1 Regelungen der BauNVO

Der § 11 Abs. 3 BauNVO führt in der Fassung von 1990 für großflächige Einzelhandelsbetriebe aus:

„1. Einkaufszentren,

2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,

3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

¹ lt. Entwurf des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen – Sachlicher Teilplan großflächiger Einzelhandel, Stand: 17.04.2012.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² Geschossfläche nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

2.2 Raumordnung und Landesplanung

Bei Einzelhandelsansiedlungen waren bislang die Vorgaben des **Landesentwicklungsprogramms Nordrhein-Westfalen** (LEPro) in der Fassung vom 19.06.2007 zu berücksichtigen. Das LEPro ist allerdings zum 31.12.2011 vollständig **außer Kraft** getreten, so dass in NRW in einer Übergangsphase kein gesetzliches Regelwerk zum Umgang mit großflächigem Einzelhandel existierte.

Aktuell liegt ein Entwurf des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen, Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel, Stand 17. April 2012, vor. Der Entwurf dieses Sachlichen Teilplans Großflächiger Einzelhandel legt sechs Ziele und drei Grundsätze zur Steuerung des Großflächigen Einzelhandels unter Kapitel 3 „Festlegungen und Erläuterungen zum großflächigen Einzelhandel“ dar. Da es sich bei dem Sachlichen Teilplan Großflächiger Einzelhandel um einen Entwurf handelt, sind die hier genannten Ziele der Raumordnung als in Aufstellung befindliche Ziele zu behandeln.

„1 Ziel Standorte nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen

Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden.

2 Ziel Zentrenrelevante Kernsortimente: Standorte nur in zentralen Versorgungsbereichen

Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevantem Kernsortiment nur in zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden. Ausnahmsweise dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden, wenn nachweislich:

- eine integrierte Lage in den zentralen Versorgungsbereichen nicht möglich ist und
- die Gewährleistung einer wohnortnahen Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs diese Bauleitplanung erfordert und

- zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

3 Ziel Zentrenrelevante Kernsortimente: Beeinträchtigungsverbot

Durch die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevantem Kernsortiment dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

4 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche

Bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen soll der zu erwartende Gesamtumsatz der durch die jeweilige Festsetzung ermöglichten Einzelhandelsnutzungen die Kaufkraft der Einwohner der jeweiligen Gemeinde für die geplanten Sortimentsgruppen nicht überschreiten.

5 Ziel Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Standort, Beeinträchtigungsverbot, relativer Anteil zentrenrelevanter Randsortimente

Sondergebiete für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment dürfen auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden, wenn der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente maximal 10 % der Verkaufsfläche beträgt. Dabei dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden durch den absoluten Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

6 Grundsatz Nicht zentrenrelevante Kernsortimente: Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente

Der Umfang der zentrenrelevanten Randsortimente eines Sondergebietes für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment soll 2.500 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten.

7 Ziel Überplanung von vorhandenen Standorten

Vorhandene Standorte von Vorhaben im Sinne von § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen dürfen als Sondergebiete gemäß § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung dargestellt und festgesetzt werden. Dabei sind die Verkaufsflächen in der Regel auf den genehmigten Bestand zu begrenzen. Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn diese für eine funktionsgerechte Weiternutzung des Bestandes notwendig sind und durch die Festlegung keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden erfolgt.

8 Ziel Einzelhandelsagglomerationen

Die Gemeinden haben dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender zentrenschädlicher Einzelhandelsagglomerationen außerhalb Allgemeiner Siedlungsbereiche entgegenzuwirken. Darüber hinaus haben sie dem Entstehen neuer sowie der Verfestigung und Erweiterung bestehender zentrenschädlicher Einzelhandelsagglomerationen mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche entgegenzuwirken. Sie haben sicherzustellen, dass eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden durch zentrenschädliche Einzelhandelsagglomerationen vermieden wird.

9 Grundsatz Regionale Einzelhandelskonzepte

Regionale Einzelhandelskonzepte sind bei der Aufstellung und Änderung von Regionalplänen in die Abwägung einzustellen.“

2.3 Gebietsentwicklungsplanung

Im **Regionalplan** für den Regierungsbezirk Köln, Teilabschnitt Region Aachen (1. Auflage 2003 mit Ergänzungen / Stand: April 2008) wird als Ziel 1 Folgendes definiert:

„In der Bauleitplanung sollen Sondergebiete für Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige Handelsbetriebe im Sinne von § 11 Abs. 3 der Baunutzungsverordnung (BauNVO) nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen geplant werden.“

Der Untersuchungsstandort liegt außerhalb des Allgemeinen Siedlungsbereiches der Gemeinde Merzenich. Es ist jedoch davon auszugehen, dass hier im Zuge der Umsiedlung von Morschenich eine Änderung zu erwarten ist. Die Genehmigung des „Braunkohlenplanes Umsiedlung Morschenich“ wird nach Auskunft der Bezirksregierung voraussichtlich im Mai erfolgen; eine Änderung des Flächennutzungsplans läuft parallel.

2.4 Einzelhandelsstrukturgutachten Merzenich

Aktuell wird für die Gemeinde Merzenich durch die GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung, Köln, ein Einzelhandelsstrukturgutachten erarbeitet, das voraussichtlich im März 2013 abgeschlossen wird. Im Rahmen der Auswirkungsanalyse werden die bereits ausgewerteten Daten aus der Einzelhandelsstrukturuntersuchung berücksichtigt. Dazu zählen die Auswertungen der Einzelhandelsbestandssituation sowie die Ergebnisse der Haushalts- und Einzelhandelsbefragung. Gleichmaßen fließen in die Einzelhandelsstrukturuntersuchung die Ergebnisse der vorliegenden Auswirkungsanalyse ein.

3. Definitionen und ausgewählte Marktdaten

Zur Einordnung des Vorhabens sowie zur Abgrenzung gegenüber den sonstigen im Umfeld vertretenen Betriebsformen werden nachfolgend ausgewählte Definitionen für verschiedene Vertriebskonzepte des Einzelhandels wiedergegeben.¹

¹ Quelle: EHI, Handel aktuell 2009/2010, Köln, 2009.

„Ein **SB-Warenhaus** ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 qm, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood II-Angebot führt.“

„Ein **großer Supermarkt** ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 qm, das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I und Nonfood II-Artikel führt.“

„Ein **Supermarkt** ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 qm, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.“

„Ein **Lebensmitteldiscounter** ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 qm, das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.“

„Unter dem Begriff **Food** werden Lebensmittel sowie Getränke verstanden. (...) [Dazu gehören] folgende Warenbereiche: Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost sowie Trockensortiment.“

„**Nonfood** umfasst Waren, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. (...) [Es] wird zwischen Nonfood I (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung) und Nonfood II (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogeräte, Bücher und Presseartikel usw.) unterschieden.“

„Ein **Drogeriemarkt** ist ein mittelflächiger Einzelhandelsbetrieb mit Selbstbedienung, der ein sowohl breites wie tiefes Sortiment an Kosmetik, Körperpflege, Reinigungsmitteln anbietet. Zu den weiteren Sortimentsbausteinen gehören die freiverkäuflichen Arzneimittel, Reformwaren und Nahrungsmittel, vor allem aus dem Biobereich.“

Per Definition handelt es sich bei dem Vorhaben am Standort Ürlingsweg um die Betriebstypen „Supermarkt“ sowie „Drogeriemarkt“.

3.1 Entwicklungen bei Lebensmittelmärkten

Hinsichtlich der branchenspezifischen Verkaufsflächenaufteilung ist für den Betriebstyp „Supermarkt“ der eindeutige Angebotsschwerpunkt im Lebensmittelbereich festzustellen. Daneben werden aber auch weitere nahversorgungsrelevante Sortimente wie Drogeriewaren und Tiernahrung geführt. Das Angebot wird i. d. R. ergänzt durch Artikel aus den Bereichen Schreibwaren, Zeitschriften und Haushaltswaren, die jedoch einen sehr geringeren Flächenanteil einnehmen.

Die Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels haben in den vergangenen Jahren eine unterschiedliche Entwicklung genommen. Als expansiv zeigten sich v. a. Große Supermärkte (+ 13 %); aber auch Lebensmitteldiscounter (+9 %) und Supermärkte (+6 %) konn-

te in den letzten fünf Jahren die Anzahl der Betriebe noch deutlich steigern, während es bei den SB-Warenhäusern nur ein leichtes Plus (+ 3 %) gab. Demgegenüber war die Entwicklung der kleinen Lebensmittelgeschäfte (- 39 %) stark rückläufig (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Entwicklung der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel

Anzahl der Betriebe	2006	2011	Veränderung 2006 / 2011	
			abs.	in %
Kleine Lebensmittelgeschäfte	17.400	10.650	-6.750	-38,8
Discounter	15.150	16.462	1.312	8,7
Supermärkte	9.560	10.148	588	6,2
Große Supermärkte	886	1.002	116	13,1
SB-Warenhäuser	871	893	22	2,5
Quelle: EHI Retail Institute, Handelsdaten 2013; GMA Zusammenstellung				

3.2 Entwicklungen bei Drogeriemärkten

Neben Drogeriemärkten werden Drogeriewaren über Fachdrogerien, Lebensmitteleinzelhandel, Parfümerien, Reformhäuser, Apotheken sowie Kauf- und Warenhäuser abgesetzt. Von den Drogeriemarktbetreibern erreichte – bis zur Schließung von Schlecker – dm mit 4.485 Mio. € den höchsten Umsatz, gefolgt von Rossmann (3.810 Mio. €), Schlecker (3.755 Mio. €), Müller (2.441 Mio. €) und Budnikowski (404 Mio. €).¹ Bedingt durch die Insolvenz von Schlecker findet aktuell eine Verschiebung der Marktanteile statt. Dabei profitieren – abhängig von der jeweiligen Wettbewerbssituation vor Ort – sowohl die direkten Wettbewerber im Drogeriewarenssegment als auch der Lebensmitteleinzelhandel.

Zum Kernsortiment eines Drogeriemarktes zählen Körperpflege, dekorative Kosmetik, Wasch-, Putz- / Reinigungsmittel, Hygieneprodukte, welche durch verschiedene Sortimente (v. a. Lebensmittel, Getränke, Babykost und freiverkäufliche Arzneimittel, aber auch Schreibwaren, Babyartikel und Tiernahrung) ergänzt werden. Drogeriefachmärkte weisen

¹ Quelle: EHI Retail Institute bzw. TradeDimensions, Bruttoumsatz der führenden Drogeriemärkte in Deutschland im Jahr 2011, Handelsdaten 2013

– je nach Betreiberkonzept – unterschiedliche Artikelzahlen auf. So werden in einem dm Drogeriefachmarkt ca. 13.000 Artikel vorgehalten, während z. B. der ehemalige Anbieter Schlecker lediglich ca. 4.000 Artikel geführt hat. Die höchste Artikelanzahl weist der Drogeriefachmarktbetreiber Müller mit ca. 25.000 Artikeln auf. Neben Markenware führen Drogeriefachmärkte auch Handelsmarken, die ausschließlich vom jeweiligen Betreiber (z. B. Balea bei dm) angeboten werden.

Auch die Flächenproduktivitäten sind stark vom Betreiber abhängig. Im Vergleich zu anderen Drogeriemarktketten weist dm die höchsten Umsatzzahlen auf; im Durchschnitt erwirtschaftet dm eine Flächenleistung von rd. 6.500 €/ m² Verkaufsfläche.¹ Demgegenüber liegen die durchschnittlichen Verkaufsflächenproduktivitäten von Rossmann (ca. 5.000 €/ m²) und Müller (ca. 4.000 €/ m²) auf geringerem Niveau.

