

Auswirkungsanalyse

zur geplanten Neuaufstellung und Erweiterung des Lidl-Lebensmittelmarktes am Standort Stadtheider Straße in Bielefeld (Filiale 1740)

für die

Lidl Vertriebs-GmbH & Co. KG, Paderborn

Ihre Ansprechpartner

Wirtschaftsgeograph Joachim Schulte, M.A.
(Senior Consultant)

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.
München · Hamburg · Berlin · Köln · Leipzig · Erfurt

Köln, im März 2024

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, Zielsetzung und methodische Vorgehensweise	4
1.1	Aufgabenstellung und Zielsetzung	4
1.2	Methodische Vorgehensweise	5
2	Einordnung des Lidl-Vorhabens in die Marktentwicklung des Lebensmitteleinzelhandels...	6
3	Standortseitige Aspekte.....	9
3.1	Makrostandort	9
3.2	Mikrostandort	13
4	Wettbewerbssituation	15
5	Nachfrageanalyse – Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung.....	25
5.1	Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial	25
5.2	Marktabschöpfung und Umsatzleistung des Planvorhabens	29
6	Auswirkungsanalyse	32
6.1	Umsatzumverteilungseffekte	32
6.2	Auswirkungen des Planvorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung	35
6.3	Einordnung des Vorhabens in die Ziele des Landesentwicklungsplans	38
7	Fazit.....	41

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Lage der Stadt Bielefeld und zentralörtliche Gliederung	9
Abbildung 2:	Gliederung der Stadt Bielefeld nach Stadtbezirken	11
Abbildung 3:	Zentrenstruktur Bielefeld.....	12
Abbildung 4:	Mikrostandort	13
Abbildung 5:	A-Zentrum Innenstadt - Räumliche Abgrenzung	16
Abbildung 6:	C-Zentrum Heeper Straße - Räumliche Abgrenzung	17
Abbildung 7:	D-Zentrum Baumheide, Rabenhof - Räumliche Abgrenzung	18
Abbildung 8:	D-Zentrum Jöllenbecker Straße (1) - Räumliche Abgrenzung	19
Abbildung 9:	D-Zentrum Jöllenbecker Straße (2) - Räumliche Abgrenzung	20
Abbildung 10:	Hauptwettbewerber im Untersuchungsgebiet.....	22
Abbildung 11:	Einzugsgebiet des Planvorhabens	27
Abbildung 12:	Regionalplan Detmold (Ausschnitt)	38

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Flächenkonzept des erweiterten Lidl-Lebensmittelmarktes	6
Tabelle 2:	Einwohner in der Stadt Bielefeld nach Stadtbezirken.....	10
Tabelle 3:	Relevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet	24
Tabelle 4:	Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet in den projektrelevanten Sortimenten	28
Tabelle 5:	Marktanteile des Lebensmitteldiscountmarktes vor und nach Erweiterung	30
Tabelle 6:	Umsatzumverteilungseffekte des Planvorhabens	34

1 Ausgangssituation, Zielsetzung und methodische Vorgehensweise

1.1 Aufgabenstellung und Zielsetzung

Die Lidl-Vertriebs GmbH & Co. KG, Paderborn plant, die am Standort Stadtheider Straße in Bielefeld ansässige Filiale abzureißen und anschließend auf dem südlich angrenzenden Nachbargrundstück einen Neubau zu errichten. Das Grundstück des heutigen Marktes soll künftig als Kundenparkplatz genutzt werden.

Im Zuge der Neubaumaßnahme soll die Verkaufsfläche (VKF) des Lebensmitteldiscountmarktes von heute etwa 1.046 m² auf ca. 1.540 m² vergrößert werden.

Die Baurechtsprüfung der Stadt Bielefeld kam zu dem Ergebnis, dass für den Verlagerungsstandort keine Verkaufsflächenbegrenzungen bestehen. Nur der derzeitige Standort des Lidl-Marktes, der Teil des neuen Bebauungsplanes wird, ist über einen vorhabenbezogenen Bebauungsplan gedeckelt. Die Stadt Bielefeld möchte das Lidl-Planvorhaben nun zum Anlass nehmen, einen Bebauungsplan mit Festsetzung eines Sondergebietes gemäß § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) aufzustellen und so die zulässigen Verkaufsflächen (max. 1.540 m²) und Sortimente (max. 10 % nicht-nahversorgungsrelevant) genau festzulegen. Damit kommt die Stadt der mit Ziel 6.5-7 Landesentwicklungsplan (LEP NRW) ausgesprochenen Empfehlung zur Überplanung von Standorten großflächiger Einzelhandelsbetriebe außerhalb zentraler Versorgungsbereiche nach.

Im Zuge des Genehmigungsverfahrens ist unter anderem der Nachweis zu erbringen, dass für den Realisierungsfall des Neubauvorhabens negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung in Bielefeld im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO ausgeschlossen werden können.

Die vorliegende Auswirkungsanalyse kann auf einem Gutachten aufbauen, das die BBE Handelsberatung GmbH im Januar 2020 vorgelegt wurde. Die damals erhobenen Daten zur Wettbewerbssituation wurden allerdings ebenso aktualisiert wie die Daten zu den Nachfragepotenzialen im Einzugsgebiet sowie die Prognoseberechnungen.

Die Ergebnisse der Analyse werden im Folgenden dargelegt.

1.2 Methodische Vorgehensweise

Die Grundlage der Analyse bilden Recherchen des Gutachters im Untersuchungsraum, der sich auf die angrenzenden Siedlungsbereiche der Stadt Bielefeld bezieht. In Ergänzung erfolgt eine Aufbereitung von sekundärstatistischen Daten. Im Einzelnen werden folgende Erhebungen und Recherchen durchgeführt:

- Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung des Projektstandortes,
- Erhebung der strukturprägenden Lebensmittelmärkte (Lebensmitteldiscounter und Vollsortimenter) 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 Ermittlung der derzeitigen und der durch das Planvorhaben beeinflussten zukünftigen Kaufkraftbewegungen wird unter Zugrundelegung der folgenden Faktoren durchgeführt:

- 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

Darauf aufbauend 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.

¹ Während beispielsweise bei Artikeln des täglichen Bedarfs (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 Bedarfs (u. a. Sportartikel oder Bekleidung/ Schuhe) das Kriterium der (vermuteten) Attraktivität.

2 Einordnung des Lidl-Vorhabens in die Marktentwicklung des Lebensmitteleinzelhandels

Wie bereits dargestellt, soll die langjährig am Standort Stadtheider Straße in Bielefeld bestehende Lidl-Filiale abgerissen und anschließend auf dem südlich angrenzenden Nachbargrundstück als Neubau neu errichtet werden. Das Grundstück des heutigen Marktes soll künftig als Kundenparkplatz genutzt werden.

Im Zuge der Neubaumaßnahme soll die Verkaufsfläche des Lebensmitteldiscountmarktes von heute etwa 1.046 m² auf ca. 1.540 m² vergrößert werden.

Das Flächenprogramm des neu aufgestellten Lidl-Lebensmitteldiscountmarktes stellt sich nach Sortimenten untergliedert wie folgt dar:

Tabelle 1: Flächenkonzept des erweiterten Lidl-Lebensmittelmarktes

Netto-Lebensmitteldiscountmarkt	Verkaufsfläche	
	absolut	in %
■ Nahrungs- und Genussmittel	1.230	80
■ Drogeriewaren	155	10
■ sonstige Sortimente (insbesondere Aktionswaren)	155	10
SUMME	1.540	100

Quelle: Angaben des Auftraggebers/ Berechnungen 2024 (Rundungsdifferenzen möglich)

Bei dem erweiterten Lebensmittelmarkt (> 800 m² VKF / > 1.200 m² BGF) wird es sich wie bereits bei dem bestehenden Lidl-Markt um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb handeln. Nahrungs- und Genussmittel werden rd. 80 % der Verkaufsfläche des neu aufgestellten Discountmarktes belegen. Ergänzt werden die nahversorgungsrelevanten Kernsortimente durch Drogeriewaren, die rd. 10 % der Verkaufsfläche angeboten werden. Somit wird der Lidl-Markt auch nach der Erweiterung einen eindeutigen nahversorgungsrelevanten Sortimentsschwerpunkt (Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren) aufweisen. Der Anteil der sonstigen Sortimente (zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente) wird bei max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche liegen. Bei den sonstigen Sortimenten handelt sich in erster Linie um wöchentlich wechselnde 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 Aktionswarenprogramm 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.

Auswirkungsanalyse • Erweiterung Lidl • Bielefeld, Stadtheider Straße

Die angestrebte Flächenentwicklung folgt dabei den Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel und insbesondere im Marktsegment der Lebensmitteldiscounter.

Um die notwendige Sortiments- und Servicekompetenz zu vermitteln, verfügen Discounter der neuesten Generation regelmäßig über 1.200 - 1.400 m² Verkaufsfläche. Teilweise werden auch Formate mit 1.500 m² VKF und mehr projiziert. Dabei realisieren die Lebensmitteldiscounter einen einheitlichen Marktauftritt, so dass der Kunde in jedem Markt des jeweiligen Betreibers das gleiche Sortiment vorfindet. Gleichzeitig wachsen die Verkaufsflächen der Lebensmitteldiscounter seit Jahren kontinuierlich. Hierfür sind vor allem folgende Gründe zu nennen:

- Die Sortimentsdiversifizierung und ansprechende Präsentation insbesondere von Frische- und Tiefkühlprodukten (Obst & Gemüse, Molkereiprodukte, Backwaren, Fleisch, Fisch) und Bio-Lebensmitteln hat neben einer qualitativen Aufwertung des Marktauftritts regelmäßig auch einen höheren Flächenbedarf zur Folge. Bei den Nonfood-Aktionsartikeln ist dagegen kein steigender Flächenbedarf zu verzeichnen.
- Großzügigere Verkehrsflächen tragen zur Vereinfachung der (logistischen) Betriebsabläufe bei, so dass den Kundinnen und Kunden mehr Platz zur Verfügung steht und gleichzeitig die Belieferung des Marktes effizienter erfolgen kann.
- Die Regalreihen werden gestreckt und insbesondere das Frischesortiment wird auf größeren Flächen präsentiert. Großzügigere Warenpräsentation und niedrigere Regalhöhen erleichtern auch mobilitätseingeschränkten Kunden den Zugang zu den Waren.

Betrachtet man das Sortimentskonzept von Lidl genauer, so ist festzustellen, dass die Ausrichtung der im Lidl-Markt vorgehaltenen Waren auch nach der geplanten Neuaufstellung und Erweiterung insbesondere auf nahversorgungsrelevante Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel / Drogeriewaren) ausgerichtet sein wird und das Sortiment in seiner Zusammensetzung durch das Vorhaben nicht verändert wird. So nehmen Frischeartikel (Obst und Gemüse, Backwaren sowie Fleisch- und Wurstwaren) mittlerweile einen deutlich höheren Stellenwert im Sortiment des Discounters ein als in früheren Filialkonzepten. Auch im Tiefkühlbereich und bei den Drogeriewaren wurden Sortimentsabrundungen vorgenommen, die sich auf den Verkaufsflächenbedarf ausgewirkt haben.

Damit übernimmt der Discountmarkt nicht mehr nur die „preisorientierte“ Versorgung im Trockensortiment, sondern deckt einen deutlich größeren Teil der Nachfrage im Bereich der wohnungsnahen Grundversorgung ab - dies gilt allerdings auch für die Wettbewerber von Lidl.

Flächenbezogene Sortimentsergänzungen außerhalb des nahversorgungsrelevanten Bereiches sind nicht vorgesehen. Vielmehr sollen die Voraussetzungen für eine großzügigere Warenpräsentation, eine verbesserte Kundenführung und eine Optimierung der innerbetrieblichen Logistikabläufe geschaffen werden. Das Planvorhaben und die damit verbundene Optimierung des Marktauftritts sind somit als Maßnahmen zur Weiterentwicklung des bestehenden Marktes zu bewerten, die der Stabilisierung und dem Ausbau der erreichten Marktposition dienen.

Der hier zu untersuchende Verkaufsflächenzuwachs wird vom Betreiber nicht zu einer Sortimentserweiterung genutzt, da Lidl-Märkte - unabhängig von ihrer jeweiligen Größe – alle das gleich Warenangebot vorhalten. Wichtigstes Ziel der projizierten Filialerweiterung ist somit nicht eine Sortimentsvergrößerung, sondern eine Rentabilitätssteigerung. Denn die Filiale kann mit einer größeren Verkaufsfläche größere

Auswirkungsanalyse • Erweiterung Lidl • Bielefeld, Stadtheider Straße

Warenmengen aufnehmen und der erweiterte Verkaufsraum erlaubt eine effektivere Bestückung der Warenpräsentation, so dass der Personalaufwand für die Warenlogistik reduziert werden kann.

Als **Zwischenfazit** bleibt somit festzuhalten, dass in jeder Lidl-Filiale – unabhängig von der Verkaufsfläche – das gleiche Sortiment angeboten wird. Darüber hinaus wird die Verkaufsfläche des in Bielefeld in der Stadtheider Straße ansässigen Filialstandorts mit zukünftig rd. 1.540 m² auch nach der angestrebten Erweiterung immer noch in einer gängigen Marktzutrittsgröße neu errichteter Lebensmitteldiscounter rangieren.