Tabelle 2: Die größten Drogeriemarktanbieter in Deutschland

Daten	dm	Rossmann	Müller
Filialen	1.258	1.580	467
Artikel	13.000	17.500	25.000
Sortiment	Drogeriewaren, Babynahrung, Biolebensmittel, Weine, Getränke, Naturkosmetik, OTC, Babybekleidung	Drogeriewaren, Babynahrung, Lebensmittel, Tiernahrung, Geschenkartikel, OTC, Haushaltswaren	Drogeriewaren, Babynahrung, Lebensmittel, Schreib- / Spielwaren, Haushaltswaren, Tonträger, Kurzwaren
GMA-Zusammenstellung 2012 / 2013			

Exkurs: Entwicklungen vor dem Hintergrund der Schlecker-Insolvenz

Grundsätzlich bleibt für die **Zukunft** abzuwarten, wie der Markt für Drogeriewaren auf die Insolvenz von Schlecker reagieren wird. Grundsätzlich lassen sich bereits heute folgende Entwicklungen erkennen:

- Übernahme von rentablen Schlecker-Standorten durch Wettbewerber dm und Rossmann und Integration der Märkte in das jeweilige Filialnetz

¹ Quelle: www.dm-drogeriemarkt.de / Der Handel v. 22.10.2009

- ersatzloser Wegfall des Schlecker-Filialnetzes (v. a. in kleineren Städten im ländlichen Raum und auf Stadtteilebene)
- Wiederbelegung von Schlecker-Filialen durch bürgerschaftlich getragene „Dorfladenkonzepte“
- Wiederbelegung von Schlecker-Filialen durch Privatengagement (z. B. Kirchberg / Murr)
- generelle Umsatzzuwächse im Drogeriewarenssegment der Lebensmittelmärkte und der verbleibenden Drogeriefachmarktanbieter
- geringe Umsatzzuwächse bei Apotheken mit Drogeriewarenangebot
- verstärkte Expansion der verbleibenden Anbieter im Drogeriefachmarktbereich und der Anbieter im Lebensmitteleinzelhandel
- deutliche Ausweitung der Artikelzahlen im Drogeriebereich bei Lebensmittelvollsortimentern, Lebensmitteldiscounter und SB-Warenhäusern.

Aktuell ist zusätzlich zu bestehendem Angebot im Drogeriewarenssegment auf zwei neuere Entwicklungen hinzuweisen, deren Erfolgchancen jedoch noch abgewartet werden müssen:

- Der österreichische Investor Haberleitner arbeitet nach Presseinformationen und internen Branchenkenntnissen mit Hochdruck an seinem Ziel, mit dem Konzept **Dayli** einen europäischen Nahversorger aufzubauen. Als Grundlage hierzu verfügt er lt. Presse per Mietoption über rd. 500 Filialen des ehemaligen Drogeriekonzerns Schlecker in Süddeutschland. Auf Flächen unter 200 m² Verkaufsfläche bis zu Flächen von über 1.000 m² Verkaufsfläche soll ein Angebotsmix aus Drogeriewaren, Nahrungsmitteln, Kleidung, Schreibwaren und Dienstleistungen angeboten werden. Die Erfolgsaussichten werden in der Handelslandschaft zwiespältig bewertet.¹
- Im November 2012 eröffnete der erste sog. **Drehpunkt** mit einem Pilotmarkt in Erdmannhausen (Region Stuttgart). Das Genossenschaftsprojekt der Gewerkschaft Ver.di soll für weitere Drehpunkt-Drogerien als Vorreiter dienen. Neben einer finanziellen Beteiligung der Gewerkschaft selbst wurde die Anfangsinvestition über

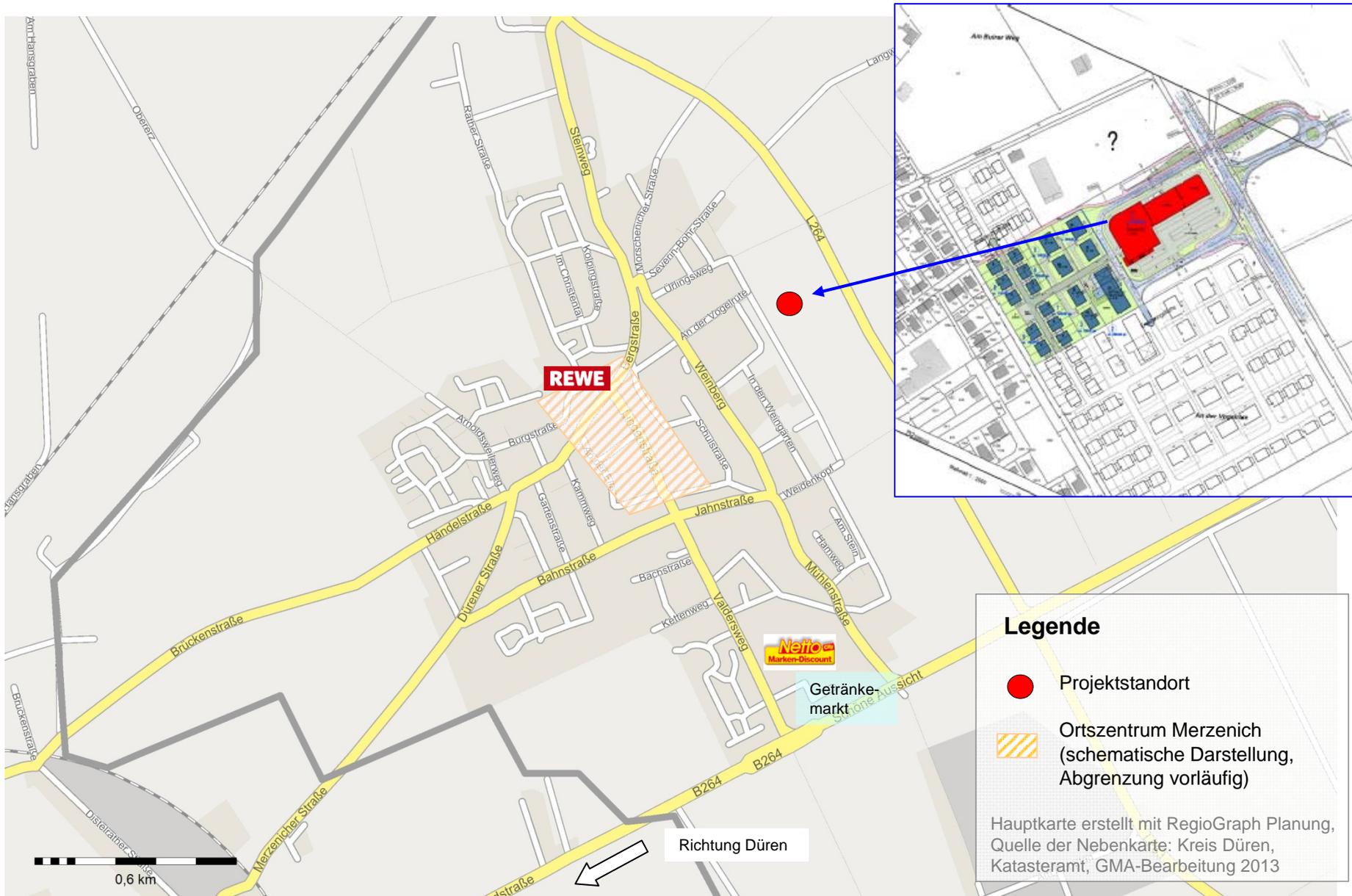
¹ Hierzu aktuelle Pressemeldungen, z. B. Lebensmittelzeitung vom 25.01.2013

den Verkauf sog. „Stützlis“ zusammengetragen. Der zinslose Kredit kann über Einkaufsgutscheine wieder für Einkäufe im Laden selbst verwendet werden. Die Bewertung der nachhaltigen Wirtschaftlichkeit des Marktes bleibt aktuell noch abzuwarten. Als zentrales Erfolgskriterium dieses bürgerschaftlich und gewerkschaftlich getragenen Konstruktes ist jedoch eine weitgehend wettbewerbsfreie Situation vor Ort festzuhalten. Diese Konzepte eignen sich allenfalls als Alternativlösung in ländlichen, nahezu wettbewerbsfreien Gebieten mit einem hohen bürgerschaftlichen Engagement.

4. Daten des Planvorhabens

Im Zuge der Umsiedlung des Ortsteils Morschenich sowie der Errichtung eines Seniorenwohntentrums sollen am Standort Ürlingsweg in Merzenich die Versorgungseinrichtungen Lebensmittelvollsortimenter (ca. 1.700 m² VK) sowie Drogeriefachmarkt (ca. 500 m² VK) angesiedelt werden; ggf. ist eine Ergänzung um ein Café und einen Friseur geplant. Unter planerischen Aspekten ist eine Überplanung des Standortes mit der Ausweisung eines Sondergebietes notwendig.

Karte 1: Lage des Planvorhabens



II. Standortbeschreibung und Standortbewertung

1. Makrostandort Merzenich

Die dem Kreis Düren zugeordnete Gemeinde Merzenich erfüllt die Funktion eines Grundzentrums und beheimatet ca. 9.915 Einwohner¹. Der Einwohnerschwerpunkt liegt im Hauptort Merzenich mit ca. 6.875 Einwohnern; in den umliegenden Ortsteilen Golzheim (ca. 1.320 Einwohner), Girbelsrath (ca. 1.225 Einwohner) sowie Morschenich (ca. 495 Einwohner) sind deutlich geringere Einwohnerkonzentrationen festzustellen.

Aufgrund des fortschreitenden Tagebaus muss der Ortsteil Morschenich, der im nördlichen Gemeindegebiet gelegen ist, umgesiedelt werden. Hierfür wurde in Abstimmung mit der Bezirksregierung Köln der nordöstliche Bereich des Kernortes ausgewählt, der im Westen durch die bestehende Siedlungsstruktur und im Osten durch die Ortsumfahrung der L 264 begrenzt wird. Nach Angaben der Gemeindeverwaltung werden voraussichtlich nicht alle derzeitigen Bewohner von Morschenich in die neu entstehende Ortschaft umziehen, sondern sich z. T. auch auf das restliche Gemeindegebiet sowie das Umland verteilen. Am Standort sind jedoch auch diverse Betreuungseinrichtungen (u. a. Seniorenwohnheim) geplant. Der Investor P.G.W. geht insgesamt von rd. 615 Einwohnern aus.²

Die Gemeinde Merzenich ist vor dem Hintergrund der siedlungsräumlichen Gegebenheiten deutlichen Wettbewerbswirkungen ausgesetzt. So befindet sich unmittelbar südwestlich des Gemeindegebietes die Kreisstadt Düren mit einem umfangreichen Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot. In nordöstlicher Richtung liegt das Mittelzentrum Kerpen, das ebenfalls durch eine Reihe von z. T. fahrkundenorientierten Einzelhandelskonzentrationen (u. a. Einkaufsschwerpunkt im Bereich Stiftsstraße / Zum Hubertusbusch, Fachmarktzentrum Erft Karree) geprägt wird.

Die verkehrliche Anbindung der Gemeinde Merzenich ist als verhältnismäßig günstig zu bewerten. Das Gemeindegebiet ist durch die A 4 (Aachen – Olpe) angebunden; aktuell ist eine neue Autobahnanschlussstelle innerhalb des Gemeindegebietes in Bau, derzeit sind

¹ Quelle: Daten der Stadt Merzenich, Stand: 30.06.2012 (nur Hauptwohnsitze)

² Derzeit umfasst der Ortsteil Morschenich knapp 500 Einwohner, so dass dann ein Zuwachs um ca. 115 Einwohner zu verzeichnen wäre.

die Anschlussstellen noch 9 km (Kerpen-Buir) bzw. 7 km (Düren-Birkesdorf) entfernt. Die Anbindung an umliegende Kommunen wird über die B 264 (Düren – Kerpen), die das Gemeindegebiet von Südwesten nach Nordosten durchquert, sichergestellt. Darüber hinaus existiert eine östliche Ortsumfahrung über die L 264, über die auch der neue Planstandort angebinden sein wird. Die L 264 stellt eine Verbindung zum Ortsteil Girbelsrath im Südosten her und leitet Richtung Norden den Verkehr zum S-Bahn-Haltestpunkt Merzenich sowie zur zukünftigen Autobahnanschlussstelle der A 4. Die Anbindung mit öffentlichen Verkehrsmitteln wird zum einen über die S-Bahn-Haltestelle im nördlichen Gemeindegebiet mit Anschluss Richtung Aachen und Köln sowie über mehrere Buslinien im Gemeindegebiet von Merzenich mit Anbindung an die umliegenden Kommunen sichergestellt.

Als wesentliche Einkaufsstandorte innerhalb der Gemeinde Merzenich sind zum einen das Ortszentrum und zum anderen der Standort Valdersweg / An der Windmühle zu bewerten; beide weisen einen Schwerpunkt bei nahversorgungsrelevanten Waren auf. In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass aufgrund der Nähe zum Mittelzentrum Düren sowie weiteren Einzelhandelskonzentrationen (u. a. Neue Mitte Niederzier, Gewerbegebiet Huchem-Stammeln, Kerpen, Nörvenich Gewerbegebiet) hohe Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen sind, die auch im Rahmen einer Haushaltsbefragung nachgewiesen werden konnten.¹ Das quantitative Einzelhandelsangebot im Bereich der Grundversorgung innerhalb der Gemeinde Merzenich ist aktuell als unterdurchschnittlich zu bewerten.

2. Mikrostandort Ürlingsweg

Der Planstandort Ürlingsweg befindet sich am nordöstlichen Rand des Kernortes von Merzenich. Das Areal ist derzeit noch unbebaut. Im Anschluss an die sich Richtung Westen erstreckenden, gewachsenen Wohnsiedlungsbereiche soll der Umsiedlungsort Neu-Morschenich (inkl. der Seniorenwohnanlage) entstehen. Weiter östlich, zwischen den neuen Siedlungsbereichen und der L 264, ist die gemeinsame Anlage von Lebensmittelvollsortimenter und Drogeriefachmarkt geplant. Die verkehrliche Anbindung des Standort-

¹ Haushaltsbefragung im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandelsstrukturgutachtens, November 2012

tes wird über eine von der L 264 (südlich des Projektvorhabens) abzweigende Erschließungsstraße sichergestellt.

Die Gebäudekörper der beiden Märkte sind im nordwestlichen Grundstücksbereich geplant, ihnen werden im südlichen Bereich ca. 120 gemeinsame Stellplätze vorgelagert. Eine fußläufige Anbindung ist von den westlich an den Versorgungsstandort angrenzenden Wohneinheiten für betreutes Wohnen (u. a. Seniorenwohnheim) sowie von den südlich gelegenen Ein- und Mehrfamilienhäusern des neuen Ortsteils Neu-Morschenich gegeben. Demgegenüber ist aufgrund der Randlage innerhalb des Siedlungsbereiches des Hauptortes Merzenich keine optimale Einbindung in die vorhandenen Siedlungsstrukturen möglich.

Die geplanten Vorhaben verfügen aufgrund der Zuordnung zur L 264 als östliche Ortsumfahrung über eine gute Erreichbarkeit sowohl für Bewohner aus Merzenich als auch aus angrenzenden Ortsteilen / Kommunen. Mit der Eröffnung der neuen Autobahnanschlussstelle der A 4 sowie aufgrund der Nähe zum Park & Ride-Platz der S-Bahn-Haltestelle ist davon auszugehen, dass das Verkehrsaufkommen mittelfristig deutlich gesteigert werden kann; laut Information der Gemeindeverwaltung werden zukünftig 17.000 – 18.000 Pkw pro Tag auf der L 264 im Bereich des Standortes erwartet. Davon kann auch das Planvorhaben profitieren, indem ein größerer Anteil an Streukunden auf den Standort gelenkt werden kann.

3. Zusammenfassende Standortbewertung

Die spezifischen Eigenschaften eines Standortes können in positive und negative Standortfaktoren gegliedert werden. Diese standortspezifischen Eigenschaften haben einen wesentlichen Einfluss auf die Ausstrahlung, die Marktdurchdringung und die damit korrespondierende Umsatzerwartung eines Planobjektes.

Positive Standortfaktoren:

- + hohe Grundstücksverfügbarkeit
- + Einbindung in den neuen Ortsteil Neu-Morschenich, von dort fußläufige Anbindung

- + potenzielle Synergieeffekte durch Standortkombination von Lebensmittelmarkt und Drogeriemarkt
- + aufgrund der Lage an östlicher Ortsumfahrung verhältnismäßig gute verkehrliche Anbindung für Pkw-Kunden aus Merzenich und den umliegenden Kommunen und Ortsteilen
- + mit Errichtung der Autobahnanschlussstelle Merzenich (A 4) wird die Verkehrsbedeutung der L 264 deutlich ansteigen (17.000 – 18.000 Pkw pro Tag prognostiziert)
- + größere Streuumsätze zu erwarten

Negative Standortfaktoren:

- Standortlage außerhalb des Ortszentrums
- aufgrund der Randlage zum Siedlungsschwerpunkt nur eingeschränkte fußläufige Erreichbarkeit.

Aus **betrieblicher Sicht** ist das Planareal aufgrund der Grundstücksverfügbarkeit und der guten verkehrlichen Anbindung / Sichtbarkeit sowie der aktuell unterdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung in der Gemeinde Merzenich als geeignet zu bewerten.

Aus **städtebaulicher Sicht** ist darauf hinzuweisen, dass der Planstandort außerhalb des Ortszentrums / zentralen Versorgungsbereiches der Gemeinde Merzenich gelegen ist. Zwar ist der Standort von den Bewohnern des neuen Ortsteils Neu-Morschenich fußläufig zu erreichen, jedoch ist die Entfernung zum gewachsenen Ortskern aufgrund der Randlage des Standortes verhältnismäßig hoch, so dass der Standort als überwiegend fahrkundenorientiert zu klassifizieren ist.

III. Projektrelevante Angebots- und Nachfragesituation

1. Einzugsgebiet und Bevölkerung

Das erschließbare Bevölkerungs- bzw. Kaufkraftpotenzial für einen Einzelhandelsstandort stellt einen wesentlichen Faktor für die wirtschaftliche Tragfähigkeit von Einzelhandelsbetrieben dar. Als Einzugsgebiet wird derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen.

Bei der konkreten Abgrenzung des Einzugsgebietes wurden insbesondere folgende Kriterien berücksichtigt:

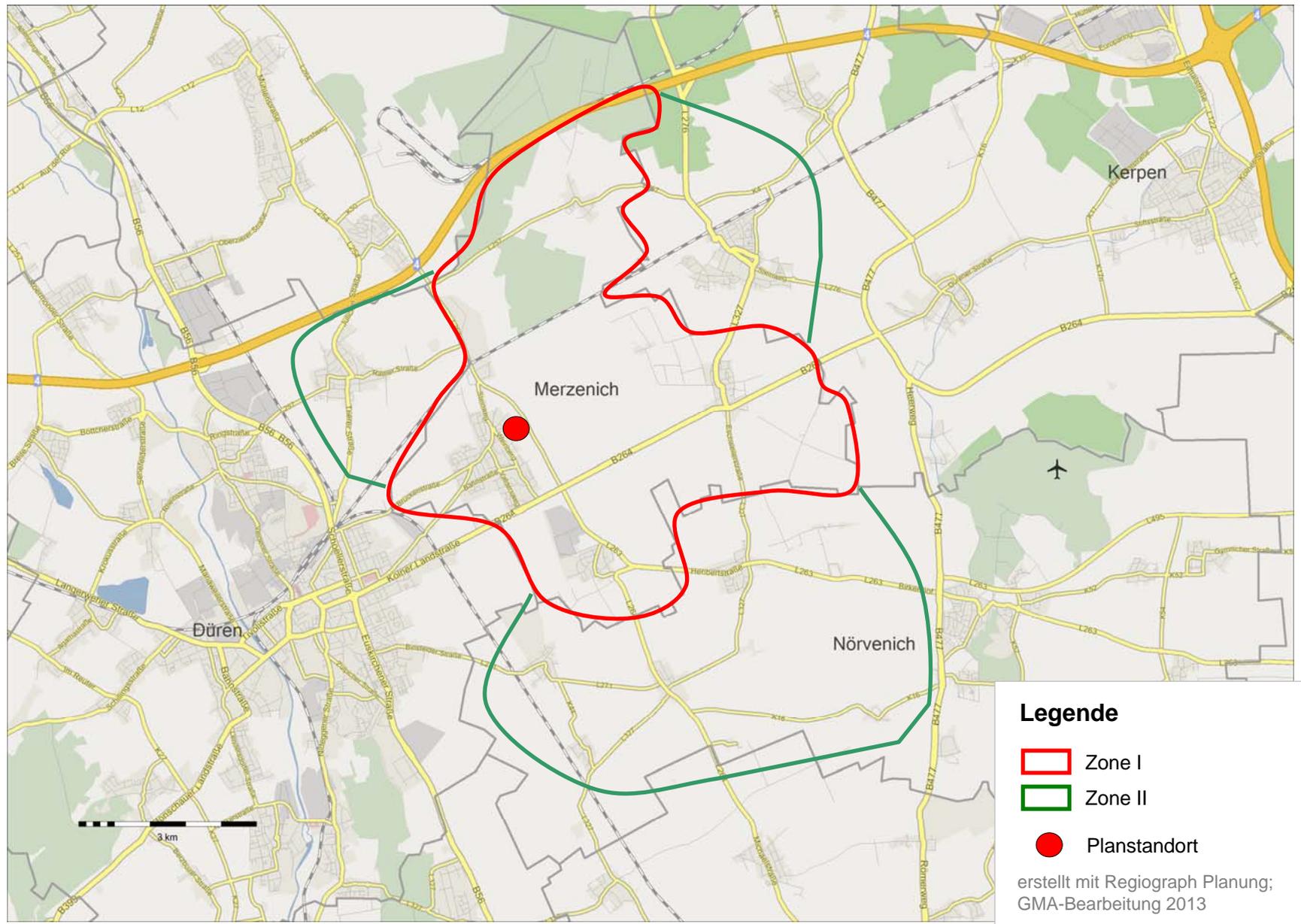
- Ausstrahlung des Vorhabens aufgrund der Lage, der Dimensionierung und der Konzeption
- projektrelevante Wettbewerbssituation (vgl. Kap. IV) im Untersuchungsraum
- verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes
- topografische und siedlungsstrukturelle Gegebenheiten im Untersuchungsraum
- ausgewählte Zeit- und Distanzwerte.

Unter Berücksichtigung der angeführten Kriterien lässt sich das projektrelevante Einzugsgebiet wie folgt abgrenzen und zonieren (vgl. Karte 2):

Zone I:	Gemeindegebiet Merzenich	ca.	9.915 Einwohner
Zone II:	Nörvenich, Ortsteile Binsfeld, Frauwüllesheim, Eschweiler, Irresheim; Kerpen-Buir; Düren-Arnoldsweiler	ca.	10.020 Einwohner
Einzugsgebiet gesamt		ca.	19.935 Einwohner¹

¹ Quelle: Gemeinde Merzenich, Stand: 30.06.2012, Stadt Düren, Stand: 31.12.2011, Stadt Kerpen, Stand: 31.10.2012, Gemeinde Nörvenich, Stand: 31.08.2012, jeweils Einwohner mit Hauptwohnsitz

Karte 2: Einzugsgebiet des Planvorhabens



Insgesamt leben im Einzugsgebiet gegenwärtig ca. 19.935 Einwohner, davon ca. 9.915 Einwohner bzw. ca. 50 % in Zone I. Die **Zone I** erstreckt sich auf das Gemeindegebiet von Merzenich. Aus diesem Bereich ist aufgrund der räumlichen Nähe bzw. Einkaufsorientierung die größte Marktdurchdringung zu erwarten.