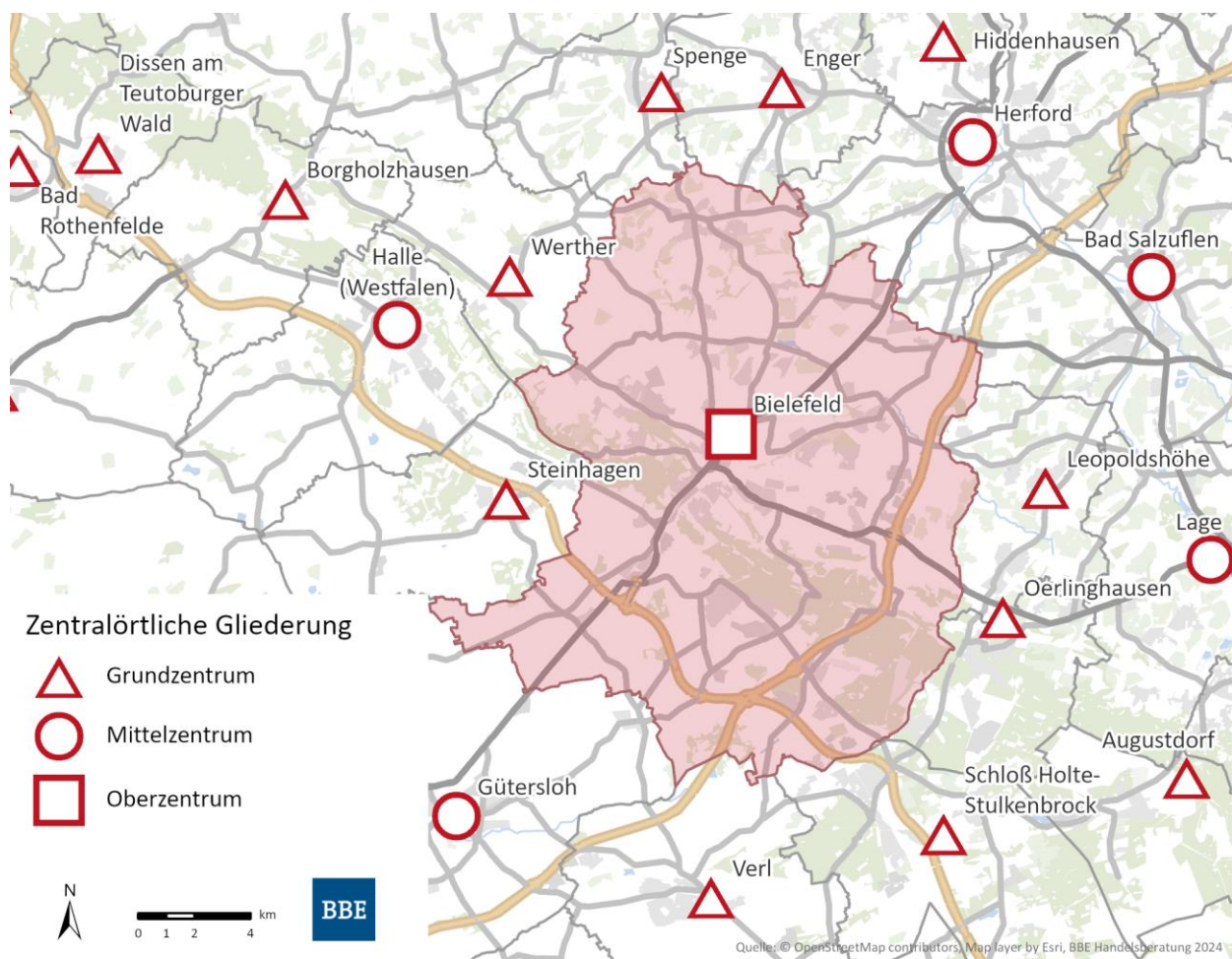
3 Standortseitige Aspekte

3.1 Makrostandort

Lage und zentralörtliche Funktion

Bielefeld ist eine kreisfreie Großstadt im Regierungsbezirk Detmold. Mit knapp 344.000 Einwohnern ist sie nicht nur die größte Stadt, sondern auch das wirtschaftliche Zentrum der Region Ostwestfalen-Lippe. Die Landesplanung weist ihr die Funktionen eines Oberzentrums zu.

Abbildung 1: Lage der Stadt Bielefeld und zentralörtliche Gliederung



Bielefeld grenzt im Norden an den Kreis Herford (Spenge, Enger, Herford), im Osten an den Kreis Lippe (Bad Salzuflen, Leopoldshöhe, Oerlinghausen) und im Westen bzw. Südwesten an den Kreis Gütersloh (Schloß Holte-Stukenbrock, Verl, Gütersloh, Steinhausen, Halle (Westf.), Werther (Westf.)).

Das Stadtgebiet wird durch den in Nordwest-Südost-Richtung verlaufenden Gebirgszug des Teutoburger Waldes gegliedert. So befinden sich die Stadtbezirke Brackwede, Senne und Sennestadt südlich des Höhenzuges, der Stadtbezirk Gadderbaum im Bereich des Höhenzuges und die nördlichen Stadtbezirke in

Auswirkungsanalyse • Erweiterung Lidl • Bielefeld, Stadtheider Straße

der angrenzenden Hügellandschaft. Die Stadt grenzt im Nordosten an den Kreis Herford, im Südosten an den Kreis Lippe und im Westen bzw. Südwesten an den Kreis Gütersloh.

Bevölkerungsdaten und Siedlungsstruktur

Die Stadt gliedert sich in 10 Stadtbezirke. Von den insgesamt rd. 344.000 Einwohnern der Stadt lebt mit knapp einem Viertel der Großteil im Stadtbezirk Mitte (81.616 EW), in dem auch das Planvorhaben verortet ist (vgl. Tabelle 2).² Die bevölkerungsreichsten Stadtbezirke sind darüber hinaus Heepen im Nordosten der Stadt, Schildesche direkt nördlich an den Bezirk Mitte angrenzend und Brackwede im Südwesten des Stadtgebietes (vgl. Abbildung 2).

Tabelle 2: Einwohner in der Stadt Bielefeld nach Stadtbezirken

Stadtbezirk	Einwohner	
	abs.	in %
Mitte	81.616	24
Schildesche	42.595	12
Gadderbaum	10.210	3
Brackwede	40.873	12
Dornberg	20.297	6
Jöllenbeck	23.309	7
Heepen	48.251	14
Stieghorst	33.110	10
Sennestadt	22.415	6
Senne	21.333	6
Stadt Bielefeld	344.009	100

Quelle: Stadt Bielefeld, Stand: 31.12.2023 (Hauptwohnsitze)

Erreichbarkeit und Verkehr

Die Stadt Bielefeld verfügt über Anbindungen an die Autobahnen A 2 (Dortmund – Berlin) und A 33 (Bielefeld – Paderborn) über die fünf Anschlussstellen Bielefeld-Süd, Bielefeld-Ost, Ostwestfalen/ Lippe, Ostwestfalendamm und Bielefeld-Senne sowie das Autobahndreieck Bielefeld. Darüber hinaus verlaufen die Bundesstraßen B 61, B 66 und B 68 durch das Stadtgebiet und sichern die regionale Erreichbarkeit.

Den öffentlichen Personennahverkehr bedienen vier Stadtbahnlinien, mehrere Regionalbahnen und ein dichtes Busnetz.

² Vgl. Stadt Bielefeld, Stand: 31.12.2023 (nur Hauptwohnsitze)

Abbildung 2: Gliederung der Stadt Bielefeld nach Stadtbezirken



Auswirkungsanalyse • Erweiterung Lidl • Bielefeld, Stadtheider Straße

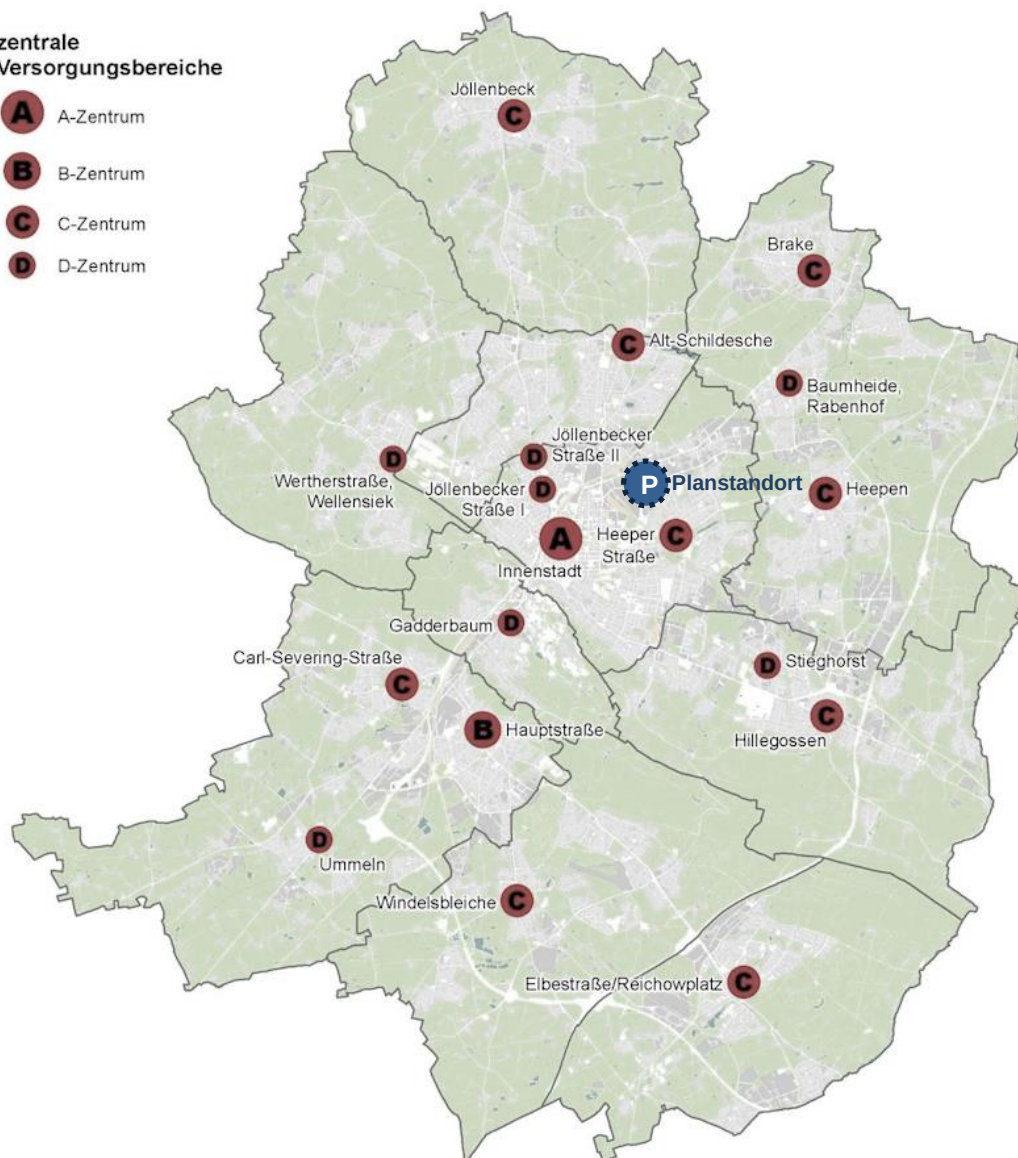
Einzelhandelsstrukturen

Die Einzelhandelszentralität stellt das Verhältnis von einzelhandelsrelevanter Kaufkraft der Bielefelder Bevölkerung und den getätigten Umsätzen des Bielefelder Einzelhandels dar. Eine Zentralität von über 100 bedeutet, dass die Stadt per Saldo von Kaufkraftzuflüssen profitiert. Die Stadt Bielefeld weist derzeit eine Einzelhandelszentralität von 119,3 auf, so dass der Bielefelder Einzelhandel hohe Kaufkraftzuflüsse generieren kann. Das Kaufkraftniveau in Bielefeld liegt aktuell bei 95,9 und somit leicht unter dem Bundesdurchschnitt.³

Abbildung 3: Zentrenstruktur Bielefeld

zentrale
Versorgungsbereiche

- A** A-Zentrum
- B** B-Zentrum
- C** C-Zentrum
- D** D-Zentrum



Quelle: www.bielefeld.de, Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes (Fassung des Ratsbeschlusses vom 11.07.2019)

³ Vgl. MB-Research, Einzelhandelszentralität 2023 in Deutschland/ Kaufkraft für Sortimente 2023 in Deutschland, Stadt Bielefeld

3.2 Mikrostandort

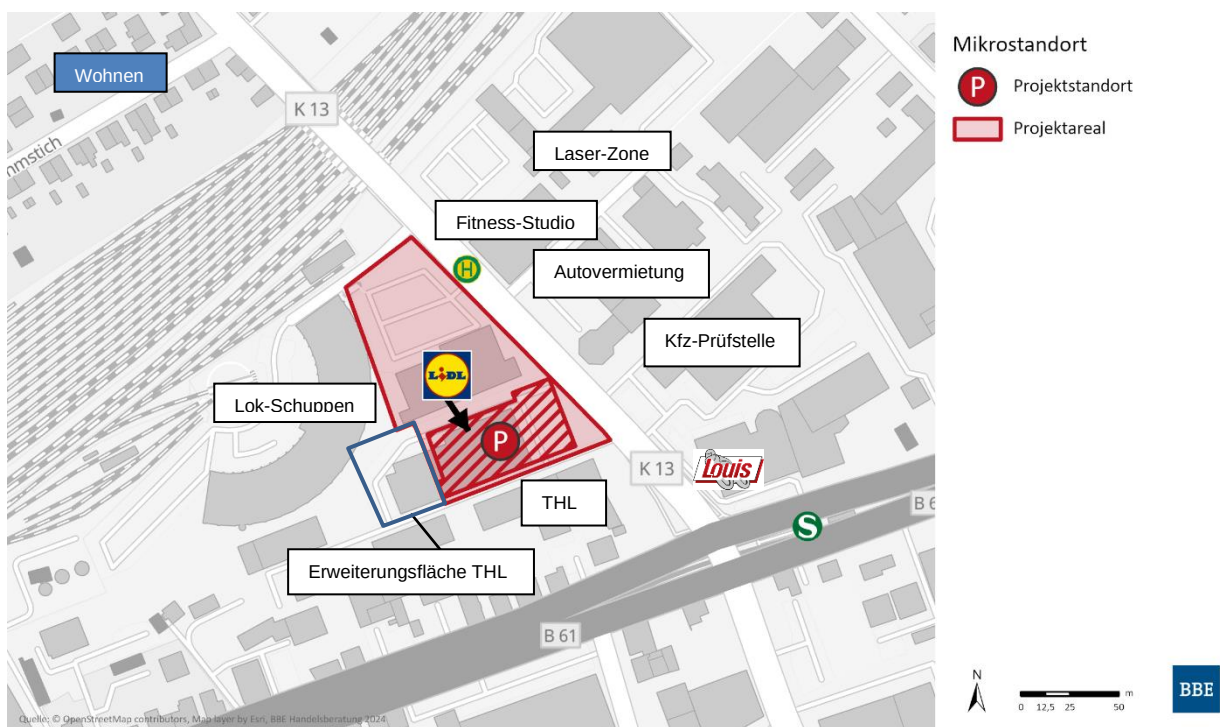
Lage des Projektgrundstücks und Nutzungsumfeld

Der Planstandort liegt an der Stadtheider Straße im nördlichen Bereich des Stadtbezirkes Mitte in räumlicher Nähe zum Stadtbezirk Schildesche. Das Areal grenzt im Osten und Süden an die Stadtheider Straße. Im Norden verläuft eine Bahntrasse.

Das nähere Standortumfeld wird vorrangig durch eine Mischnutzung, bestehend aus unterschiedlichen gewerblichen Betrieben (u. a. Kfz-Prüfstätte, Autovermietung), Büronutzungen sowie Freizeiteinrichtungen und Veranstaltungsstätten geprägt. Das weitere Umfeld entlang der Herforder Straße ist durch gewerblich geprägte Nutzungen gekennzeichnet.

Der Lidl-Markt soll auf die südlich angrenzende Fläche verlagert werden, die ebenfalls im Eigentum des Vorhabenträgers steht.

Abbildung 4: Mikrostandort



Die nördlich des Planstandortes verlaufende Bahntrasse bildet eine städtebauliche Zäsur zu den Wohnquartieren im Bereich Am Lehmstich/ Wichernstraße. Aufgrund von beidseitig der Stadtheider Straße geführte Fuß- und Radwegen stellt die Bahntrasse jedoch keine ausgeprägte Barriere dar und auch diese nördlich gelegenen Wohngebiete sind fußläufig an das Lidl-Grundstück angebunden.

Ebenso sichert ein zwischen Stadtheider Straße und Schillerstraße verlaufender Fußweg die fußläufige Anbindung der Wohngebiet im Bereich der Steubenstraße.

Auswirkungsanalyse • Erweiterung Lidl • Bielefeld, Stadtheider Straße

Verkehrliche Situation

Die verkehrliche Anbindung des Mikrostandortes erfolgt funktionsgerecht über die Stadtheider Straße (K 1), die in ihrer Verlängerung einerseits den Anschluss an den nördlich gelegenen Stadtbezirk Schildesche und andererseits in südlicher Richtung eine Anbindung an die B 61 („Herforder Straße“) sowie den südlichen Teil der Stadtbezirke Mitte herstellt.

In unmittelbarer Nähe des Projektareals befindet sich die Bushaltestelle „Ringlokschuppen“, die allerdings nur von einem Nachtbus (Linie N8) angefahren wird. Über den Haltepunkt „Stadtheider Straße“, der sich in fußläufiger Entfernung südlich des Planstandortes befindet, besteht jedoch Anschluss an die Stadtbahnlinie 2. Hierdurch wird eine gute Anbindung an das restliche Bielefelder Stadtgebiet ermöglicht. Auch für nicht-motorisierte Kunden ist der Standort durch straßenbegleitende Fuß- und Radwege gut zu erreichen (siehe vorstehende Ausführungen und Abbildung 4).

Genehmigungsrechtliche Situation

Wie bereits eingangs dargelegt, kam die Baurechtsprüfung der Stadt Bielefeld zu dem Ergebnis, dass für den Verlagerungsstandort keine Verkaufsflächenbegrenzungen bestehen. Nur der derzeitige Standort des Lidl-Marktes, der Teil des neuen Bebauungsplanes wird, ist über einen vorhabenbezogenen Bebauungsplan gedeckelt. Die Stadt Bielefeld möchte das Lidl-Planvorhaben nun zum Anlass nehmen, einen Bebauungsplan mit Festsetzung eines Sondergebietes gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO aufzustellen und so die zulässigen Verkaufsflächen (max. 1.540 m²) und Sortimente (max. 10 % nicht-nahversorgungsrelevant) genau festzulegen.

Funktionale Lage und Einordnung in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bielefeld

Das Planareal befindet sich gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bielefeld⁴ außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches.

Der Planstandort nimmt eine verkehrszentrale Lage innerhalb des Sonderstandortes Eckendorfer Straße/ Herforder Straße ein. Der Standortbereich Eckendorfer Straße/ Herforder Straße weist eine Mischung gewerblicher, dienstleistungs- und einzelhandelsbezogener Nutzungen auf.

Gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bielefeld genießen die Einzelhandelsstandorte des großflächigen Einzelhandels sowie die Sonderstandorte mit Teilfunktion Nahversorgung grundsätzlich Bestandsschutz. Entwicklungen und Umstrukturierungen sind unter Berücksichtigung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes unter besonderer Berücksichtigung des Zentrumschutzes und des Ausschlusses von negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die Bielefelder Versorgungsstruktur im Einzelfall möglich.

⁴ Fortschreibung, Beschlussfassung Juli 2019

4 Wettbewerbssituation

Um Aussagen über die wettbewerblichen Rahmenbedingungen sowie mögliche durch die geplante Neuaufstellung und Erweiterung des Lidl-Lebensmitteldiscountmarktes in Bielefeld hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen treffen zu können, ist eine Betrachtung der Angebotsstrukturen im Standortumfeld des Lebensmittelmarktes erforderlich.

Die Wettbewerbssituation wird im projektierten nahversorgungsrelevanten Kernsortiment (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) wesentlich durch die Lebensmittelmärkte geprägt. Dies resultiert daraus, dass Systemwettbewerber (= Discountmärkte, Supermärkte, Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser) als Betriebe, die dem Versorgungseinkauf dienen und eine große Sortimentsüberschneidung mit dem Vorhaben aufweisen, in einen stärkeren Wettbewerb mit dem Planvorhaben treten als das Lebensmittelhandwerk oder spezialisierte Lebensmittelfachgeschäfte (z. B. Weinhändler, Obst- und Gemüsehändler, Bioläden) bzw. der sonstige Fachhandel.

Die Analyse der Wettbewerbssituation trägt diesem Umstand Rechnung, so dass in erster Linie die strukturprägenden Lebensmittelanbieter im Untersuchungsraum betrachtet werden, welche sich auf die statistischen Bezirke Pauluskirche, Nord-Park, Stadtwerke, Güterbahnhof Ost, Hammer-Mühle (teilweise), Heeper Fichten, Fuhrpark, Kammerratsheide, Bauerschaft Schildesche, Vorwerk-Schildesche (teilweise), Johannesstift, Sudbrack (teilweise) und Baumheide (teilweise) beziehen.

Alle relevanten Wettbewerber im Untersuchungsgebiet wurden von der BBE Handelsberatung GmbH differenziert nach Standort, Verkaufsfläche sowie Sortimentsschwerpunkt erhoben. Die Erhebungsergebnisse werden im Folgenden zusammengefasst dargestellt.

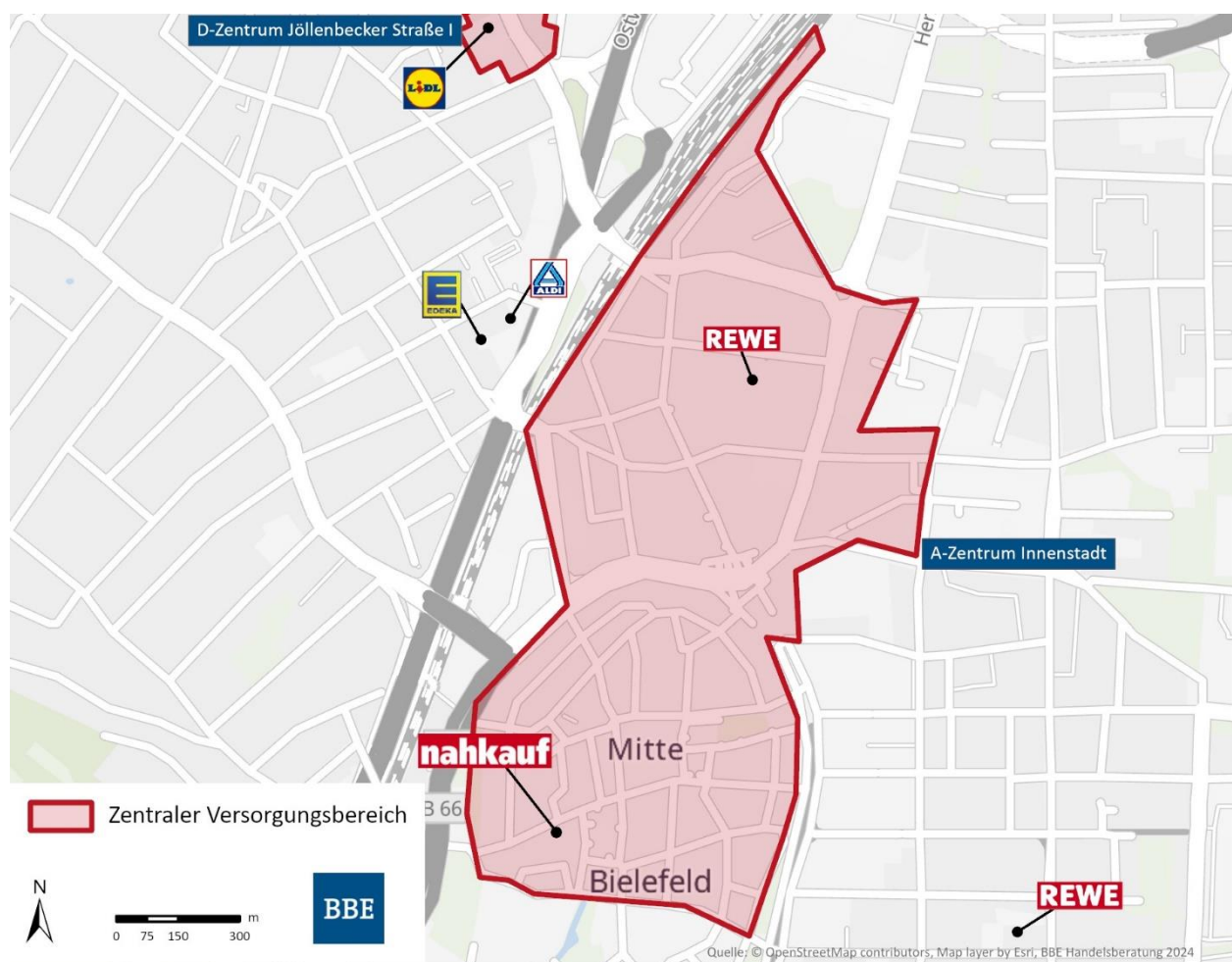
Den erfolgten Umsatzschätzungen liegen somit detaillierte Vor-Ort-Recherchen zu Grunde. Ausgehend von betriebsformen- bzw. betreiberspezifischen Durchschnittswerten werden darüber hinaus weitere relevante Einflussfaktoren berücksichtigt (u. a. das ansprechbare Kaufkraftvolumen, die Wettbewerbssituation, die Attraktivität der Anbieter, die Verkaufsflächendimensionierung, die Stellplatzsituation etc.) und in die jeweilige Umsatzprognose mit eingestellt.

Im Rahmen der Wettbewerbsanalyse sind mit dem A-Zentrum „Innenstadt“, dem C-Zentrum „Heeper Straße“ und den drei D-Zentren „Baumheide, Rabenhof“, „Jöllennecker Straße (1)“ und „Jöllennecker Straße Mitte (2)“ insgesamt fünf zentrale Versorgungsbereiche untersuchungsrelevant.

Auswirkungsanalyse • Erweiterung Lidl • Bielefeld, Stadtheider Straße

Die **A-Zentrum Bielefelder Innenstadt** befindet sich in rd. 2 Kilometern Entfernung zum Planstandort und weist eine regional ausstrahlende Bedeutung auf. Projektrelevant ist vor allem der **Rewe-Markt** (rd. 1.000 m² VKF) im Untergeschoss des im Herbst 2017 eröffneten innerstädtischen Shopping-Centers LOOM. Aufgrund der 1a-Lage im frequenzstarken LOOM erfüllt der Markt analog zur Funktion der Bielefelder Innenstadt eine über die reine Nahversorgung hinausgehende Versorgungsfunktion und bedient in erster Linie die Besucher des Zentrums. Ein innerstädtischer Nahversorger ist der **Nahkauf-Markt** (rd. 250 m² VKF) an der Obernstraße in der Altstadt. Ergänzt wird das nahversorgungsrelevante Angebot der genannten Anbieter u. a. durch die Drogeriemärkte von dm, Rossmann und Müller sowie Betriebe des Ladenhandwerks und einzelne Fachgeschäfte, wenngleich sich hier aufgrund der geringen Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben keine relevanten Wettbewerbsbeziehungen ergeben.

Abbildung 5: Hauptwettbewerber im A-Zentrum Innenstadt

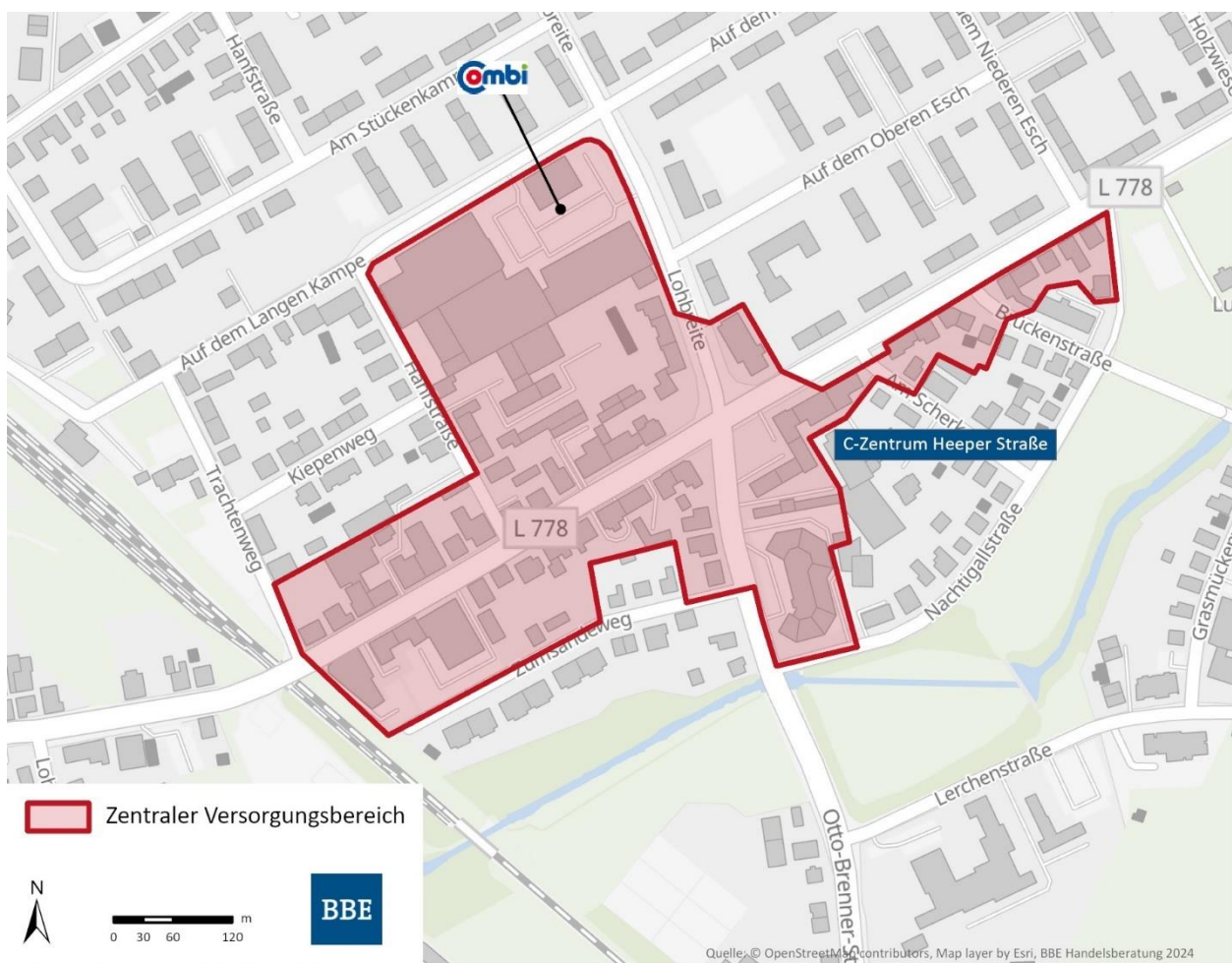


Auswirkungsanalyse • Erweiterung Lidl • Bielefeld, Stadtheider Straße

Das **C-Zentrum Heeper Straße** befindet sich in knapp 2,5 Kilometern Entfernung zum Vorhabenstandort. Es erstreckt sich entlang der Heeper Straße um den Kreuzungsbereich Heeper Straße/ Lohbreite/ Otto-Brenner-Straße. Dem Zentrum ist die Versorgungsfunktion als Nebenzentrum mit nahversorgungsrelevanter Ausrichtung (C-Zentrum) für den nordöstlichen Teilbereich des Stadtbezirkes Mitte zugewiesen worden. Entsprechend der Funktionszuweisung befindet sich mit dem **Combi-Markt** an der Lohbreite ein Vollsortimenter zur Nahversorgung der umliegenden Bevölkerung innerhalb des Zentrums.