Das erweiterte Einzugsgebiet in **Zone II** umfasst ein Bevölkerungspotenzial von ca. 10.020 Einwohnern und erstreckt sich auf unmittelbar angrenzende Ortsteile der Nachbarkommunen Nörvenich, Kerpen sowie Düren, die aufgrund ihrer verkehrlichen Anbindung an den Standort eine gewisse Einkaufsorientierung auf das Planvorhaben erwarten lassen. Eine weitere Ausdehnung des betrieblichen Einzugsgebietes ist aufgrund der Wettbewerbssituation insbesondere in Düren und Kerpen nicht anzunehmen, wenngleich davon auszugehen ist, dass insbesondere mit der Zunahme der Verkehrsbedeutung der L 264 im Zuge der Anbindung an die A 4 ein etwas höherer Anteil von Streukunden zu berücksichtigen ist. Umsätze mit Kunden, die außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes wohnen, werden in den nachfolgenden Berechnungen als sogenannte Streuumsätze einbezogen.

2. Projektrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in den alten Bundesländern pro Kopf der Wohnbevölkerung **ca. 5.349 €** Für die Nahrungs- und Genussmittel und die Drogeriewaren, Wasch- / Putz- / Reinigungsmittel (ohne Apothekerwaren) betragen die Pro-Kopf-Ausgaben (pro Jahr)

- | | |
|---|-------------------------|
| ▪ Nahrungs- und Genussmittel | ca. € 1.810 |
| ▪ Drogeriewaren, Wasch- / Putz- / Reinigungsmittel
(ohne Apothekerwaren) | ca. € 235. ¹ |

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten sind zur Berechnung der Kaufkraft die regionalen Kaufkraftkoeffizienten zu berücksichtigen. Für Merzenich ist von einem überdurchschnittli-

¹ inkl. der Randsortimente ist von Pro-Kopf-Ausgaben in Höhe von ca. € 380 auszugehen.

chen Kaufkraftkoeffizienten auszugehen¹; im erweiterten Einzugsgebiet liegen die Koeffizienten z. T. über und z. T. unter dem Bundesdurchschnitt.

Tabelle 3: Kaufkraft im Einzugsgebiet

Sortimente	Daten	Zone I	Zone II	Gesamt
	Kaufkraft in Mio. €			
Nahrungs- und Genussmittel		18,2	17,5	35,7
Drogeriewaren*		3,8	3,7	7,5
Projektrelevante Kaufkraft gesamt		22,0	21,2	43,2
* inkl. Randsortimente GMA-Berechnungen 2012 / 2013 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)				

Insgesamt verfügen die Einwohner im Einzugsgebiet über ein Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel in Höhe von ca. 35,7 Mio. €, weitere ca. 7,5 Mio. € entfallen auf den Bereich der Drogeriewaren (inkl. Randsortimente).

Insgesamt beläuft sich das projektrelevante Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet auf rund 43,2 Mio. €, davon sind ca. 51 % der Zone I und etwa 49 % der Zone II zuzuordnen.

3. Projektrelevanter Einzelhandelsbestand

Im Rahmen der vorliegenden Analyse erfolgte im November 2012 eine aktuelle Erfassung des relevanten Wettbewerbs im Einzugsgebiet sowie im erweiterten Untersuchungsraum. Da der Schwerpunkt im Nahrungs- und Genussmittelsektor sowie bei Drogeriewaren liegt, wurden die wesentlichen Lebensmittelanbieter, d. h. Supermärkte, Discounter und SB-Warenhäuser sowie Drogeriefachmärkte berücksichtigt.

¹ Die MB Research errechnet die Kaufkraftkoeffizienten auf Grundlage der Steuerstatistik. Für die Gemeinde Merzenich liegt der Kaufkraftkoeffizient bei 101,6, Nörvenich 99,2, Kerpen 101,1 und Düren 92,0. (Bundesdurchschnitt 100,0).

3.1 Anbieter in Zone I des Einzugsgebietes (Merzenich)

Im Gemeindegebiet von Merzenich sind aktuell insgesamt 13 Anbieter im Bereich des Lebensmittelsektors vorhanden, davon befinden sich 9 Anbieter im Kernort Merzenich sowie 4 Anbieter in den Ortsteilen Golzheim und Girbelsrath; in Morschenich ist aktuell kein Anbieter ansässig. Der überwiegende Anteil der Anbieter bezieht sich auf das Lebensmittelhandwerk (Bäckereien, Metzgereien), zudem sind zwei Kioske und ein Tankstellen-Shop vorhanden. Darüber hinaus sind in Merzenich derzeit nur zwei größere Lebensmittelanbieter sowie ein Getränkemarkt etabliert:

- (1) Rewe Lebensmittelsupermarkt, Burgstraße, ca. 950 m² VK, inklusive Bäckerei im Vorkassenbereich, etablierter Anbieter im Ortszentrum von Merzenich, in Randlage des zentralen Versorgungsbereiches, begrenzte Parkmöglichkeiten unmittelbar zugeordnet, Magnetfunktion für umliegende, kleinstrukturierte Anbieter des zentralen Versorgungsbereiches, insgesamt leistungsfähiger Marktauftritt
- (2) Netto Lebensmitteldiscounter, Valdersweg, ca. 700 m² VK, moderner, überwiegend autokundenorientierter Anbieter in Nachbarschaft zu einem Getränkemarkt sowie einem leerstehenden Ladenlokal (ehemals Zoofachmarkt)¹, insgesamt leistungsfähiger Marktauftritt
- (3) Geka Getränkemarkt, Valdersweg, ca. 300 m² VK, vorgelagerte Parkplätze, neben einem leerstehenden Ladenlokal (ehem. Zoofachmarkt); in Nachbarschaft zum Netto Lebensmitteldiscountmarkt¹, durchschnittlicher Marktauftritt.

3.2 Anbieter in Zone II des Einzugsgebietes

Die Versorgung der Bevölkerung von Kerpen-Buir wird durch eine Standortkombination von Edeka und Aldi sichergestellt, welche sich am östlichen Rand des Ortsteils in autokundenorientierter Lage befindet.

¹ die Eingangsbereiche sind jedoch voneinander abgewandt

- (4) Edeka Lebensmittelsupermarkt, Kerpen-Buir, Zum Schlichshof, ca. 1.300 m² VK, Standortkombination mit Aldi Lebensmitteldiscountmarkt, autokundenorientierter Standort, durchschnittlicher Marktauftritt
- (5) Aldi Lebensmitteldiscountmarkt, Kerpen-Buir, Zum Schlichshof, ca. 800 m² VK, Standortkombination mit Edeka Lebensmittelsupermarkt, autokundenorientierter Standort, durchschnittlicher Marktauftritt.

3.3 Anbieter im erweiterten Untersuchungsraum

Im erweiterten Untersuchungsraum (außerhalb des Einzugsgebietes) ist auf folgende projektrelevante Wettbewerber hinzuweisen:

- Rewe Supermarkt, Düren, Kölner Landstraße, ca. 800 m² VK¹
- Aldi Lebensmitteldiscountmarkt, Düren, Kölner Landstraße, ca. 800 m² VK
- Lidl Lebensmitteldiscountmarkt, Düren, Kölner Landstraße, ca. 800 m² VK
- Netto Lebensmitteldiscountmarkt, Düren, Kölner Landstraße, ca. 900 m² VK, Zuordnung zum Nahversorgungsstandort Düren-Ost
- real SB-Warenhaus, Düren, Heerweg, ca. 7.250 m² VK², autokundenorientierter Standort im Gewerbegebiet
- Netto Lebensmitteldiscountmarkt, Niederzier, Jülicher Straße, Gewerbegebiet Huchem-Stammeln, ca. 700 m² VK, autokundenorientierter Anbieter in Gewerbegebietslage
- toom SB-Warenhaus, Niederzier, Rurbenden, Gewerbegebiet Huchem-Stammeln, ca. 5.900 m² VK³, autokundenorientierter Anbieter in Gewerbegebietslage

¹ laut Information der Stadtverwaltung Düren ist hier eine Verkaufsflächenerweiterung auf max. 1.400 m² geplant

² Angaben lt. Sekundärstatistik

³ Angaben lt. Sekundärstatistik

- Lidl Lebensmitteldiscountmarkt, Niederzier, Industriestraße, Gewerbegebiet Huchem-Stammeln, ca. 980 m² VK, autokundenorientierter Anbieter in Gewerbegebietslage
- Aldi Lebensmitteldiscountmarkt, Niederzier, Industriestraße, Gewerbegebiet Huchem-Stammeln, ca. 800 m² VK, autokundenorientierter Anbieter in Gewerbegebietslage
- Trinkgut Getränkfachmarkt, Niederzier, Grabenstraße, Gewerbegebiet Huchem-Stammeln, ca. 850 m² VK, autokundenorientierter Anbieter in Gewerbegebietslage
- Edeka Lebensmittelsupermarkt, Niederzier, Niederzierer Straße, ca. 1.600 m² VK, eingebunden in das Einkaufszentrum Neue Mitte Niederzier (zentraler Versorgungsbereich), autokundenorientierter Standort
- Penny Lebensmitteldiscountmarkt, Niederzier, Niederzierer Straße, ca. 780 m² VK, eingebunden in das Einkaufszentrum Neue Mitte Niederzier (zentraler Versorgungsbereich), autokundenorientierter Standort
- Netto Lebensmitteldiscountmarkt, Niederzier, Niederzierer Straße, ca. 680 m² VK, Lage gegenüber des Einkaufszentrums Neue Mitte Niederzier (zentraler Versorgungsbereich), autokundenorientierter Standort
- Aldi Lebensmitteldiscountmarkt, Nörvenich, Am Kreuzberg, ca. 830 m² VK, autokundenorientierter Standort in Gewerbegebietslage
- Rewe Lebensmittelsupermarkt, Nörvenich, Gewerbepark, ca. 1.400 m² VK, autokundenorientierter Standort in Gewerbegebietslage
- Lidl Lebensmitteldiscounter, Nörvenich, Am Mittelweg, ca. 900 m² VK, autokundenorientierter Standort in Gewerbegebietslage.

Die im weiteren Umfeld etablierten Wettbewerber sind aufgrund der Entfernung nicht mehr als projektrelevante Wettbewerber des Planvorhabens einzustufen. Zusätzlich zu den o. g. Wettbewerbern gibt es innerhalb des erweiterten Einzugsgebietes (Zone II) sowie im Untersuchungsraum außerhalb des Einzugsgebietes eine Reihe von weiteren, kleinstrukturierten Betrieben mit geringen Überschneidungen zum Untersuchungsobjekt,

dazu zählen insbesondere Einrichtungen des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien).¹

Im Drogeriewareensegment sind – neben den Randsortimenten der Lebensmittelbetriebe – folgende wesentliche Anbieter anzuführen:

- Rossmann Drogeriefachmarkt, Düren, Wirtelstraße, ca. 200 m² VK, enger Grundstückszuschnitt, Lage innerhalb der Fußgängerzone
- Rossmann Drogeriefachmarkt, Düren, Kuhgasse, 550 m² VK, Lage innerhalb der Fußgängerzone in Nachbarschaft zum Einkaufszentrum Stadtcenter
- dm Drogeriefachmarkt, Düren, Kuhgasse, ca. 450 m² VK, Lage innerhalb des Einkaufszentrums Stadtcenter, attraktiver Anbieter
- dm Drogeriefachmarkt, Niederzier, Niederzierer Straße, ca. 630 m² VK, eingebunden in das Einkaufszentrum Neue Mitte Niederzier (zentraler Versorgungsbereich), autokundenorientierter Standort

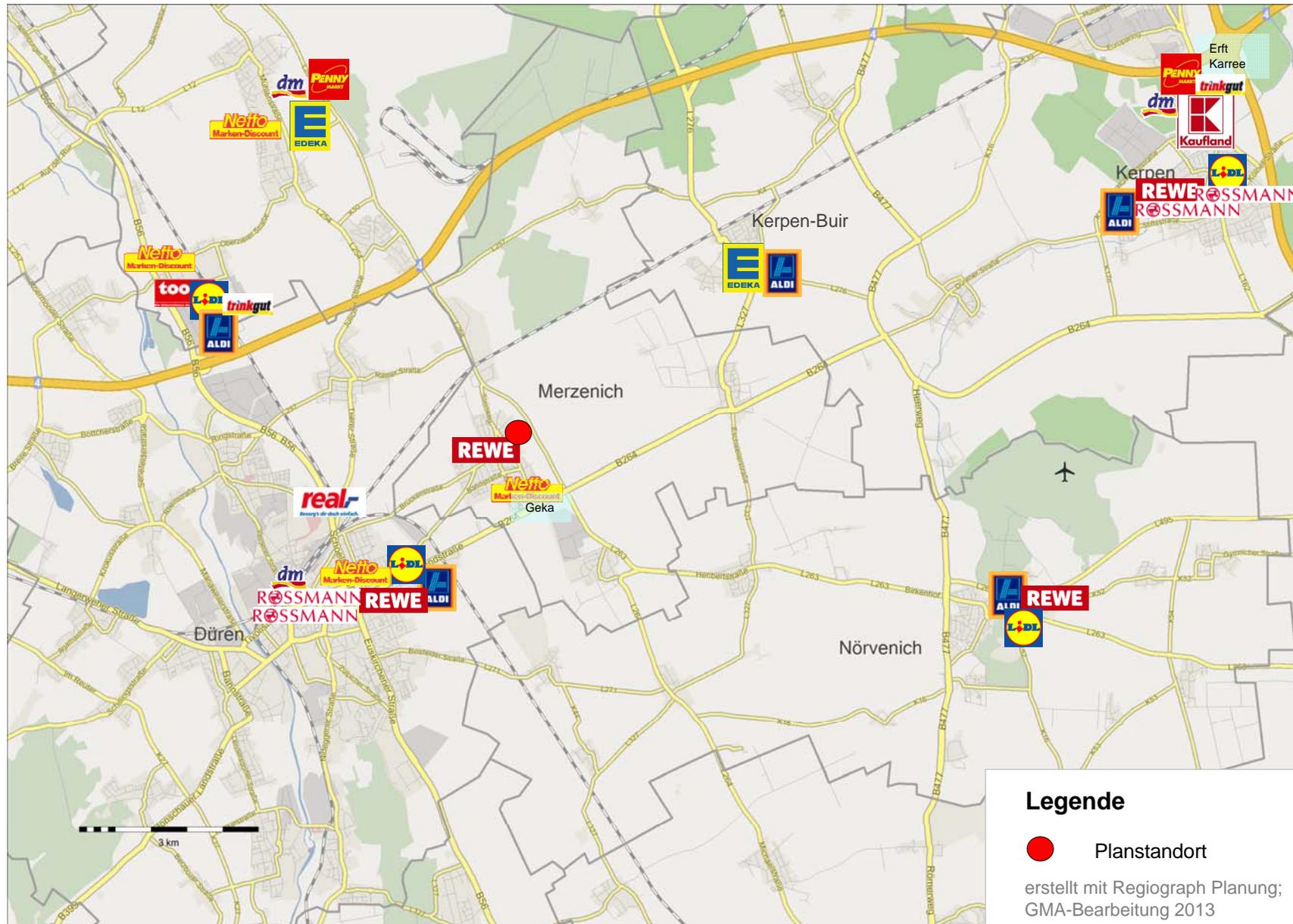
Leichte Wettbewerbsveränderungen sind aufgrund verschiedener Planungen im Bereich Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren zu erwarten:

- Errichtung eines Drogeriefachmarktes in Düren, Josef-Schregel-Straße
- Erweiterung des Rewe-Marktes in Düren, Kölner Landstraße (auf max. 1.400 m²)
- ggf. Umstrukturierungen / Umbaumaßnahmen im Bereich Lebensmittel im Gewerbegebiet Rurbenden in Niederzier, Huchem-Stammeln²

¹ Außerhalb des Gemeindegebietes von Merzenich wurden solche Kleinstanbieter aufgrund der geringen Wettbewerbsrelevanz nicht erfasst.

² lt. Information der Gemeindeverwaltung Niederzier werden die Planungen noch geprüft / konkretisiert

Karte 3: Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet



4. Bewertung der Angebotssituation

Insgesamt sind im Gemeindegebiet von Merzenich im Bereich Nahrungs- und Genussmittel aktuell rd. 1.910 m² Verkaufsfläche vorhanden; die Betriebe erwirtschaften einen Umsatz von etwa 8,7 Mio. €.¹ Im Bereich Drogeriewaren ist mit ca. 155 m² Verkaufsfläche nur eine sehr geringe Ausstattung festzuhalten, hier werden etwa 0,6 Mio. € Umsatz erzielt. Bezogen auf die projektrelevanten Sortimente insgesamt ist damit eine Verkaufsflächen-ausstattung von ca. 2.065 m² vorhanden; der Umsatz liegt insgesamt bei rd. 9,3 Mio. €.

Mit nur zwei Lebensmittelanbietern, darunter ein Vollsortimenter und ein Discountmarkt, ist für die Gemeinde Merzenich aktuell eine unterdurchschnittliche wohnortnahe Versorgung zu konstatieren. Die Verkaufsflächenausstattung je 1.000 Einwohner ist mit rund 228 m² je 1.000 Einwohner für Nahrungs- und Genussmittel als deutlich unterdurchschnittlich einzustufen; die GMA-Vergleichskennziffer für Kommunen der Größenordnung von Merzenich liegt mit 564 m² je 1.000 Einwohner auf deutlich höherem Niveau.² Auch im Bereich der Drogeriewaren ist nach dem Rückzug von Schlecker gegenwärtig eine nur sehr geringe Ausstattung festzuhalten, die sich lediglich auf Teilflächen von Lebensmittelmärkten bezieht; ein Betrieb mit einem Schwerpunkt bei Drogeriewaren (Drogeriefachmarkt / -fachgeschäft) ist in Merzenich derzeit nicht vorhanden. Somit wird auch hier die durchschnittliche Verkaufsflächenausstattung in m² je 1.000 Einwohner von 47 (GMA-Kennziffer) bei weitem nicht erreicht.³

Die geringe Ausstattung spiegelt sich auch in den Zentralitätskennziffern wider. Die Zentralität (Umsatz-Kaufkraft-Relation) in der Gemeinde Merzenich weist bei Nahrungs- und Genussmitteln lediglich einen Wert von 49, bei Drogeriewaren von 16 auf. Damit zeigt sich, dass gegenwärtig ein hoher Teil der Kaufkraft in umliegende Städte und Gemeinden abfließt.

¹ flächenbereinigt; größere Lebensmittelmärkte inkl. Kleinstanbieter wie Lebensmittelhandwerk, Kiosk etc.

² Durchschnittliche Verkaufsflächenausstattung von Kommunen von 5.001 – 10.000 Einwohner, GMA-Grundlagenuntersuchung „Kennziffern des Einzelhandels in Deutschland und Österreich“, 2009.

³ Da bei dieser Kennziffer Betriebe nach ihrem Umsatzschwerpunkt bewertet werden, in Merzenich jedoch kein Betrieb mit dem Schwerpunkt bei Drogeriewaren ansässig ist, ist dieser Wert sogar mit „0“ anzusetzen; berücksichtigt man die tatsächliche Ausstattung inkl. aller Teilflächen der Betriebe (v. a. Drogeriefächen bei Lebensmittelmärkten) liegt der Wert in Merzenich bei 16.

Insgesamt ist damit festzustellen, dass in der Gemeinde Merzenich grundsätzlich Potenzial für einen weiteren Nahrungs- und Genussmittelmarkt sowie einen Drogeriefachmarkt vorhanden ist. Optimal wäre es, diese Potenzialflächen in direkter Zuordnung zum Ortszentrum zu schaffen, um Synergieeffekte mit den dort bestehenden Einzelhandelsbetrieben und damit eine bestmögliche Weiterentwicklung der bestehenden Einzelhandelsstrukturen ermöglichen zu können.

Im Gegensatz zur geringen Ausstattung der Gemeinde Merzenich ist das Umland von Merzenich durch eine verhältnismäßig hohe Wettbewerbsdichte im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente zu charakterisieren. In Zone II und im erweiterten Untersuchungsraum (inkl. Düren¹, Niederzier und Nörvenich) sind insgesamt 25.515 m² Verkaufsfläche für Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren vorhanden. Der Umsatz beläuft sich auf rd. 123,7 Mio. €.

Auch im Rahmen der Haushaltsbefragung, die im Zusammenhang mit der Erstellung des Einzelhandelsstrukturgutachtens durchgeführt wurde, wurde eine hohe Kaufkraftorientierung auf umliegende Orte festgestellt. So gaben nur etwa 57 % der Befragten an, Lebensmittel vorwiegend in Merzenich zu kaufen. Etwa ein Viertel fährt für den Lebensmitteleinkauf vorrangig nach Düren, 16 % suchen hier die Nachbarstadt Kerpen (inkl. Buir) auf. Für den Bereich der Drogerie-, Parfümerie- und Apothekenwaren liegt die Einkaufsorientierung auf die Gemeinde Merzenich mit 35 % noch auf deutlich geringerem Niveau. Demgegenüber ist die Orientierung auf die Stadt Düren mit 45 % sehr hoch ausgeprägt. Jeweils 8 % der Befragten gaben an, Drogerie-, Parfümerie- und Apothekenwaren in Kerpen (inkl. Buir) sowie Niederzier einzukaufen.

Durch die Verbesserung des Angebotes bei Lebensmitteln und Drogeriewaren innerhalb der Gemeinde Merzenich könnte somit eine Reduzierung der Kaufkraftabflüsse in die benachbarten Kommunen erreicht werden.

¹ In der Innenstadt von Düren wurden aufgrund der geringen Projektrelevanz keine Lebensmittelmärkte, sondern nur Drogeriefachmärkte berücksichtigt.

IV. Bewertung des Vorhabens

1. Methodischer Ansatz

Die zu erwartenden wirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens werden im Folgenden vor dem Hintergrund der zur Verfügung stehenden Kaufkraftvolumina und der dargelegten Angebotsstrukturen ermittelt. Hierzu werden zwei Berechnungsschritte durchgeführt:

- Ein erster Ansatz, das **Marktanteilkonzept**, stellt die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens (= Marktanteile) aus dem Einzugsgebiet dar und verdeutlicht, aus welchen Teilräumen dem Vorhaben die Kaufkraft der Endverbraucher zufließt.
- Mit einem zweiten Ansatz, dem **Umsatzumverteilungsmodell**, werden die voraussichtlichen Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Angebote im Einzugsgebiet sowie im Umfeld eingeschätzt. Damit wird aufgezeigt, wo – und in welchem Umfang – dem bestehenden Einzelhandel Umsätze verloren gehen.

2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft

Das Marktanteilkonzept geht von einer Gegenüberstellung des relevanten Angebotes mit dem für das Einzugsgebiet ermittelten Nachfragevolumen (= Kaufkraft) aus. Als wesentliche Kriterien bei der Ermittlung der Marktanteile werden die Art und Dimensionierung der vorgesehenen Einzelhandelsnutzung, die Lage und das Standortumfeld sowie die Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und im weiteren Umfeld berücksichtigt. Vor diesem Hintergrund sind die in Tabelle 4 dargestellten Marktanteile und Umsatzleistungen zu erwarten.

Es ist davon auszugehen, dass der projektierte Lebensmittelmarkt neben dem Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel verschiedene Randsortimente im Nonfood-Bereich (u. a. Drogeriewaren) anbieten wird. Gleichermaßen wird auch der geplante Drogeriefachmarkt Randsortimente führen, darunter v. a. Lebensmittel. Da die weiteren Randsortimente (z. B. Bekleidung, Fotoartikel oder zoologischer Bedarf) jeweils nur begrenzte

Verkaufsflächen umfassen, werden diese im Rahmen der weiteren Berechnungen nicht berücksichtigt.