- **Combi-Supermarkt** (rd. 1.300 m² VKF): Lohbreite, moderne und leistungsfähige Betriebsstätte, Bäcker als Konzessionär, rückwärtige Lage innerhalb des Zentrums, angemessene Stellplatzanlage.

Abbildung 6: Hauptwettbewerber im C-Zentrum Heeper Straße



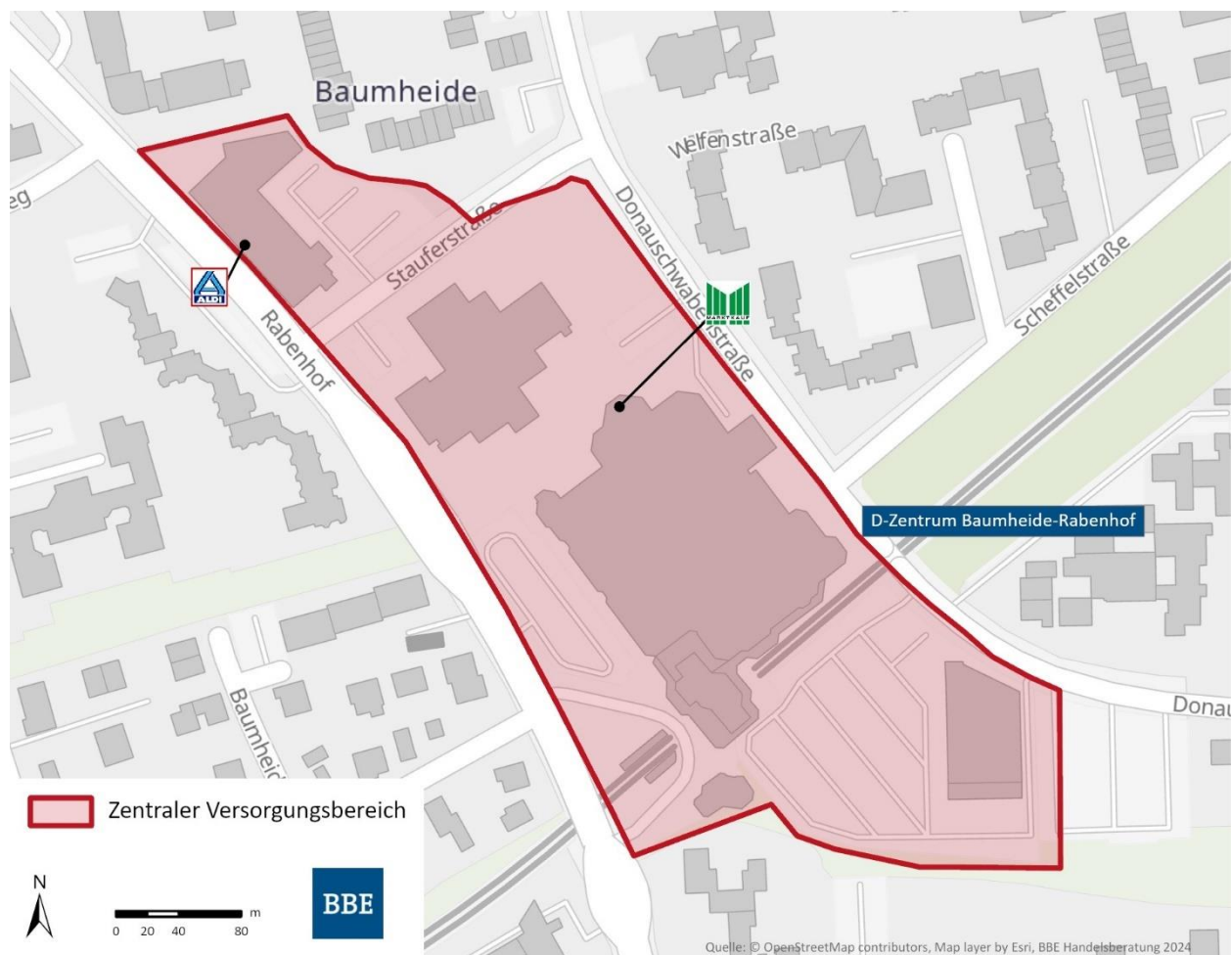
Auswirkungsanalyse • Erweiterung Lidl • Bielefeld, Stadtheider Straße

Das **D-Zentrum Baumheide, Rabenhof** im Stadtbezirk Heepen, dessen Angebot sich auf einen Aldi Nord-Discountmarkt sowie das SB-Warenhaus Marktkauf als Hauptanbieter konzentriert, befindet sich in einer Entfernung von etwa 4 km zum Vorhabenstandort. In die Abgrenzung des D-Zentrums wurde neben dem Einkaufszentrum auch der benachbarte Bahnhofsbereich der Stadtbahn integriert. Der nahversorgungsrelevante Angebotsbesatz erschließt insbesondere aufgrund des großen SB-Warenhauses neben der Versorgung der angrenzenden Siedlungsquartiere auch ein erweitertes Einzugsgebiet.

Hauptanbieter sind:

- **Aldi Nord-Lebensmitteldiscounter** (rd. 1.200 m² VKF): Rabenhof, Magnetbetrieb des Zentrums, moderner Marktauftritt, seit der erfolgten Modernisierung in seiner Wettbewerbsfähigkeit deutlich gestärkt, vergleichsweise kleine Stellplatzanlage.
- **Marktkauf-SB-Warenhaus** (5.700 m² VKF): Rabenhof, Magnetbetrieb des Zentrums, zeitgemäßer Marktauftritt, separater Marktkauf-Getränkemarkt, weitere Nutzungen in vorgelagerter Ladenzeile (u. a. Friseur, Apotheke, Optiker, Gastronomie).

Abbildung 7: Hauptwettbewerber im D-Zentrum Baumheide, Rabenhof



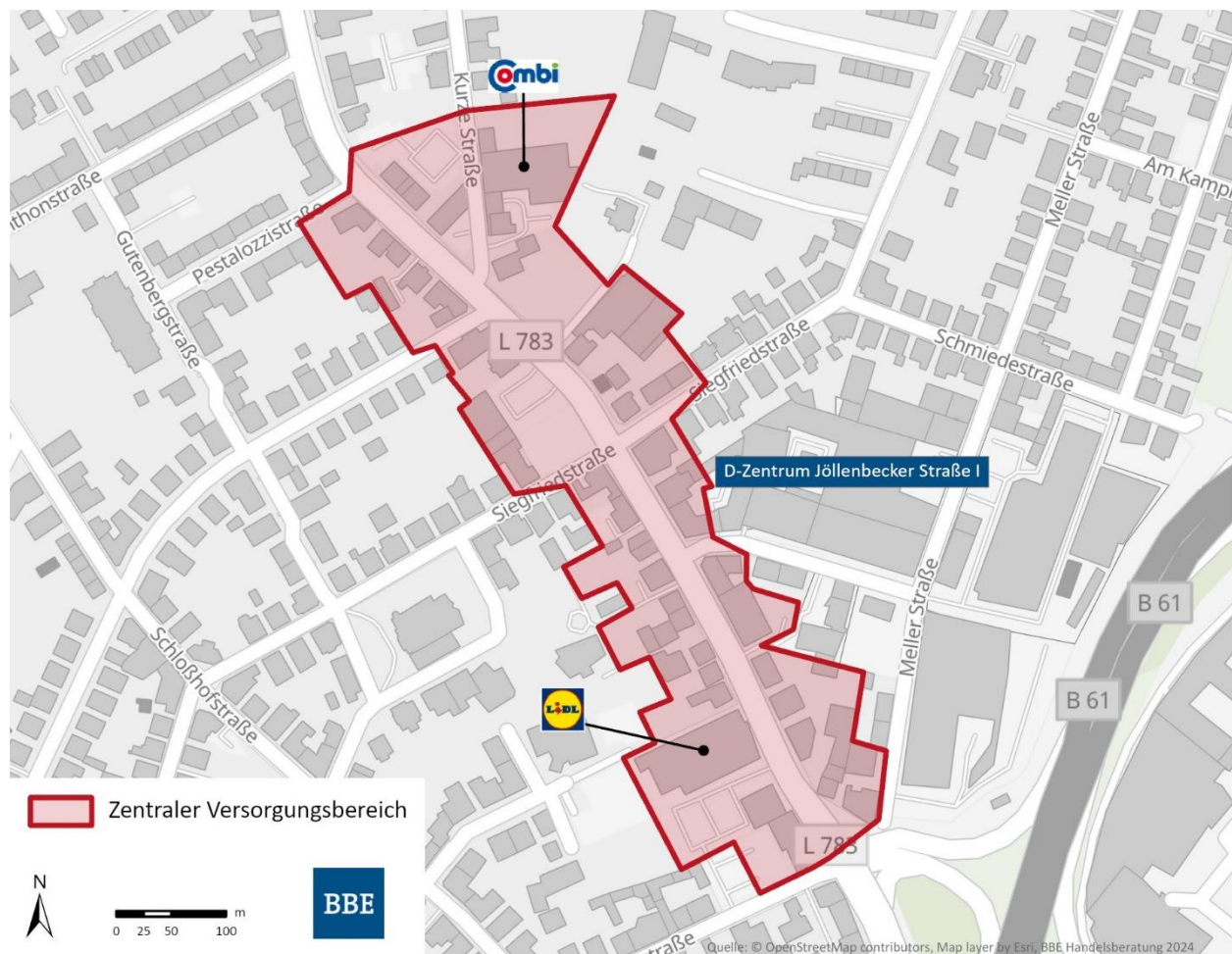
Auswirkungsanalyse • Erweiterung Lidl • Bielefeld, Stadtheider Straße

Entlang der Jöllenbecker Straße finden sich im Stadtbezirk Mitte zwei zentrale Versorgungsbereiche. Das **D-Zentrum Jöllenbecker Straße (1)** erstreckt sich von der Weststraße im Süden entlang der Jöllenbecker Straße bis zur Pestalozzistraße im Norden und schließt den Combi-Standort an der Kurze Straße ein. Die Fahrdistanz zum Vorhabenstandort beträgt etwa 2,5 Kilometer.

Magnetbetriebe für das Zentrum sind der dort ansässige Lebensmitteldiscounter Lidl sowie der Supermarkt Combi. Die auf dem Grundstück Jöllenbecker Str. 41 in Bielefeld ansässige **Lidl-Filiale** wurde modernisiert und auf ca. 1.140 m² Verkaufsfläche erweitert. Der **Combi-Markt** (rd. 1.000 m² VKF) am Standort „Kurze Straße“ weist einen nur eingeschränkt wettbewerbsfähigen Marktauftritt (wenige Stellplätze, schlecht einsehbare Lage) auf.

Die beiden Lebensmittelmärkte Lidl und Combi sind die wesentlichen Träger der wohnungsnahen Grundversorgung für die angrenzenden Wohnsiedlungen. Die Versorgungsfunktion der beiden Anbieter wird durch einzelne kleinteilige, nahversorgungsrelevante Anbieter ergänzt.

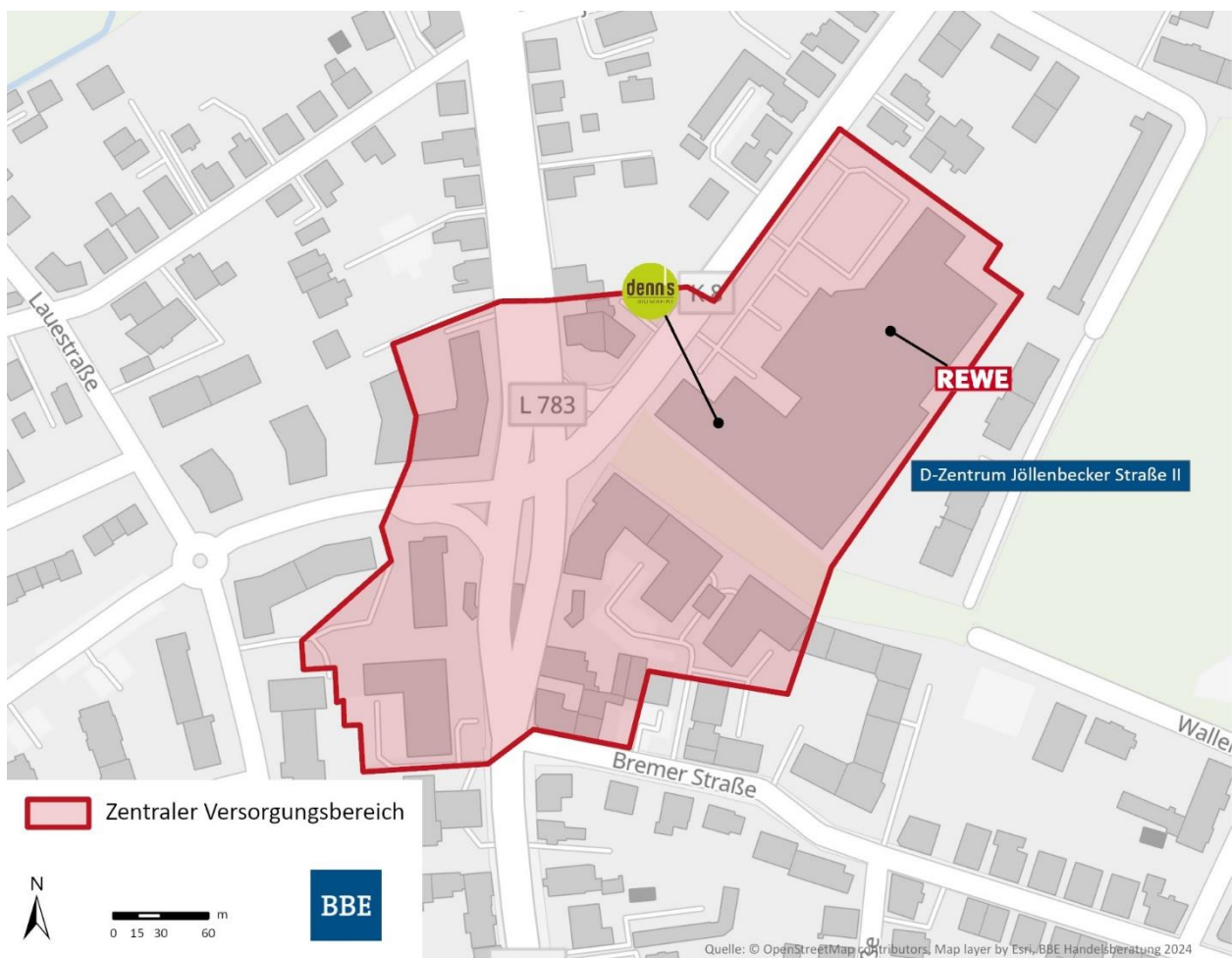
Abbildung 8: Hauptwettbewerber im D-Zentrum Jöllenbecker Straße (1)