Für die beiden projektierten Märkte errechnet sich anhand des Marktanteilkonzeptes eine jährliche Brutto-Umsatzleistung von ca. 8,7 Mio. €¹, davon entfallen etwa 6,8 Mio. € auf den Lebensmittelmarkt und ca. 2,3 Mio. € auf den Drogeriemarkt. Bezogen auf die projektierte Verkaufsfläche des Lebensmittelmarktes von ca. 1.700 m² ergibt sich hieraus eine Flächenproduktivität (Umsatz je m² VK) von etwa 4.000 € / m², die etwas unter dem Niveau vergleichbarer Märkte liegt.² Bezogen auf den Drogeriefachmarkt errechnet sich eine Flächenproduktivität von ca. 4.600 € / m², die etwa einem durchschnittlichen Niveau entspricht.³

Tabelle 4: Marktanteile und Umsätze des Planvorhabens

Sortimente	Zone I		Zone II		Streu- umsatz in Mio. €	Gesamt- umsatz in Mio. €
	Markt- anteil in %	Umsatz in Mio. €	Markt- anteil in %	Umsatz in Mio. €		
Nahrungs- und Genussmittel	25	4,6	7	1,2	0,6	6,4
Drogeriewaren	35	1,3	20	0,7	0,3	2,3
Projektrelevante Sortimente gesamt	26 – 27	5,9	9	1,9	0,9	8,7
Quelle: GMA-Berechnungen 2012 / 2013 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)						

¹ ohne weitere Randsortimente

² Lt. EHI liegt die Netto-Flächenproduktivität für den Betriebstyp „Supermarkt“ bei 4.350 € / m² VK p. a. (EHI Handel aktuell, 2009 / 2010).

³ Die Flächenleistungen sind betreiberabhängig und variieren zwischen ca. 4.000 € / m² VK (Müller) und ca. 6.500 € / m² VK (dm).

Für die Nahrungs- und Genussmittel sind Marktanteile zwischen 7 % (Zone II) und 25 % (Zone I) anzusetzen; etwa 10 % des Umsatzes wird durch Streukunden erwirtschaftet. Für den Bereich der Drogeriewaren müssen, um eine Wirtschaftlichkeit des Marktes zu gewährleisten, schon verhältnismäßig hohe Marktanteile zwischen 20 % (Zone II) und 35 % (Zone I) zugrunde gelegt werden. Auch die Streuumsätze liegen mit Werten zwischen 10 und 15 % auf einem etwas höheren Niveau.

Insgesamt ist davon auszugehen, dass gut zwei Drittel des Planumsatzes (ca. 68 %) in Zone I generiert werden. Auf Zone II entfallen etwa 22 % des Umsatzes, während voraussichtlich noch gut 10 % des Umsatzes durch Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes (z. B. Pendler) erwirtschaftet wird.

3. Voraussichtliche Kaufkraftbewegungen und Umverteilungswirkungen

Mit der Neuetablierung bzw. Erweiterung von Einzelhandelsobjekten werden i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen eines zu untersuchenden Planvorhabens dar.

Zur Ermittlung der Umsatzumverteilung im Lebensmittelsektor werden die aus dem Marktanteilkonzept berechneten Umsätze gewichtet. In der Modellrechnung wurden folgende Kriterien berücksichtigt:

- die aktuelle Ausstattung des Einzugsgebietes und die Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben
- die Versorgungsbedeutung einzelner Standortbereiche des Einzelhandels
- die aktuellen Kaufkraftströme im Untersuchungsgebiet
- die Wettbewerbssituation inkl. der Wettbewerbsplanungen und Überlagerungen durch sonstige Einzelhandelsstandorte.

In die Berechnung fließen damit die derzeitigen Einzelhandelsausstattungen konkurrierender Einzelhandelsstandorte als Attraktivitätsfaktor und die Distanz zum Planstandort

als Widerstandsfaktor ein. Eine weitere Grundannahme der nachfolgenden Berechnungen ist, dass die Einkaufslagen, welche die größten Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben aufweisen, quantitativ am stärksten von Umsatzumverteilungen betroffen sein werden.

Die durch Kunden aus dem Einzugsgebiet zu erwirtschaftenden Umsätze im Nahrungs- und Genussmittelbereich sowie bei Drogeriewaren werden nur zu einem verhältnismäßig geringen Teil (ca. 1,7 Mio. € bzw. ca. 20 %) innerhalb des Gemeindegebietes von Merzenich umverteilt. Vor dem Hintergrund der aktuell recht hohen Kaufkraftabflüsse in das Umland werden die Umverteilungen zu einem Großteil gegen Betriebe im Umland von Merzenich (Zone II – Kerpen-Buir – sowie erweiterter Untersuchungsraum) wirksam; hier werden voraussichtlich etwa 80 % des Planumsatzes (ca. 7,0 Mio. €) umverteilt.

Die zu erwartenden Kaufkraftbewegungen im **Lebensmittelsektor** stellen sich wie folgt dar:

- In **Zone I des Einzugsgebietes** sind aktuell der Rewe-Markt im Ortszentrum von Merzenich sowie ein Netto Discountmarkt und ein benachbarter Getränkemarkt am Standort Valdersweg / An der Windmühle als Hauptwettbewerber zu nennen. Weiterhin sind einige Ladenhandwerksbetriebe (Bäckereien / Metzgereien) sowie Kleinanbieter (Kioske) im Gemeindegebiet (sowohl im Ortszentrum als auch in Streulagen) ansässig, die jedoch nur eine sehr geringe Überschneidung mit dem Planvorhaben aufweisen. Bei Ansiedlung des Planvorhabens in der projektierten Größenordnung ist ein Rückgang des Lebensmittelumsatzes im Ortszentrum in Höhe von ca. 0,8 Mio. € bzw. 17 – 18 % des projektrelevanten Umsatzes zu erwarten, der im Wesentlichen den Rewe-Markt betreffen würde. Dieser übernimmt aktuell wichtige Magnetfunktionen für benachbarte kleinstrukturierte Anbieter. Demgegenüber würde der Standort Valdersweg / An der Windmühle mit etwa 16 – 17 % (ca. 0,6 Mio. €) tangiert, wobei hier insbesondere der Netto-Markt betroffen sein würde. Dieser übernimmt wichtige Versorgungsfunktionen innerhalb von Merzenich, liegt jedoch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches¹ der Gemeinde Merzenich an einem überwiegend fahrkundenorientierten Standort.

¹ eine parzellenscharfe Abgrenzung erfolgt im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelsstrukturgutachtens

- In **Zone II des Einzugsgebietes** sind derzeit Edeka und Aldi an einem fahrkundenorientierten Standort in Kerpen-Buir etabliert. Diese Märkte sind sowohl auf die Bevölkerung des Ortsteils Buir als auch auf umliegende Ortschaften ausgerichtet, so auch auf Merzenich. Somit würden bei Ansiedlung des Planvorhabens auch diese Märkte stärker tangiert; es sind Umverteilungswirkungen in Höhe von ca. 14 – 15 % zu erwarten.¹
- Ein Großteil des Umsatzes wird **außerhalb des Einzugsgebietes** umverteilt, wobei zwischen den an dezentralen Standorten etablierten Anbietern (Düren, Kölner Landstraße sowie Heerweg, Niederzier, GE-Huchem-Stammeln und Nörvenich, GE) und den Lebensmittelmärkten in den Versorgungszentren (Neue Mitte Niederzier und Düren (Innenstadt) zu differenzieren ist.²
Mit einem zu erwartenden Umsatzrückgang von etwa 2,4 Mio. € (ca. 38 % des Planumsatzes bei Lebensmitteln) entfallen die stärksten Umverteilungswirkungen auf die **außerhalb der Versorgungszentren**, z. T. an dezentralen Standorten befindlichen Wettbewerber. Da sich diese Wirkungen auf eine Reihe verschiedener Anbieter beziehen, liegt die Umverteilungsquote jedoch mit ca. 3 % auf verhältnismäßig geringem Niveau.
Demgegenüber erreichen die Wirkungen bei den **innerhalb der Versorgungszentren** (Düren, Innenstadt³ und Neue Mitte Niederzier) etablierten Anbietern mit ca. 0,8 Mio. € Umsatzverlust absolut betrachtet ein geringeres Niveau. Es werden jedoch noch Umsatzumverteilungsquoten von etwa 6 % erreicht; dabei ist das Hauptaugenmerk auf die Lebensmittelmärkte im Einkaufszentrum Neue Mitte Niederzier zu richten. Weitere ca. 0,3 Mio. € werden sonstigen Anbietern im erweiterten Untersuchungsraum entzogen. Diese Umverteilungswirkungen betreffen eine Reihe von Betrieben, die sich z. B. im erweiterten Stadtge-

¹ Dies kann je nach Betreiber am Planstandort variieren. Bei Ansiedlung eines Edeka-Marktes wären erhöhte Umverteilungswirkungen beim bestehenden Edeka-Markt in Kerpen-Buir, bei Ansiedlung eines Rewe-Marktes beim Rewe-Markt im Ortszentrum von Merzenich zu erwarten.

² vgl. hierzu Stadt Düren, Amt für Stadtentwicklung: Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Düren, Januar 2010; GWS im Kreis Düren mbH: Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Niederzier, 2010, Einzelhandelskonzept Stadt Kerpen, 2008

³ Aufgrund der geringen Wettbewerbsrelevanz wurden die in der Innenstadt von Düren ansässigen Lebensmittelmärkte nicht berücksichtigt, sondern nur die Drogeriemärkte (mit Teilflächen für Lebensmittel).

biet von Düren befinden, aber aufgrund der größeren Entfernung jeweils keine unmittelbare Wettbewerbsrelevanz besitzen.

Im **Drogeriewarensektor** lassen sich die Auswirkungen wie folgt zusammenfassen:

- Durch die Drogeriewarenangebote des geplanten Drogeriefachmarktes sowie des Lebensmittelsupermarktes sind Umverteilungen gegenüber dem bestehenden Einzelhandel von insgesamt ca. 2,3 Mio. € zu erwarten.
- Da sich nach der Schließung des Schlecker-Marktes aktuell kein Drogerieanbieter in Merzenich befindet, beziehen sich die Umverteilungswirkungen im Bereich der Drogeriewaren innerhalb von Merzenich vorwiegend auf die Drogerieabteilungen von Rewe und Netto. Diesen wird – bezogen auf die Teilfläche Drogeriewaren – etwa 50 – 53 % des Umsatzes entzogen.
- Auch in Zone II ist gegenwärtig kein Drogeriemarkt etabliert, so dass auch hier die Umsatzverluste zu Lasten der bestehenden Lebensmittelmärkte Edeka und Aldi gehen. Diesen werden – bezogen auf die Umsätze mit den Drogeriewaren – etwa 41 – 42 % des Umsatzes entzogen.
- Auch bei den Drogeriewaren beziehen sich mit ca. 1,7 Mio. € die stärksten Umsatzumverteilungswirkungen auf außerhalb des Einzugsgebietes platzierte Wettbewerber. Dabei sind bei Anbietern innerhalb der Versorgungszentren (v. a. Dürener Innenstadt und Neue Mitte Niederzier mit insgesamt jeweils zwei dm- und Rossmann-Drogeriemärkten) Umsatzverluste von etwa 10 % zu erwarten. Den Wettbewerbern an dezentralen Standorten im erweiterten Untersuchungsraum werden rund 0,6 Mio. € (ca. 7 – 8 %) entzogen, wobei hier wiederum Teilflächen der Lebensmittelmärkte und SB-Warenhäuser tangiert werden. Zusätzlich ca. 0,2 Mio. € verteilen sich auf eine Reihe weiterer Anbieter in Streulagen des erweiterten Untersuchungsraums.
- In diesem Zusammenhang ist zu beachten, dass die genannten Wettbewerber durch die Schließung der Schlecker-Märkte im Untersuchungsraum bereits Umsätze aufgefangen haben.