Auswirkungsanalyse • Erweiterung Lidl • Bielefeld, Stadtheider Straße

Im nördlichen Verlauf der Jöllenbecker Straße befindet sich das **D-Zentrum Jöllenbecker Straße (2)**, das sich entlang des Kreuzungsbereiches Jöllenbecker Straße/ Apfelstraße/ Albert-Schweitzer-Straße erstreckt. Räumlicher sowie funktionaler Schwerpunkt ist das Einkaufszentrum „Nordpark Center“, das sich in einem denkmalgeschützten, ehemaligen Fabrikgebäude befindet. Das Nordpark Center ist Standort mehrerer Einzelhandelsbetriebe. Untersuchungsrelevant sind ein **Rewe-Supermarkt** (rd. 1.400 m² VKF) und ein **denn's Biomarkt** (rd. 700 m² VKF). Ergänzt wird das nahversorgungsrelevante Angebot durch einen dm-Drogeriemarkt (rd. 650 m² VKF) sowie eine Bäckerei und eine Apotheke. Darüber hinaus sind ein Action-Nonfood-Discountmarkt, ein Reno-Schuhfachmarkt, Ernsting's Family sowie ein Blumenladen am Standort vertreten. Dem Center ist eine gemeinsame Stellplatzanlage vorgelagert. Der Agglomerationsstandort ist aufgrund seiner Angebotsvielfalt und des äußeren Erscheinungsbildes äußerst attraktiv und leistungsfähig aufgestellt. Ergänzt wird die Zentrenfunktion durch die weiteren Nutzungen entlang der Jöllenbecker Straße (u. a. Volksbank-Filiale).

Abbildung 9: Hauptwettbewerber im D-Zentrum Jöllenbecker Straße (2)



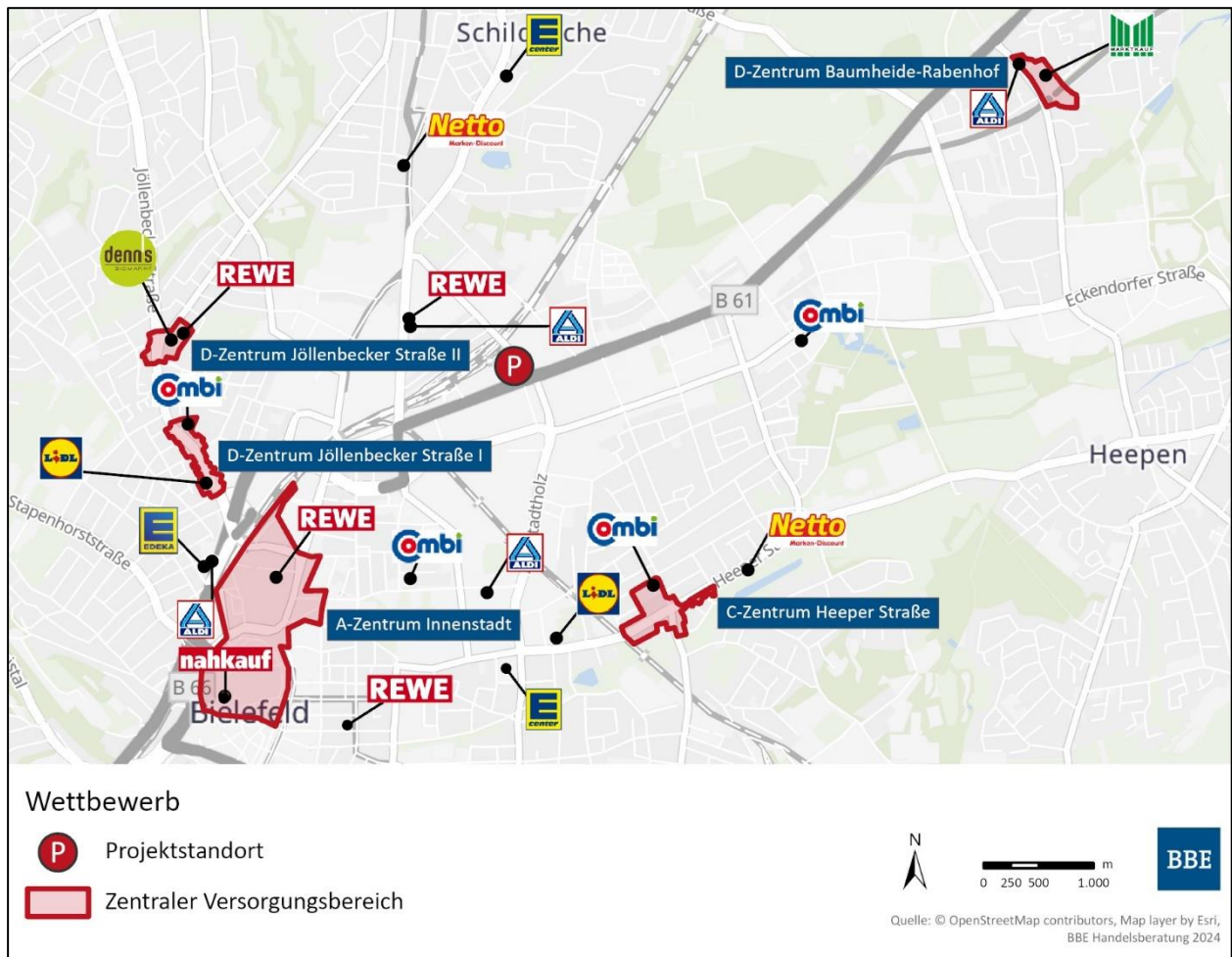
Auswirkungsanalyse • Erweiterung Lidl • Bielefeld, Stadtheider Straße

Darüber hinaus finden sich außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum solitäre **Nahversorgungsstandorte**, die überwiegend eine Grundversorgung für die jeweils umliegenden Wohnsiedlungsbereiche übernehmen. Dazu zählen:

- **Combi-Supermarkt** (rd. 1.000 m² VKF): Dr.-Viktoria-Steinbiß-Straße, rd. 2 Kilometer Entfernung zum Planstandort, durchschnittlicher Marktauftritt und Betriebsanlage in siedlungsintegrierter Lage.
- **Netto-Lebensmitteldiscounter** (rd. 500 m² VKF): Heeper Straße, rd. 2 Kilometer Entfernung zum Planstandort, kleinformartige, moderne Betriebsanlage, siedlungsintegrierte Lage.
- **Lidl-Lebensmitteldiscountmarkt** (rd. 1.100 m² VKF): Heeper Straße, rd. 2 Kilometer Entfernung zum Planstandort, Ausrichtung auf Grundversorgung seines Nahbereichs.⁵
- **Aldi Nord-Lebensmitteldiscountmarkt** (ca. 750 m² VKF): Große-Kurfürsten-Straße, rd. 2,5 Kilometer Entfernung zum Planstandort, Standortgemeinschaft mit Edeka.
- **Edeka-Supermarkt** (ca. 900 m² VKF): Große-Kurfürsten-Straße, rd. 2,5 Kilometer Entfernung zum Planstandort, Standortgemeinschaft mit Aldi Nord.

⁵ Für diesen Markt wird nach Auskunft der Fa. Lidl in Kürze eine Baugenehmigung nach § 34 BauGB für 1.375 m² Verkaufsfläche erteilt.

Abbildung 10: Hauptwettbewerber im Untersuchungsgebiet



Sonderstandorte

■ SO Beckhausstraße

Rewe-Supermarkt (rd. 1.800 m² VKF): Beckhausstraße, rd. 1 Kilometer Entfernung zum Planstandort, moderner Marktauftritt, großzügige Stellplatzanlage, Bäcker als Konzessionär, Standortgemeinschaft mit Aldi Nord-Markt.

Aldi Nord-Lebensmitteldiscountmarkt (rd. 1.300 m² VKF): Beckhausstraße, rd. 1 Kilometer Entfernung zum Planstandort, moderner Marktauftritt, großzügige Stellplatzanlage, Bäcker als Konzessionär, Standortgemeinschaft mit Rewe-Markt.

■ SO Eckendorfer Straße/ Herforder Straße

Combi-Supermarkt (rd. 1.500 m² VKF): Eckendorfer Straße, rd. 2 Kilometer Entfernung zum Planstandort, durchschnittlicher Marktauftritt, großzügige Stellplatzanlage, Bäcker als Konzessionär, Nähe zu Fachmärkten (u. a. Teddy Toys, Möbelhandel).

Auswirkungsanalyse • Erweiterung Lidl • Bielefeld, Stadtheider Straße

■ SO Engersche Straße

Edeka-Supermarkt (rd. 2.200 m² VKF): Engersche Straße, rd. 2 Kilometer Entfernung zum Planstandort, moderner Marktauftritt, großzügige Stellplatzanlage, Bäcker als Konzessionär, Nähe zu Fachmärkten (u. a. MediaMarkt, dm, Woolworth und Kik).

Sonstige Standorte (ohne Einstufung im Einzelhandelskonzept 2018)

- **Aldi Nord-Lebensmitteldiscounter** (rd. 1.300 m² VKF): Werner-Bock-Straße, rd. 2 Kilometer Entfernung zum Planstandort, moderne und leistungsfähige Betriebsstätte, gewerblich geprägtes Umfeld.
- **Netto-Lebensmitteldiscounter** (rd. 700 m² VKF): Beckhausstraße, rd. 1,5 Kilometer Entfernung zum Planstandort, Betriebsstätte mit durchschnittlichem Marktauftritt, Bäckerei angegliedert.

Als **Zwischenfazit** ist festzuhalten, dass sich der vorhabenrelevante Wettbewerb im Wesentlichen auf die größeren Lebensmittelmärkte im Umfeld bezieht. Aufgrund der größeren räumlichen Entfernungen und der damit einhergehenden Pkw-Fahrzeiten sind hingegen nur eingeschränkte Wettbewerbsbeziehungen zu den im weiteren Stadtgebiet von Bielefeld oder in Nachbarkommunen vorhandenen Angebotsstrukturen zu unterstellen.

Nach Wettbewerbslagen differenziert, stellt sich die relevante Angebotsstruktur in der Stadt Bielefeld wie folgt dar:

Auswirkungsanalyse • Erweiterung Lidl • Bielefeld, Stadtheider Straße

Tabelle 3: Relevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet

Wettbewerbsbetriebe am Standort: ¹	Verkaufsfläche	Umsatz
	in m²	in Mio. € p.a.
■ A-Zentrum Innenstadt (Rewe, nahkauf)	1.250	5,8
■ C-Zentrum Heeper Straße (Combi)	1.300	5,3
■ D-Zentrum Baumheide, Rabenhof (Aldi Nord, Marktkauf)	6.900	32,6
■ D-Zentrum Jöllenbecker Straße (1) (Lidl, Combi)	2.140	13,4
■ D-Zentrum Jöllenbecker Straße (2) (Rewe, denn's)	2.100	9,8
■ SO Beckhausstraße (Aldi Nord, Rewe)	3.100	16,8
■ SO Eckendorfer Straße/ Herforder Straße (Combi)	1.500	6,2
■ SO Engersche Straße (Edeka)	2.200	11,0
■ Solitäre NV-Standorte (Aldi Nord, Combi, Edeka, Lidl, Netto)	4.250	28,2
■ Sonstige Standorte (Aldi Nord, Netto)	2.000	12,2
Summe	26.740	141,3

¹ ohne zu untersuchenden Lidl-Markt
Quelle: BBE-Erhebungen/ Berechnungen 2024 (Rundungsdifferenzen möglich)

5 Nachfrageanalyse – Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung

5.1 Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial

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 Planvorhaben eine hohe Versorgungsbedeutung übernehmen wird.

Das Einzugsgebiet für das Untersuchungsobjekt wird unter Berücksichtigung der Angebots- und Nachfragesituation bestimmt. Dabei sind für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung grundsätzlich folgende Faktoren von Bedeutung:

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung in den geplanten Sortimentsbereichen,
- der vom Kunden in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,⁶
- die projektrelevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Anbieter im Standortumfeld,
- die Attraktivität des Vorhabens, die u. a. durch die Dimensionierung, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad der Betreiber bestimmt wird,
- die Standortgunst des Vorhabengrundstücks, die u. a. aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten sowie aus vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen ausgehend von z. B. topografischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten,
- traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung,
- die zentralörtliche Funktion der Stadt.

Dazu ist anzumerken, dass ein Einzugsgebiet grundsätzlich nicht als statisches Gebilde anzusehen ist, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil eines Betriebes oder Standortverbundes stammt. Darüber hinaus können diffuse Zuflüsse von außerhalb erwartet werden.

Für das Planvorhaben nehmen folgende Faktoren Einfluss auf die räumliche Ausdehnung des Kundenherkunftsgebietes:

- Aufgrund des nahversorgungsbezogenen Angebotsschwerpunktes (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) des zu betrachtenden Lebensmitteldiscountmarktes stellt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand grundsätzlich einen begrenzenden Faktor dar.

⁶ 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).

Auswirkungsanalyse • Erweiterung Lidl • Bielefeld, Stadtheider Straße

- Der zu betrachtende Lebensmittelmarkt wird demnach in erster Linie die Bevölkerung in den umliegenden Siedlungsbereichen ansprechen.
- Da im weiteren Standortumfeld umfangreiche Versorgungsstrukturen des Lebensmitteleinzelhandels vorzufinden sind und sich die dort lebende Bevölkerung demnach wohnortnah versorgen kann, ist keine wesentliche Orientierung aus einer größeren Entfernung innerhalb der Stadt Bielefeld oder aus den Umlandkommunen auf die zu erweiternde Lidl-Filiale anzunehmen.

Der zu untersuchende Lidl-Markt übernimmt im Wesentlichen eine Nahversorgungsfunktion für die benachbarten Wohnsiedlungsbereiche der Stadt Bielefeld.

So sind die Einwohner im Nahbereich in hohem Maße auf den Lidl-Markt ausgerichtet und somit der Zone I des Einzugsgebietes zuzurechnen. Die **Zone I** umfasst somit ca. 6.360 Einwohner. Für die angrenzenden Siedlungsgebiete übernimmt der Lidl-Markt ergänzende Versorgungsfunktionen mit einer geringen Kundenbindungsintensität (**Zone II**: ca. 13.110 Einwohner).