Abschließend ist festzuhalten, dass sich die hier dargestellten Umsatzumverteilungen auf die **heutige Angebotssituation** beziehen. Mögliche Änderungen der Einwohnerstruktur sowie der Wettbewerbslandschaft können zu veränderten Umsatzumverteilungseffekten führen.

4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen

Im Folgenden werden die durch das Planvorhaben hervorgerufenen Umsatzumverteilungen hinsichtlich der möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen bewertet.

4.1 Auswirkungen in Merzenich

- Die gegenüber den Lebensmittelmärkten hervorgerufenen Umverteilungen betreffen in starkem Maße Märkte **innerhalb des Gemeindegebietes**. Dabei sind hohe Umverteilungsquoten im Ortszentrum von Merzenich zu erwarten; v. a. der Rewe-Markt würde tangiert. Sollte das Planvorhaben in der avisierten Größenordnung errichtet werden, ist bei möglichen Umsatzrückgängen in Höhe von ca. 19 – 20 % eine Existenzbedrohung nicht mehr auszuschließen. Da der Rewe als Magnetbetrieb für nahegelegene, kleinstrukturierte Betriebe fungiert, wären mit einem möglichen Rückzug sowohl städtebauliche als auch versorgungsstrukturelle Auswirkungen verbunden.
- Hohe Umverteilungsquoten beziehen sich auch auf den Standort Valdersweg; diese betreffen in erster Linie den dortigen Netto-Markt. Da dieser Markt jedoch außerhalb des städtebaulich schützenswerten Ortszentrums gelegen ist, sind die Umverteilungsquoten, die eine Größenordnung von 18 – 19 % erreichen, eher als wettbewerbliche Wirkungen einzustufen. Im Falle eines nicht grundsätzlich auszuschließenden Rückzuges des Marktes sind somit keine unmittelbaren städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen abzuleiten. Eine Verschlechterung der Versorgungsstruktur am Standort Valdersweg würde dann durch eine Verbesserung im Bereich Ürlingsweg kompensiert.

- In sonstigen Streulagen (u. a. in den Ortsteilen von Merzenich) sind keine wesentlichen Auswirkungen anzunehmen.

4.2 Auswirkungen in Zone II des Einzugsgebietes

- Im Nachbarort Kerpen-Buir (Zone II), der insbesondere durch eine Standortkombination von Edeka und Aldi geprägt wird, sind ebenfalls verhältnismäßig hohe Umverteilungswerte in einer Größenordnung von insgesamt 16 – 17 % zu erwarten. Da die Märkte jedoch keinem Zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen sind, sind diese nicht schützenswert im Sinne des Bau- und Planungsrechtes. Zudem ist davon auszugehen, dass die Märkte die genannten Umsatzrückgänge kompensieren können. Bei einem nicht grundsätzlich auszuschließenden Rückzug würde jedoch die Versorgung der Bevölkerung von Kerpen-Buir beeinträchtigt.
- Für sonstige Streulagen innerhalb der Zone II sind keine relevanten Auswirkungen anzunehmen.

4.3 Auswirkungen im erweiterten Untersuchungsraum

- Außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes ist – absolut betrachtet – die höchste Umverteilung zu prognostizieren, was v. a. mit der stärkeren Angebotsdichte und der gegenwärtig hohen Kaufkraftabflüsse vorrangig Richtung Düren zu begründen ist.
- In den integrierten Versorgungslagen (zentrale Versorgungsbereiche Innenstadt Düren sowie Neue Mitte Niederzier) liegen die Umverteilungsquoten insgesamt in noch verträglicher Größenordnung von ca. 7 – 8 % des projektrelevanten Umsatzes. Bei näherer Betrachtung zeigt sich jedoch, dass die Wirkungen im Lebensmittelsegment in mittlerer Größenordnung (je nach Versorgungsbereich zwischen 4 und 6 %) liegen, während sie bei Drogeriewaren aufgrund der dort verorteten Anbieter dm und Rossmann ein z. T. deutlich höheres Niveau (zwischen 9 und 11 %) erreichen. Insgesamt sind damit zwar existenzielle Bedrohungen nicht mehr grundsätzlich auszuschließen, aufgrund der überwiegend sehr leistungsstarken

Wettbewerber ist ein Rückzug eines Anbieters aber nicht zu erwarten. Im Falle der Aufgabe eines Anbieters hätte dies ggf. sowohl versorgungsstrukturelle als auch städtebauliche Auswirkungen zur Folge.

- An den nicht integrierten Standorten (Düren, Kölner Landstraße¹, Heerweg, Niederzier-Huchem-Stammeln und Gewerbegebiet Nörvenich) liegen die Werte bei insgesamt ca. 3 – 4 %, wobei auch der Lebensmittelbereich mit rd. 3 % ein geringeres Niveau erreicht als der Drogeriebereich mit ca. 7 – 8 %. Stärkere Umverteilungseffekte dürften bei den näher gelegenen Anbietern im östlichen Stadtgebiet von Düren (Kölner Landstraße und Heerweg) eintreten. Vor dem Hintergrund der nicht schützenswerten Lagen sind diese Umverteilungen jedoch ebenfalls als wettbewerbliche Effekte ohne städtebauliche Relevanz zu bewerten.²

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass bei Umsetzung des Planvorhabens deutliche Auswirkungen innerhalb der Gemeinde Merzenich sowie – in abgeschwächter Form – auch im erweiterten Einzugsbereich bzw. im Untersuchungsraum zu erwarten sind. In stärkstem Maße ist der im Ortszentrum von Merzenich etablierte Rewe-Markt betroffen, der als Magnetbetrieb für umliegende kleinstrukturierte Anbieter fungiert. Im Falle einer möglichen Aufgabe des Marktes ist mit städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu rechnen. Demgegenüber handelt es sich bei den ebenfalls deutlichen Umsatzumverteilungseffekten auf den Netto-Markt aufgrund des eher autokundenorientierten Standortes Valdersweg um wettbewerbliche Auswirkungen. Auch im erweiterten Einzugsgebiet / Untersuchungsbereich kommt es z. T. zu höheren Umverteilungswirkungen. Insgesamt ist damit festzuhalten, dass das Planvorhaben in der avisierten Größenordnung nicht verträglich ist.

¹ inkl. des Nahversorgungsstandortes Kölner Landstraße (Netto-Markt)

² Eine Existenzgefährdung des dem Nahversorgungsstandort Düren-Ost zuzuordnenden Netto-Marktes ist nicht zu erwarten.

Tabelle 5: Voraussichtliche Kaufkraftbewegungen / Umverteilungswirkungen in Zone I und Zone II

Sortiment	Zone I gesamt			ZVB Merzenich			Standort Valdersweg			sonstige Lagen*			Zone II gesamt	Kerpen-Buir**	Streulagen
	Umsatz in Mio. €	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %	Umsatz in Mio. €	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %	Umsatz in Mio. €	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %	Umsatz in Mio. €	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %	Umverteilung in %	Umverteilung in %	Umverteilung in %
Nahrungs- und Genussmittel	8,7	1,4	16 – 17	4,8	0,8	17 – 18	3,5	0,6	16 – 17	0,4	n. a.	n. a.	14 – 15	14 – 15	< 0,1
Drogeriewaren	0,6	0,3	50 51	k. A.	k. A.	52 – 53	k. A.	k. A.	50	< 0,1	0,0	0	43 – 44	41 – 42	n. a.
gesamt	9,3	1,7	18 – 19	5,1	1,0	19 – 20	3,7	0,7	18 – 19	0,5	n. a.	n. a.	17	16 – 17	< 0,1
<p>* Streulagen im Kernort sowie in den Ortsteilen</p> <p>** Nicht als Nahversorgungszentrum ausgewiesen; aus Datenschutzgründen hier nur prozentuale Darstellung möglich</p> <p>k. A. aus Datenschutzgründen ist kein Ausweis von Umsatz und Umverteilung insgesamt möglich, da < 3 Betriebe bzw. Summenherleitung</p> <p>- kein untersuchungsrelevantes Angebot vorhanden</p> <p>n. a. nicht ausweisbar, da Wert unterhalb der rechnerischen Nachweisgrenze</p> <p>Quelle: GMA-Berechnung 2012 / 2013, Abgrenzung der Lagen gemäß Einzelhandelsstrukturgutachten für die Gemeinde Merzenich, 2013, Rundungsdifferenzen möglich</p>															

Tabelle 6: Voraussichtliche Kaufkraftbewegungen / Umverteilungswirkungen im Untersuchungsraum (außerhalb Einzugsgebiet)

Sortiment	Untersuchungsraum gesamt (außerhalb EZG)			Zentrale Versorgungsbereiche*			Dezentrale Standorte**			Streulagen***		
	Umsatz in Mio. €	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %	Umsatz in Mio. €	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %	Umsatz in Mio. €	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %	Umsatz in Mio. €	Umverteilung in Mio. €	Umverteilung in %
Nahrungs- und Genussmittel	96,4	3,5	3 – 4	13,4	0,8	6	83,0	2,4	3	./.	0,3	./.
Drogeriewaren	16,7	1,7	10	9,1	0,9	10	7,6	0,6	7 – 8	./.	0,2	./.
gesamt	113,1	5,2	4 – 5	22,5	1,7	7 – 8	90,6	3,0	3 - 4	./.	0,5	./.
<p>* ZVB Düren (hier wurden nur die Drogeriemärkte berücksichtigt; Überschneidungen zu den dortigen Lebensmittelmärkten sind demgegenüber nicht zu erwarten), Neue Mitte Niederzier</p> <p>** Kölner Landstraße (inkl. NVS Düren-Ost), Heerweg (real-SB-Warenhaus), Niederzier-Gewerbegebiet Huchem-Stammeln, Gewerbegebiet Nörvenich</p> <p>*** sonstige Streulagen innerhalb der umliegenden Kommunen Düren, Niederzier, Nörvenich</p> <p>./.</p> <p>es erfolgte keine abschließende Bestandsaufnahme, daher kein Ausweis möglich</p> <p>k. A. aus Datenschutzgründen kein Ausweis möglich, da < 3 Betriebe bzw. Summenherleitung</p> <p>n. a. nicht ausweisbar, da Wert unterhalb der rechnerischen Nachweisgrenze</p> <p>GMA-Berechnung 2012 / 2013, Abgrenzung der Lagen gemäß kommunaler Einzelhandelskonzepte</p>												

5. Vereinbarkeit mit den landesplanerischen Vorgaben

Wie bereits in Kapitel I, 2.2 dargestellt, liegt ein aktueller Entwurf des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen – Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel, vom 17. April 2012 vor. Die hier genannten Ziele der Raumordnung stellen aufgrund des Entwurfscharakters bislang keine rechtsverbindliche Vorgabe dar und sind dementsprechend als „in Aufstellung befindliche Ziele der Raumordnung“ zu sehen.