Damit umfasst das unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation und der Siedlungsstruktur abzugrenzende **Einzugsgebiet derzeit ca. 19.470 Einwohner**.

Über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinaus sind insbesondere aufgrund der verkehrsgünstigen Lage in Bielefeld zusätzlich Kunden von außerhalb zu erwarten. Diese werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als sog. „**diffuse Umsatzzuflüsse**“ berücksichtigt. Die diffusen Umsatzzuflüssen werden v. a. durch Einwohner aus dem weiteren Stadtgebiet von Bielefeld, die in erster Linie über eigene umfassende Versorgungsstrukturen verfügen oder deutlich anderen Angebotsstandorten zugewandt sind, aber dennoch Zufallskäufe dort tätigen, sowie durch Berufspendler aus dem erweiterten Umland erwirtschaftet.

Da sich die Kaufkraftabschöpfung außerhalb des Einzugsgebiets auf einen vergleichsweise großen Raum bezieht, und die Kaufkraftabschöpfung hier so gering ist, dass diese nicht mehr exakt für diese Herkunftsgebiete prognostiziert werden kann, sind die Wohnorte dieser Kundengruppen nicht mehr zum Einzugsgebiet des Planvorhabens zu zählen.

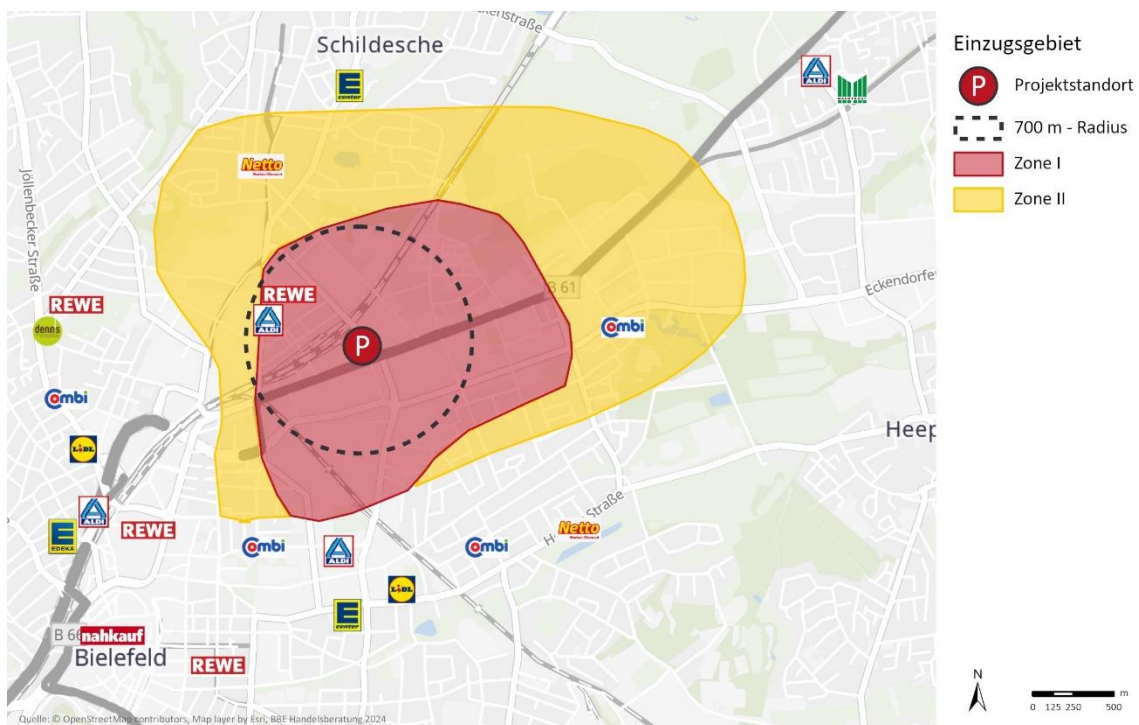
Mit einer Ausdehnung des Einzugsgebietes wird für den Realisierungsfall der geplanten Erweiterung des Lebensmittelmarktes vonseiten der Gutachter nicht gerechnet. Somit wird auch der erweiterte Lebensmitteldiscountmarkt vornehmlich (Nah-) Versorgungsfunktionen für die Bevölkerung in den umliegenden Siedlungsbereichen der Stadt Bielefeld übernehmen. Hierfür sprechen mehrere Gründe:

- Wie in Kapitel 2.4 bereits dargelegt, dient die Vergrößerung der Verkaufsfläche nicht der Veränderung der Sortimentsausrichtung, sondern primär der verbesserten Warenpräsentation und der Vereinfachung der logistischen Abläufe. Somit wird auch bei dem neu errichteten und erweiterten Lebensmitteldiscountmarkt der eindeutige Sortimentsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Kernsortiment liegen.
- Die Lidl-Filiale wird in Bezug auf ihr Sortiment somit künftig die gleichen Funktionen wie heute ausüben und weiterhin im Wesentlichen die innerhalb des Einzugsgebietes lebende Bevölkerung ansprechen. Neue Warengruppen, die unter Umständen einen Einfluss auf das Einzugsgebiet ausüben könnten, werden nicht in das Angebot aufgenommen.

Auswirkungsanalyse • Erweiterung Lidl • Bielefeld, Stadtheider Straße

- Darüber hinaus ist die Lidl-Filiale am Planstandort bereits seit Jahren am Markt etabliert, so dass sich die Einkaufsorientierungen und damit das Einkaufsverhalten der Verbraucher im Untersuchungsraum bereits im Wesentlichen herausgebildet haben. Die angestrebte Verkaufsflächenerweiterung wird somit nicht mit einer grundlegenden Veränderung der bestehenden Kunden- und Kaufkraftströme einhergehen – damit sind zugleich Umsatzsteigerungen Grenzen gesetzt.
- Die geplante Verkaufsflächenerweiterung um max. 494 m² wird bei unverändertem Sortiment somit nicht dazu führen, dass die nach außen gerichtete Kundenansprache gravierend verändert wird.

Abbildung 11: Einzugsgebiet des Planvorhabens



Quelle: BBE-Darstellung 2024

Das **vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen** errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag von aktuell ca. 3.115 € für nahversorgungsrelevante Sortimente, wovon 2.748 € auf Nahrungs- und Genussmittel entfallen⁷, gewichtet mit der gemeindespezifischen Kaufkraftkennziffer.

Die Höhe der **Kaufkraftkennziffer** wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer stellt unabhängig von der Gemeindegröße das Verhältnis des in Bielefeld verfügbaren Nettoeinkommens zum Gesamteinkommen in Deutschland dar, welches für Ausgaben im Einzelhandel zur

⁷ Quelle: BBE/ IFH-Verbrauchsausgaben 2023

Auswirkungsanalyse • Erweiterung Lidl • Bielefeld, Stadtheider Straße

Verfügung steht. Die Kaufkraftkennziffer in der Stadt Bielefeld liegt bei 96,1 unter dem Bundesdurchschnitt (= 100,0).⁸

Unter Berücksichtigung der erläuterten Parameter steht im abgegrenzten Einzugsgebiet ein **Kaufkraftvolumen** in Höhe von insgesamt **ca. 58,2 Mio. €** im Jahr für die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren zur Verfügung.

Tabelle 4: Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet in den projektrelevanten Sortimenten

Einzugsgebiet	Kaufkraft
	in Mio. € p.a.
Zone I	19,0
Zone II	39,2
Summe	58,2

Quelle: eigene Berechnungen unter Verwendung MB-Research-Kaufkraftkennzahlen für Sortimente 2023; Werte gerundet.

⁸ Quelle: MB-Research, Kaufkraft nach Sortimenten 2023

5.2 Marktaberschöpfung und Umsatzleistung des Planvorhabens

Die Einschätzung des durch die geplante Neuaufstellung bzw. Erweiterung des Lidl-Marktes zu erwartenden (Mehr-) Umsatzes bildet die Voraussetzung für die Prognose der ausgelösten Umsatzzumlenkungen und der hierdurch möglicherweise hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen.

Unter Berücksichtigung der vorhandenen Wettbewerbsstrukturen und Zäsuren im Untersuchungsraum werden die von dem neu aufgestellten Lebensmittelmarkt innerhalb des Einzugsgebietes realisierbaren Marktanteile (Kaufkraftbindungsquoten) prognostiziert und auf dieser Basis der zu erwartende Mehrumsatz abgeleitet. Dabei sind folgende Faktoren zu berücksichtigen:

- Der bestehende Lidl-Markt stellt innerhalb seines Nahbereiches bereits heute einen wichtigen Träger der Nahversorgung dar. Diese Funktion wird mit Realisierung des Planvorhabens weiter gestärkt.
- Die Wettbewerbssituation ist im weiteren Umfeld des Planvorhabens stark ausgeprägt.

Unter Berücksichtigung der vorab genannten Aspekte wurden für den erweiterten Lidl-Markt im Rahmen einer „**Worst-Case-Betrachtung**“ die höchstmöglichen Kaufkraftbindungsquoten und die daraus resultierenden maximalen (Mehr-) Umsätze für die nahversorgungsrelevanten Sortimente prognostiziert. Diese werden in der nachfolgenden Tabelle dargestellt.

Die Gutachter gehen davon aus, dass der Lidl-Markt nach seiner Neuaufstellung (ca. 1.540 m² VKF) von dem in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten verfügbaren Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet voraussichtlich max. 17 % binden wird. Damit kann mit Kunden aus dem Einzugsgebiet voraussichtlich ein nahversorgungsrelevanter Umsatz von rd. 9,9 Mio. € p.a. erzielt werden. Gemessen am prognostizierten nahversorgungsrelevanten Gesamtumsatz des erweiterten Lidl-Marktes in Höhe von rd. 11,0 Mio. € p.a. entspricht dies einem Umsatz- bzw. Kundenanteil von rd. 90 %.

Die Streuumsätze von außerhalb des Einzugsbereiches belaufen sich auf rd. 1,1 Mio. € p.a. und machen somit nur einen untergeordneten Anteil des zu erwartenden nahversorgungsrelevanten Umsatzes aus.

Der erweiterte Lidl-Markt wird in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten demnach voraussichtlich einen Umsatz von max. 11,0 Mio. € p.a. erzielen. In den Nonfood-Sortimenten des Lebensmitteldiscountmarktes wird zudem ein Umsatz in Höhe von max. 1,6 Mio. € generiert, so dass sich der Gesamtumsatz auf max. 12,6 Mio. € belaufen wird. Bei den Nonfood-Sortimenten handelt es sich vornehmlich um die wöchentlich wechselnden Aktionswaren. Der Angebotsschwerpunkt der Lidl-Filiale liegt somit eindeutig im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente.

Tabelle 5: Marktanteile des Lebensmitteldiscountmarktes vor und nach Erweiterung

Umsatzherkunft	Kaufkraft- potenzial	Bestand (rd. 1.046 m² VKF)		Planung (rd. 1.540 m² VKF)		Differenz (+ 494 m² VKF)
	in Mio. €	MA* in %	Umsatz in Mio. €	MA* in %	Umsatz in Mio. €	Umsatz in Mio. €
Einzugsgebiet, davon	58,2	12	6,7	17	9,9	+ 3,2
■ Zone I	19,0	16	3,0	23	4,3	+ 1,3
■ Zone II	39,2	9	3,7	14	5,6	+ 1,9
Diffuse Zuflüsse	./.	./.	0,8	./.	1,1	+ 0,3
Nahversorgungsrelevante Kernsortimente gesamt	./.	./.	7,5	./.	11,0	+ 3,5
Nonfood-Sortimente	./.	./.	1,1	./.	1,6	+ 0,5
Summe	./.	./.	8,6	./.	12,6	+ 4,0

* MA = Marktanteil
Quelle: BBE-Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

Da die **Aktionsware eines Lebensmitteldiscountmarktes** häufig wechselt, sind Zuordnungen der Fläche und Umsätze auf einzelne Warengruppen nur bedingt möglich. Grundsätzlich ist festzustellen, dass das Aktionswarenprogramm 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.

Nach gutachterlichen 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 demnach ca. 6,0 % des Gesamtumsatzes auf das Textilsortiment. An zweiter Stelle folgt mit ca. 3,5 % des Umsatzes das Segment (Unterhaltungs-) Elektronik. Für die sonstigen Nonfood-Sortimente liegen die durchschnittlichen Umsatzanteile bei ca. 0,5 - 1,0 %. Eine tiefer gehende Flächen- bzw. Sortimentsdifferenzierung ist darüber hinaus nicht möglich.

Auswirkungsanalyse • Erweiterung Lidl • Bielefeld, Stadtheider Straße

Wie bereits dargelegt, wird sich der Umsatz der erweiterten Lidl-Filiale **maximal** in einer Größenordnung von rd. **12,6 Mio. € p.a.** bewegen („**worst-case-Betrachtung**“).

Für die Lidl-Bestandsfiliale mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.046 m² prognostizieren die BBE-Gutachter unter Berücksichtigung der Standortqualität, der Angebotssituation sowie des im Einzugsgebiet vorhandenen Bevölkerungspotenzials einen Umsatz von rd. 8,6 Mio. € p.a. Davon entfallen rd. 7,5 Mio. € auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) und rd. 1,1 Mio. € auf die Nonfood-Sortimente.

Die Flächenerweiterung eines Lebensmittelmarktes kann im Regelfall nicht in einen proportional zur Verkaufsfläche wachsenden Umsatz umgesetzt werden.⁹ Denn die Flächenerweiterung am bestehenden Standort induziert keine spürbare Vergrößerung des Einzugsgebiets, so dass Mehrumsätze fast ausschließlich aus einer erhöhten Kaufkraftabschöpfung im bereits angelegten Einzugsgebiet resultieren.

Gleichwohl wird für den neu aufgestellten und erweiterten Lidl-Markt im Rahmen einer **Worst-Case-Betrachtung** eine proportional zum Flächenzuwachs ansteigende Umsatzleistung unterstellt. Da sich der in die Auswirkungsanalyse eingestellte Gesamtumsatz auf rd. **12,6 Mio. € p.a.** belaufen wird, wird durch das Planvorhaben ein jährlicher **Mehrumsatz von rd. 4,0 Mio. €** unterstellt.

Die von der Lidl Dienstleistung GmbH & Co. KG beauftragte Wirtschaftsprüfungsgesellschaft RSM Ebner Stolz hat testiert, dass im deutschen Lidl-Filialnetz im Geschäftsjahr 2021 eine durchschnittliche Flächenproduktivität von 7.442 €/ m² Verkaufsfläche (netto) erwirtschaftet wurde. Unter Berücksichtigung eines durchschnittlichen Mehrwertsteuersatzes von 10 % ergibt sich für Lidl-Deutschland zu Endverbraucherpreisen ein Durchschnittswert von 8.180 €/ m². Auch vor dem Hintergrund der unterstellten Flächenproduktivität ist dieser Ansatz als Worst-Case zu betrachten: Mit rd. 8.200 € je m² wird eine Flächenleistung in die Prognose eingestellt, die – trotz der weit überdurchschnittlich dimensionierten Verkaufsfläche – dem filialeigenen Durchschnittswert entspricht; dies, obwohl die Flächenproduktivität eigentlich mit der Zunahme der Verkaufsfläche sinkt.

⁹ Im Regelfall ist nicht davon auszugehen, dass die Flächenerweiterung eines Lebensmittelmarktes in einen proportional zur Verkaufsfläche wachsenden Umsatz umgesetzt werden kann. Vielmehr ist das Planvorhaben und die damit verbundene Optimierung des Marktauftrittes tatsächlich als Maßnahme zur Weiterentwicklung des bestehenden Marktes zu bewerten, die der Stabilisierung und dem Ausbau der erreichten Marktposition dient. Im Rahmen des Genehmigungsverfahrens ist jedoch eine Auswirkungsanalyse zu erstellen, in der eine Worst-Case-Betrachtung angestellt wird. In diesem Rahmen wird in der Regel gefordert, dass bei der Umsatzprognose der Umsatz proportional zur Verkaufsfläche ansteigt. Vor diesem Hintergrund passt die Aussage, dass die Erweiterung eine notwendige Marktanpassung und hauptsächlich verbesserte Warenpräsentation darstellt mit unserer Worst-Case-Annahme zusammen, bei der analog zur zusätzlichen Verkaufsflächenerweiterung ein deutlicher Mehrumsatz angesetzt wird.

6 Auswirkungsanalyse

6.1 Umsatzumverteilungseffekte

In Kapitel 5.2 wurde die Abschöpfungsquote des Planvorhabens im Einzugsgebiet des Planvorhabens ermittelt und somit dargelegt, welche Versorgungsbedeutung der Lidl-Markt derzeit und nach der geplanten Neuaufstellung und Erweiterung übernehmen kann.

Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind die durch das Vorhaben induzierten Umlenkungseffekte gegenüber den Nahversorgungsbetrieben im Untersuchungsgebiet relevant. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall am Standort zu erwartende Mehrumsatz zwangsläufig Wettbewerbern an anderer Stelle verloren geht, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den verschiedenen Wettbewerbsstandorten umgelenkt wird.¹⁰

Da der vorhandene Lebensmittelmarkt am Standort bereits langjährig Umsätze realisiert, wird durch diesen „Bestandsumsatz“ keine zusätzliche städtebaulich relevante Umsatzumverteilung ausgelöst. Vielmehr ist davon auszugehen, dass sich der zu untersuchende Lidl-Markt derzeit in einem stabilen Wettbewerbsumfeld bewegt. Im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung ist infolge der geplanten Neuaufstellung bzw. Erweiterung mit zusätzlichen Umsätzen und damit Wettbewerbswirkungen zu rechnen. Auf diese zusätzliche Umsatzleistung sind die städtebaulichen Auswirkungen des Planvorhabens vornehmlich abzustellen.

Da die Bestandsfiliale ihre Wettbewerbswirkungen somit 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 geplanten CentrO-Erweiterung in Oberhausen - bestätigt worden.¹¹ 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.

Diese Verfahrensweise hat das Bundesverwaltungsgericht in seinem Beschluss vom 12.02.2009 grundsätzlich bestätigt.¹² Dort heißt es wörtlich: „Dass das Oberverwaltungsgericht bei der Prognose, ob schädliche Auswirkungen in diesem Sinne zu erwarten sind, berücksichtigt hat, dass die Klägerin am Erweiterungsstandort bereits ein genehmigtes Lebensmitteldiscountgeschäft mit einer Verkaufsfläche von 699,11 m² betreibt, dass es also nicht die Auswirkungen der Neuansiedlung eines Discounters mit einer Verkaufsfläche von 900,08 m², sondern der Erweiterung eines Geschäfts mit 699,11 m² um 200,97 m², das dadurch großflächig wird, ermittelt hat (UA S. 19), steht zu der dargelegten Rechtsprechung nicht in Widerspruch. Bei der Prognose der Auswirkungen ist [...] von der gegebenen städtebaulichen Situation

¹⁰ Dabei werden „Worst-Case-Annahmen“ u. a. hinsichtlich der Auswirkungen für städtebaulich integrierte Wettbewerber (zentrale Versorgungsbereiche / wohnungsnah Standorte) getroffen.

¹¹ Vgl. die Urteile des OVG Münster vom 06.06.2005; Aktenzeichen: 10 D 148/04.NE sowie vom 06.11.2008; Aktenzeichen 10 A 1417/07 bzw. 10 A 2601/07

¹² BVerwG 4 B 3.09

Auswirkungsanalyse • Erweiterung Lidl • Bielefeld, Stadtheider Straße

auszugehen. Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb, dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt.“

Die Umstrukturierung bzw. Erweiterung eines bereits am Markt tätigen Einzelhandelsbetriebes stellt folglich keine Neuansiedlung dar, so dass bei der Beurteilung etwaiger schädlicher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche im Wesentlichen auf die vorgesehene Verkaufsflächenerweiterung und des sich ggf. hieraus ergebenden zusätzlichen Attraktivitätsgewinns abzustellen ist.

Wie bereits dargestellt, ist im Falle der Neuaufstellung des Lidl-Discountmarktes ein Mehrumsatz in Höhe von max. 4,0 Mio. € p.a. zu prognostizieren. Davon wird der Großteil (ca. 3,5 Mio. €) auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente entfallen; die sonstigen Sortimente (Aktionswaren) werden voraussichtlich ca. 0,5 Mio. € erzielen.

Bei der Einschätzung der zu erwartenden Umsatzverlagerungseffekte gehen die Gutachter von folgenden Annahmen aus:

- Die durch die Einzelhandelsplanung hervorgerufenen Umsatzverlagerungen gehen in erster Linie zu Lasten derjenigen Wettbewerber, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen. Dies bedeutet, dass als Hauptwettbewerber des Planvorhabens die im Umfeld ansässigen größeren Lebensmittelanbieter – insbesondere die Lebensmitteldiscounter – anzusehen sind.
- Mit zunehmender Entfernung des Projektstandortes nimmt die Stärke der Umverlagerungseffekte ab. Dies bedeutet, dass Einzelhandelsbetriebe im näheren Umfeld des Projektstandortes stärker von Umsatzverlagerungen betroffen sind als weiter entfernt gelegene Einzelhandelsbetriebe.

Dieser Annahme liegt die Tatsache 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.

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

Die vorstehenden Annahmen haben im Hinblick auf die durch die geplante Erweiterung des Lebensmitteldiscountmarktes in Bielefeld zu erwartenden Umsatzverlagerungen folgende Konsequenzen:

Der Lebensmitteldiscountmarkt Lidl wird seinen gesamten Mehrumsatz durch Umsatzzumlenkungen gegenüber den Wettbewerbern im Untersuchungsraum generieren. Bei Umsatzzumverteilungsquoten von max. 6 % (SO Beckhausstraße) sind die wettbewerbslichen Auswirkungen des Planvorhabens als vergleichsweise gering zu bewerten. Gegenüber zentralen Versorgungsbereichen oder Standorten der wohnungsnahen Versorgung liegen die Umverteilungsquoten mit max. 3 % des derzeitigen Umsatzes sogar auf einem noch niedrigeren Niveau, so dass für die zentralen Versorgungsbereiche und für die wohnungsnahen Versorgung keine negativen Auswirkungen zu erwarten sind.

Tabelle 6: Umsatzumverteilungseffekte des Planvorhabens

Zentraler Versorgungsbereich/ Standort	Wettbewerbersatz ¹	Umsatzumverteilung	
		in Mio. €	in %
■ A-Zentrum Innenstadt (Rewe, nahkauf)	5,8	0,1	1
■ C-Zentrum Heeper Straße (Combi)	5,3	0,1	1
■ D-Zentrum Baumheide, Rabenhof (Aldi Nord, Marktkauf)	32,6	1,1	3
■ D-Zentrum Jöllenbecker Straße (1) (Lidl, Combi)	13,4	0,4	3
■ D-Zentrum Jöllenbecker Straße (2) (Rewe, denn's)	9,8	0,1	1
■ SO Beckhausstraße (Aldi Nord, Rewe)	16,8	1,0	6
■ SO Eckendorfer Straße/ Herforder Straße (Combi)	6,2	0,2	3
■ SO Engersche Straße (Edeka)	11,0	0,1	1
■ Solitäre NV-Standorte (Aldi Nord, Combi, Edeka, Lidl, Netto)	28,2	0,7	3
■ Sonstige Standorte (Aldi Nord, Netto)	12,2	0,2	2
Umverteilung gesamt	141,3	4,0	3

¹ v. a. Lebensmittelmärkte (inkl. Nonfood-Sortimente), Umsatz ohne zu untersuchenden Lidl-Markt
Quelle: BBE-Erhebungen/ Berechnungen 2024 (Rundungsdifferenzen möglich)

In der rd. 2 Kilometer entfernten **Innenstadt von Bielefeld** sind nur geringe Umsatzverluste zu erwarten: Die prognostizierten Rückgänge betragen ca. 0,1 Mio. € p.a. und entsprechen rd. 1 % des aktuellen Umsatzes. Dadurch, dass sich dieser Umsatzrückgang auf mehrere marktfähige Wettbewerber verteilt (insbesondere Rewe und nahkauf), können für den einzelnen Betrieb existenzgefährdende Auswirkungen ausgeschlossen werden.

Für das in 2,5 Kilometern Entfernung gelegene **C-Zentrum Heeper Straße** werden ebenso geringe Umsatzauswirkungen (ca. 1 %) prognostiziert, was hier einem Umsatzrückgang von ebenfalls rd. 0,1 Mio. € p.a. entspricht. Dieser geringe Verlust betrifft in erster Linie den Supermarkt Combi.

Gegenüber den **D-Zentren Baumheide, Rabenhof, Jöllenbecker Straße (1) und Jöllenbecker Straße (2)** ist eine Umsatzumverteilungsquote von max. 3 % des derzeitigen Umsatzes zu erwarten. Von Wettbewerbseffekten werden insbesondere die hier ansässigen Lebensmittelmärkte betroffen sein.

Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind aufgrund der räumlichen Nähe zum Planvorhaben mit insgesamt max. 1,0 Mio. € p.a. (max. 6 % des derzeitigen Umsatzes) noch die höchsten Umverteilungseffekte gegenüber den im Sonderstandort Beckhausstraße ansässigen Lebensmittelmärkten Aldi Nord und Rewe zu erwarten. An den übrigen Sonderstandorten Eckendorfer Straße/ Herforder Straße und Engersche Straße sowie an den solitären Nahversorgungsstandorten und sonstigen Standorten im Untersuchungsgebiet sind dagegen wieder deutlich niedrigere Umverteilungsquoten zu erwarten.

6.2 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 Neuaufstellung und Erweiterung des Lidl-Lebensmitteldiscountmarktes am Standort Stadtheider Straße in Bielefeld keine beeinträchtigenden Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung in der Stadt Bielefeld sowie in umliegenden Städten und Gemeinden gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind.

Folgende Gründe sprechen zusammenfassend für diese Einschätzung:

- Für die Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen ist von Bedeutung, dass das Planvorhaben einen Nahversorgungsbetrieb in einer mittlerweile marktüblichen Größe (rd. 1.540 m² VKF) darstellt. Neben den nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren werden nur in untergeordnetem Umfang sonstige Nonfood-Sortimente angeboten.
- Für das Planvorhaben prognostizieren die BBE-Gutachter unter Berücksichtigung der Standortqualität, der Angebotssituation sowie des im Einzugsgebiet vorhandenen Bevölkerungspotenzials einen Umsatz von max. 12,6 Mio. € p.a.

Für die Lidl-Bestandsfiliale ist ein Gesamtumsatz in Höhe von rd. 8,6 Mio. € p.a. zu prognostizieren, so dass durch das Planvorhaben ein jährlicher Mehrumsatz von max. 4,0 Mio. € unterstellt wird.
- Aufgrund der geplanten Dimensionierung und des nahversorgungsrelevanten Kernsortiments wird die Lidl-Filiale auch nach erfolgter Neuaufstellung weiterhin vornehmlich der wohnortnahen Versorgung der im Standortumfeld lebenden Bevölkerung dienen.
- Wie vorab dargestellt, werden sich die größten Wettbewerbswirkungen gegenüber den nächstgelegenen Wettbewerbern, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen, einstellen. Als Hauptwettbewerber, die im Falle der Neuaufstellung und Erweiterung

Auswirkungsanalyse • Erweiterung Lidl • Bielefeld, Stadtheider Straße

des Lidl-Marktes am stärksten von Umsatzverlusten betroffen wären, sind die größeren Lebensmittelmärkte und dabei insbesondere die Lebensmittelmärkte in den umliegenden Stadtquartieren der Stadt Bielefeld zu bewerten.

Die durch das Vorhaben hervorgerufenen Umsatzzumlenkungen bewegen sich durchweg auf einem Niveau, bei dem Gefährdungen einzelner Wettbewerbsbetriebe ausgeschlossen werden können.

- Wie oben dargestellt, ist für die städtebauliche Bewertung des Planvorhabens gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zunächst entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte **zentrale Versorgungsbereiche** in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden.

Innerhalb des untersuchungsrelevanten zentralen Versorgungsbereiches **A-Zentrum Innenstadt** bewegen sich die prognostizierten Umsatzverluste mit max. 1 % des derzeitigen Umsatzes bei den beiden hier ansässigen Wettbewerbern (insbesondere Rewe und nahkauf) auf sehr niedrigem Niveau. Die Umsatzverluste gegenüber den Märkten in der Bielefelder Innenstadt werden sich damit in einer Größenordnung bewegen, bei der die hier ansässigen Betriebe keinesfalls in ihrer Existenz gefährdet werden.

Auch für die untersuchten sonstigen zentralen Versorgungsbereiche können negative Auswirkungen ausgeschlossen werden:

Auch gegenüber dem **C-Zentrum Heeper Straße** können bei einer Umverteilungsquote von max. 1 % des derzeitigen Umsatzes keine negativen Auswirkungen abgeleitet werden.

In den **D-Zentren Baumheide, Rabenhof, Jöllenbecker Straße (1) und Jöllenbecker Straße (2)** bewegen sich die Umverteilungsquoten mit max. 3 % des derzeitigen Umsatzes ebenfalls auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau.

Damit wird deutlich, dass die Umsatzzumverteilungsquoten bei Realisierung des Planvorhabens gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen im Untersuchungsraum ausnahmslos deutlich unterhalb von 10 % liegen, so dass negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche grundsätzlich ausgeschlossen werden können.¹³

Auch die Entwicklungsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche wird infolge der Neuaufstellung und Verkaufsflächenerweiterung nur unwesentlich eingeschränkt.