Im Hinblick auf die ermittelten Auswirkungen des Planvorhabens am Standort Ürlingsweg in Merzenich sind hierzu folgende Anmerkungen zu treffen:

- Das Vorhaben entspricht **Ziel 1**, da es in einem regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereich liegt.
- Das Vorhaben widerspricht **Ziel 2**, da die Grenze der Großflächigkeit überschritten wird und es sich um zentrenrelevante Kernsortimente handelt, der Standort aber nicht innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches gelegen ist. Zwar dürfen Kern- und Sondergebiete für Vorhaben i. S. des § 11 Abs. 3 BauNVO mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment auch außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches dargestellt und festgesetzt werden, jedoch müssten dann folgende Kriterien erfüllt werden:
 - *Eine integrierte Lage in den zentralen Versorgungsbereich ist nicht möglich:* Im Rahmen des noch zu beauftragenden Einzelhandelskonzeptes¹ sollen mögliche Entwicklungsstandorte innerhalb des abzugrenzenden Zentralen Versorgungsbereiches geprüft werden.
 - *Die Gewährleistung einer wohnortnahen Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs erfordert diese Bauleitplanung:* Zwar soll die Ansiedlung des Planvorhabens im Rahmen der Umsiedlung von Morschenich erfolgen und der Markt in den neuen Ortsteil Neu-Morschenich eingebunden werden, jedoch rechtfertigen die dort avisierten rund 600 neuen Bewohner nicht die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes in der geplanten Größenordnung.
 - *Zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden werden nicht wesentlich beeinträchtigt:* Im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse wurde festgestellt,

¹ dieses soll voraussichtlich im Anschluss an das Einzelhandelsstrukturgutachten erstellt werden

dass das Planvorhaben in der geplanten Größenordnung unter städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Bedingungen nicht verträglich ist.

- Das Beeinträchtigungsverbot in **Ziel 3** wird nicht eingehalten, da das Vorhaben mit dem Schwerpunkt bei zentrenrelevanten Kernsortimenten Beeinträchtigungen insbesondere des Ortszentrums von Merzenich induzieren würde, indem dem dortigen Magnetbetrieb Rewe bis zu 20 % des Umsatzes entzogen würden.
- **Grundsatz 4, Ziel 5** und **Grundsatz 6** sind nicht relevant, da sich diese auf nicht zentrenrelevante Kernsortimente beziehen.
- **Ziel 7**, Überplanung von vorhandenen Standorten, ist hier nicht zu beachten, da es sich um eine geplante Neuansiedlung handelt.
- In Bezug auf **Ziel 8**, welches das Entstehen neuer sowie die Verfestigung und Erweiterung bestehender zentrenschädlicher Einzelhandelsagglomerationen verhindern soll, ist darauf hinzuweisen, dass sich dieses auf eine Ansammlung mehrerer Betriebe < 800 m² VK bezieht. Der geplante Drogeriemarkt stellt einen Anbieter unterhalb der Großflächigkeit dar, der über ein zentren- bzw. nahversorgungsrelevantes Kernsortiment verfügt. Demgegenüber ist der geplante Lebensmittelmarkt als großflächiger Betrieb einzustufen. Es ist jedoch davon auszugehen, dass die beiden Märkte Synergien bilden und dadurch die Wettbewerbsposition des Standortes stärken würden. Die geplanten Märkte befinden sich außerhalb des ASB von Merzenich (hier ist im Zuge der Umsiedlung eine Änderung zu erwarten¹) und außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches. Wesentliche Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche sind dabei nicht auszuschließen.
- **Grundsatz 9** ist hier nicht von Belang, da das vorliegende Gutachten als Grundlage für die Abwägung und Entscheidungsfindung im Bauleitplanverfahren und nicht bei der Aufstellung oder Änderung von Regionalplänen dient.

¹ vgl. hierzu Seite 5

6. Ableitung von Alternativkonzepten für den Planstandort

Da das geplante Vorhaben am Standort Ürlingsweg in der avisierten Größenordnung von 2.200 m² unter städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Gegebenheiten nicht verträglich ist und die Vereinbarkeit mit den landesplanerischen Vorgaben nicht gegeben ist, wird im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse geprüft, ob bei entsprechender Verkaufsflächenreduzierung eine Verträglichkeit sichergestellt werden kann. Dazu wurden im Rahmen eines mehrstufigen modellhaften Rechnungsvorgangs die Verkaufsflächen schrittweise verringert, bis entsprechende Grenzwerte für die Verkaufsflächen festgelegt werden konnten. Es wurden zwei Varianten herausgearbeitet, die im Folgenden einer näheren Betrachtung unterzogen werden:

- **Variante 1:** Reduzierung der Verkaufsfläche für den Lebensmittelmarkt auf 900 m², Umstellung auf das Discountkonzept, keine Kombination mit einem Drogeriefachmarkt
- **Variante 2:** Reduzierung der Verkaufsfläche für den Lebensmittelmarkt auf 800 m², Umstellung auf das Discountkonzept, Reduzierung der Verkaufsfläche für den Drogeriefachmarkt auf ca. 300 m²

6.1 Variante 1

Wird der Lebensmittelmarkt als Discountmarkt konzipiert und wird die Verkaufsfläche auf ca. 900 m² reduziert, verringern sich – bei Verzicht auf den benachbarten Drogeriefachmarkt – die Auswirkungen gegenüber der Ursprungsplanung wie folgt:

- Bei Ansiedlung eines Lebensmitteldiscountmarktes werden die Wettbewerbswirkungen auf den Vollsortimenter Rewe, der als Magnetbetrieb für das Ortszentrum von Merzenich fungiert, reduziert, da sich die stärksten Wettbewerbswirkungen i. d. R. auf Systemwettbewerber, hier auf andere Lebensmitteldiscountmärkte, beziehen. .
- Die Umverteilungsquote im Ortszentrum Merzenich sinkt von zuvor ca. 19 – 20 % auf jetzt ca. 8 %, so dass städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswir-

kungen im zentralen Versorgungsbereich von Merzenich nicht mehr unmittelbar zu erwarten sind.

- Verzichtet man am Planstandort auf die Errichtung eines Drogeriefachmarktes, besteht weiterhin die Möglichkeit, das Ortszentrum Merzenich als Entwicklungsstandort für den Bereich der Drogeriewaren zu erhalten. Alternative Konzepte (z. B. dayli) werden derzeit in der Umsetzung geprüft; ggf. wäre diese Variante mittelfristig auch in der Gemeinde Merzenich umsetzbar. Darüber hinaus befinden sich möglicherweise andere Konzepte in der Entwicklung.
- Bei der Variante 1 würde auch die Umverteilungsquote am Standort Valdersweg von zuvor 18 – 19 % auf ca. 14 % reduziert. Zwar ist damit das „Gefährdungspotenzial“ schon deutlich verringert, trotzdem sind nach wie vor wettbewerbliche Wirkungen zu erwarten. Ein Rückzug des Netto-Marktes kann damit nicht grundsätzlich ausgeschlossen werden, wenngleich davon auszugehen ist, dass der Markt die Umsatzverluste kompensieren kann.
- In der Nachbarkommune Kerpen-Buir würden die Umsatzumverteilungseffekte voraussichtlich auf ca. 8 – 9 % und an Standorten / Versorgungslagen außerhalb des Einzugsgebietes auf Werte zwischen 1 und 4 % reduziert. Damit sind bei Umsetzung der Variante 1 städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen in den Umlandkommunen nicht mehr zu erwarten.

6.2 Variante 2

In einer Variante 2 wurde gutachterlich geprüft, ob eine Kombination von Lebensmittelmarkt und Drogeriefachmarkt in einer kleineren Größenordnung in Merzenich verträglich ist. Eine Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes mit einer Verkaufsfläche von ca. 800 m² und eines Drogeriemarktes mit einer Verkaufsfläche von ca. 300 m² lässt folgende Auswirkungen erwarten:

- Bei Ansiedlung eines Lebensmitteldiscountmarktes in Verbundlage mit einem Drogeriemarkt werden die Wettbewerbswirkungen auf den Vollsortimenter Rewe, der als Magnetbetrieb für das Ortszentrum von Merzenich fungiert, in geringerem

Maße reduziert als in Variante 1, da die Kombination von Discountmarkt und Drogeriemarkt eine stärkere Position im Wettbewerb impliziert.

- Die Umverteilungsquote im Ortszentrum Merzenich kann auf ca. 9 % verringert werden, so dass hier städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen zwar nicht mehr unmittelbar zu erwarten sind. Eine Schwächung der Marktposition des Rewe-Marktes im Ortszentrum von Merzenich ist jedoch – auch i. V. m. möglichen weiteren Wettbewerbsveränderungen (z. B. im Umland) – nicht grundsätzlich auszuschließen.
- Bei dieser Variante wird zwar das aktuell fehlende Angebot bei Drogeriewaren geschaffen, jedoch besteht dann keine Option mehr für eine diesbezügliche Entwicklung im Ortszentrum von Merzenich. Eine solche wäre jedoch für die Aufrechterhaltung der Ortsmitte als zentraler Einzelhandelsstandort der Gemeinde Merzenich von hoher Bedeutung.
- Die Umverteilungsquote am Standort Valdersweg liegt hier bei ca. 14 – 15 % und damit nur leicht höher als in Variante 1. Somit sind wiederum wettbewerbliche Wirkungen zu erwarten, ein Rückzug des Marktes ist möglich, wenngleich auch nicht unbedingt wahrscheinlich.
- Die Umverteilungsquote in Kerpen-Buir beträgt ca. 9 %. Damit sind zwar Auswirkungen auf die beiden Lebensmittelmärkte möglich, in dieser Größenordnung ist aber nicht von einer Schließung der Märkte auszugehen.
- An Standorten / Versorgungslagen außerhalb des Einzugsgebietes sind Umsatzrückgänge zwischen 1 und 5 % zu erwarten, so dass hieraus weder städtebauliche noch versorgungsstrukturelle Auswirkungen abgeleitet werden können.

V. Fazit

- Durch das Planvorhaben in der Ursprungsplanung (ca. 2.200 m² Gesamtverkaufsfläche) sind insbesondere für das Ortszentrum von Merzenich, bedingt auch für umliegende Kommunen, städtebauliche bzw. versorgungsstrukturelle Auswirkungen zu erwarten.
- Das Vorhaben entspricht in der derzeitigen Planung nicht allen Zielen / Grundsätzen des Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen / Sachlicher Teilplan Großflächiger Einzelhandel (Entwurf, Stand 17. April 2012).
- Um den aktuellen Einzelhandelsbesatz im Ortszentrum von Merzenich sowie eine Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches nicht zu gefährden, sollte das Vorhaben in der geplanten Größenordnung nicht umgesetzt werden. Vor dem Hintergrund der aktuell unterdurchschnittlichen Flächenausstattung bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten und im Zuge der Umsiedlung des Ortsteils Morschenich wird eine Alternativkonzeption empfohlen, die keine wesentlichen schädlichen Auswirkungen im Ortszentrum Merzenich hervorruft. Im Rahmen des vorliegenden Gutachtens wurden hierzu zwei Varianten geprüft.
- Gutachterlich wird die Variante 1 mit einem Lebensmitteldiscounter und einer Verkaufsfläche von bis zu 900 m² – ohne angegliederten Drogeriefachmarkt – favorisiert. Diese Variante ermöglicht eine verbesserte Nahversorgungssituation ohne wesentliche Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion und der Entwicklungsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches.
- Darüber hinaus wird empfohlen, sich um einen Drogeriemarkt im Zentrum von Merzenich zu bemühen. Hierzu sind ggf. Umbau- / Modernisierungsmaßnahmen, z. B. im Standortbereich des ehemaligen Schlecker-Marktes, erforderlich. Es ist zu prüfen, ob das österreichische dayli-Konzept oder ein anderes, ggf. in Entwicklung befindliches Vertriebskonzept, für Merzenich gewonnen werden kann.

Verzeichnisse

	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage des Planvorhabens	11
Karte 2: Einzugsgebiet des Planvorhabens	17
Karte 3: Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum	24
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Entwicklung der Betriebstypen im Lebensmitteleinzelhandel	7
Tabelle 2: Die größten Drogeriemarktanbieter in Deutschland	8
Tabelle 3: Kaufkraft im Einzugsgebiet	19
Tabelle 4: Marktanteile und Umsätze des Planvorhabens	28
Tabelle 5: Voraussichtliche Kaufkraftbewegungen / Umverteilungswirkungen in Zone I und Zone II	36
Tabelle 6: Voraussichtliche Kaufkraftbewegungen / Umverteilungswirkungen im Untersuchungsraum (außerhalb Einzugsgebiet)	37