- Neben der Frage, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden, ist zudem entscheidend, ob die **wohnungsnahe Versorgung** in Wohngebieten in der Stadt Bielefeld gefährdet wird. In diesem Zusammenhang sind insbesondere die Lebensmittelmärkte zu betrachten, die sich an siedlungsintegrierten Standorten befinden und deshalb eine besondere Bedeutung für die fußläufige Nahversorgung haben.

Negative städtebauliche Auswirkungen auf die wohnungsnahen Versorgungsstrukturen in Bielefeld können aufgrund der vergleichsweise niedrigen Umverteilungsquoten von max. 3 % des derzeitigen Umsatzes an solitären Nahversorgungsstandorten ebenfalls ausgeschlossen werden.

¹³ Die Funktionsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen oder die wohnungsnahe Versorgung sind in der Regel wesentlich beeinträchtigt, wenn dort aufgrund des Vorhabens und des zu erwartenden Umsatzabflusses Geschäftsaufgaben drohen. Anhaltswert für eine derartige Annahme ist bei zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust von ca. 10 %

Auswirkungsanalyse • Erweiterung Lidl • Bielefeld, Stadtheider Straße

Es werden auch zukünftig so hohe Umsatzleistungen generiert werden, dass die Märkte, die sich an solitären Nahversorgungsstandorten befinden, auch weiterhin oberhalb der Rentabilitätsschwelle betrieben werden können.

- Negative Auswirkungen 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.

Aufgrund der Lage, Dimensionierung und Versorgungsbedeutung des Untersuchungsobjektes sind nachteilige Auswirkungen für zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung in Nachbarkommunen nicht zu erwarten.

Insgesamt 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 Versorgungsbereiche in Bielefeld und im Umland nicht wesentlich eingeschränkt.

Ebenfalls erfolgt durch die Planmaßnahme keine Aufweitung des Einzugsgebiets, aus der sich ggfs. eine unerwünschte regionale Ausstrahlung ableiten lassen könnte.

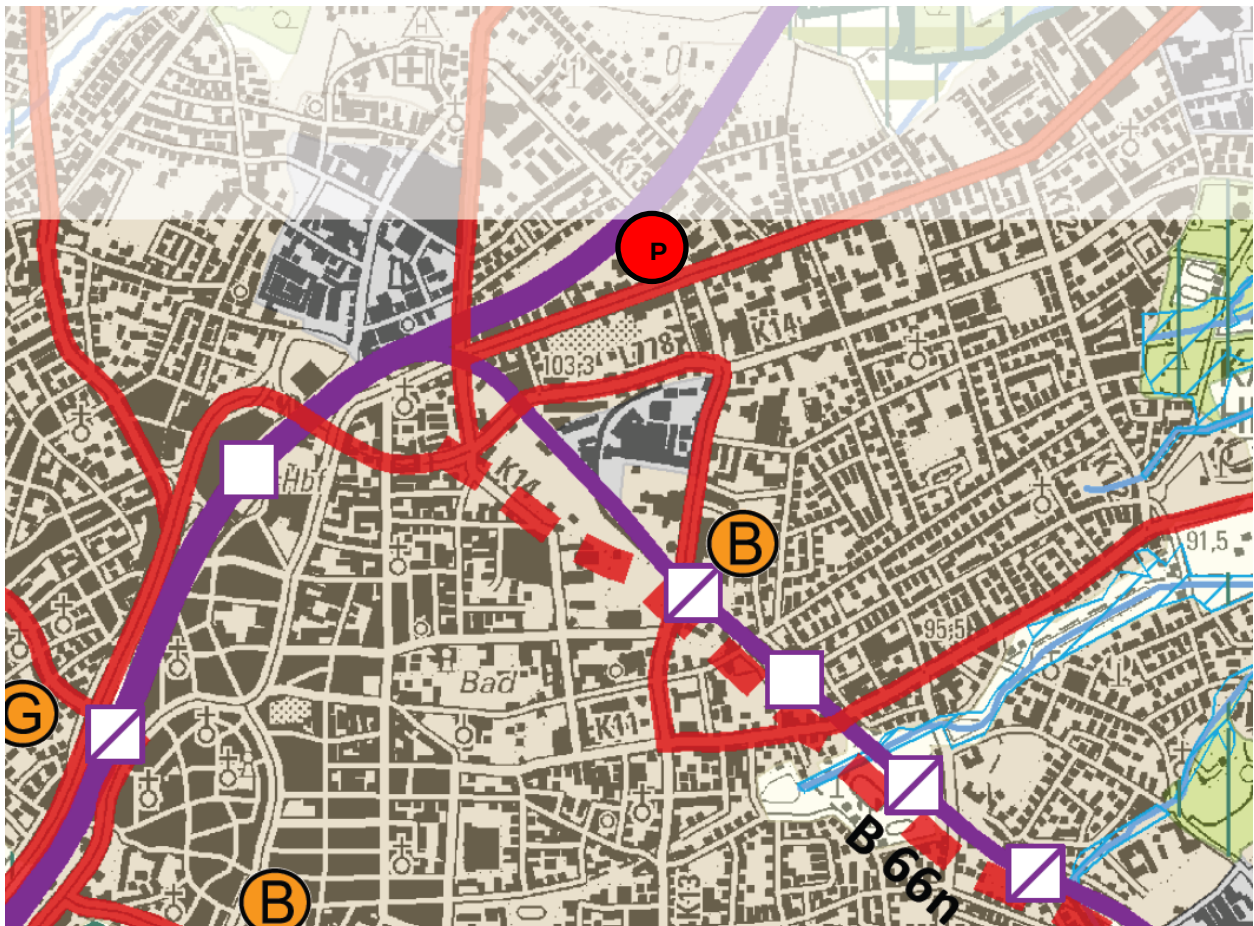
6.3 Einordnung des Vorhabens in die Ziele des Landesentwicklungsplans

Mit dem Inkrafttreten des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) bestehen Ziele und Grundsätze der Raumordnung, die im Rahmen des Bauleitplanverfahrens in der Abwägung beachtet bzw. berücksichtigt werden müssen.

Der zu betrachtende Lidl-Lebensmitteldiscountmarkt befindet sich in der Stadt Bielefeld am Standort Stadtheider Straße innerhalb des Sonderstandortes Eckendorfer Straße/ Herforder Straße.

Der rechtskräftige Regionalplan OWL stellt für den Planstandort einen Allgemeinen Siedlungsbereich (ASB) dar.

Abbildung 12: Regionalplan Detmold (Ausschnitt)



Quelle: Regionalplan OWL, Blatt 13; eigene Bearbeitung

Da der erweiterte Lidl-Discountmarkt der Nutzungsart des großflächigen Einzelhandels mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten zuzurechnen ist, ist für das Planvorhaben die Kompatibilität mit Ziel 6.5-7 LEP NRW nachzuweisen.

Gemäß 6.5-7 Ziel dürfen abweichend von den Festlegungen 6.5-1 bis 6.5-6 vorhandene Standorte von Vorhaben im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen als Sondergebiete gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO dargestellt und festgesetzt werden. Dabei sind die Sortimente und

Auswirkungsanalyse • Erweiterung Lidl • Bielefeld, Stadtheider Straße

deren Verkaufsflächen in der Regel auf die Verkaufsflächen, die baurechtlichen Bestandsschutz genießen, zu begrenzen. Wird durch diese Begrenzung die zulässige Nutzung innerhalb einer Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit aufgehoben oder geändert, sind die Sortimente und deren Verkaufsflächen auf die zulässigen Verkaufsflächenobergrenzen zu begrenzen. Ein Ersatz zentrenrelevanter durch nicht-zentrenrelevante Sortimente ist möglich.

Ausnahmsweise kommen auch geringfügige Erweiterungen in Betracht, wenn dadurch keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden erfolgt.

Auf dem Bestandsgrundstück des Lidl-Marktes ist derzeit eine Verkaufsfläche von ca. 1.046 m² zulässig. Der Lidl-Markt soll auf die südlich angrenzende Fläche verlagert werden. Für dieses Areal liegen keine Verkaufsflächenbegrenzungen vor.

Mit dem Planvorhaben ist eine Neuaufstellung des Lidl-Marktes vorgesehen, in dessen Zuge die Verkaufsfläche des Lebensmitteldiscountmarktes von derzeit rd. 1.046 m² auf max. 1.540 m² erweitert werden soll. Zu beachten ist, dass zwar für den Lidl-Markt eine Verkaufsflächenenerweiterung erfolgen soll, im Realisierungsfall aber keine Sortimente hinzutreten, die heute nicht bereits angeboten werden.

Da nur der derzeitige Standort des Lidl-Marktes über einen vorhabenbezogenen Bebauungsplan gedeckelt ist, für den Verlagerungsstandort jedoch keine Verkaufsflächenbegrenzungen bestehen, soll das Planvorhaben zum Anlass genommen werden, einen Bebauungsplan mit Festsetzung eines Sondergebietes gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO aufzustellen und so die zulässigen Verkaufsflächen (max. 1.540 m²) und Sortimente (max. 10 % nicht-nahversorgungsrelevant) genau festzulegen.

Somit wird im Zuge der Projektrealisierung, d. h., durch den Neubau des Lebensmitteldiscountmarktes und die Umwidmung in ein SO-Gebiet, bei der die zulässige Verkaufsfläche auf max. 1.540 m² begrenzt werden soll, die zulässige Verkaufsfläche im Plangebiet insgesamt reduziert. Zudem führt die Planung, bei der die zulässige Verkaufsfläche der zentrenrelevanten Sortimente zukünftig nur noch max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche betragen darf, zu einer deutlichen Reduzierung der Verkaufsflächen für zentrenrelevante Sortimente. **Damit kommt die Stadt der mit Ziel 6.5-7 LEP NRW ausgesprochenen Empfehlung zur Überplanung von Standorten großflächiger Einzelhandelsbetriebe außerhalb zentraler Versorgungsbereiche nach.**

Für die Bewertung des Planvorhabens ist zudem von Bedeutung, dass die Einzelhandelsstandorte des großflächigen Einzelhandels sowie die Sonderstandorte mit Teilfunktion Nahversorgung gemäß Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Bielefeld grundsätzlich Bestandsschutz genießen. Entwicklungen und Umstrukturierungen sind unter Berücksichtigung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes unter besonderer Berücksichtigung des Zentrumschutzes und des Ausschlusses von negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die Bielefelder Versorgungsstruktur im Einzelfall möglich. Nicht-integrierte Standorte mit nahversorgungs- bzw. zentrenrelevanten Sortimenten sollen bei einer Nutzungsänderung in Richtung eines nicht-zentrenrelevanten Einzelhandelsbesatzes umgenutzt werden.

Vor diesem Hintergrund stellt der Planstandort einen bereits lange etablierten Standort der Nahversorgung im Stadtgebiet von Bielefeld dar, der auch unter räumlichen Aspekten wichtige (Nah-) Versorgungsfunktionen für die Bevölkerung in Bielefeld übernimmt. So konnte aufgezeigt werden, dass mit mindestens 90 % der Großteil des nahversorgungsrelevanten Umsatzes mit der in Bielefeld lebenden Bevölkerung erwirtschaftet wird, was den hervorgehobenen (Nah-) Versorgungsbezug des Planvorhabens noch einmal unterstreicht.

Auswirkungsanalyse • Erweiterung Lidl • Bielefeld, Stadtheider Straße

Im Hinblick auf die mögliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche von Gemeinden ist darauf hinzuweisen, dass im Rahmen der vorliegenden Auswirkungsanalyse nachgewiesen werden konnte, dass das Vorhaben keine wesentliche Beeinträchtigung der Versorgungsstrukturen und keine Gefährdung städtebaulich schutzwürdiger Innenstädte/ Ortskerne der Umlandgemeinden auslösen wird. Auch die Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche wird infolge der Neuaufstellung des Lidl-Marktes nicht erheblich eingeschränkt.

Die geplante Neuaufstellung und Erweiterung des Lidl-Marktes, die hinsichtlich zulässiger Verkaufsfläche und Sortimente in einem Bebauungsplan gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO genau festgeschrieben werden soll, wird somit keine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche in Bielefeld oder den Nachbarkommunen auslösen. Das Planvorhaben bewegt sich somit innerhalb des mit Ziel 6.5-7 LEP NRW vorgegebenen Steuerungsrahmens.

7 Fazit

Die vorstehenden Ausführungen und Darstellungen zeigen auf, dass infolge der in der Stadt Bielefeld geplanten Neuaufstellung und Erweiterung des Lebensmitteldiscountmarktes Lidl in der Stadtheider Straße keine städtebaulich oder raumordnerisch relevanten beeinträchtigenden Auswirkungen zu erwarten sind.

Diese Beurteilung beruht im Wesentlichen auf folgenden Punkten:

- Die Lidl-Vertriebs GmbH & Co. KG, Paderborn plant, die am Standort Stadtheider Straße in Bielefeld ansässige Filiale abzureißen und anschließend auf dem südlich angrenzenden Nachbargrundstück einen Neubau zu errichten. Das Grundstück des heutigen Marktes soll künftig als Kundenparkplatz genutzt werden. Im Zuge der Neubaumaßnahme soll die Verkaufsfläche des Lebensmitteldiscountmarktes von heute etwa 1.046 m² auf ca. 1.540 m² vergrößert werden.

Da der heute noch rechtswirksame Bebauungsplan für den Verlagerungsstandort keine Verkaufsflächenbegrenzungen vorsieht und nur der derzeitige Standort des Lidl-Marktes über einen vorhabenbezogenen Bebauungsplan gedeckelt ist, soll das Planvorhaben zum Anlass genommen werden, einen Bebauungsplan mit Festsetzung eines Sondergebietes gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO aufzustellen und so die zulässigen Verkaufsflächen (max. 1.540 m²) und Sortimente (max. 10 % nicht-nahversorgungsrelevant) genau festzulegen.

Damit kommt die Stadt der mit Ziel 6.5-7 LEP NRW ausgesprochenen Empfehlung zur Überplanung von Standorten großflächiger Einzelhandelsbetriebe außerhalb zentraler Versorgungsbereiche nach.

- Die Ausrichtung der im Bestandsmarkt und auch im neu aufgestellten und erweiterten Lebensmittelmarkt vorgehaltenen Waren liegt primär bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Die geplante Einzelhandelsentwicklung zielt somit nicht auf eine Veränderung des Sortimentsschwerpunktes, der auch nach der Neuaufstellung und Erweiterung eindeutig bei Nahrungs- und Genussmitteln sowie Drogeriewaren liegen wird, ab. Vielmehr sollen durch die Erweiterungsmaßnahme die Voraussetzungen für eine Diversifizierung des Nahversorgungsangebotes, eine großzügigere Warenpräsentation, eine verbesserte Kundenführung und eine Optimierung der internen Logistikkäufe geschaffen werden.
- Das Einzugsgebiet des Erweiterungsvorhabens umfasst im Wesentlichen die umliegenden Siedlungsbereiche mit rd. 19.470 Einwohnern, die über ein Nachfragevolumen in den relevanten Sortimentsgruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren von rd. 58,2 Mio. € p.a. verfügen.

Eine räumliche Ausdehnung des Einzugsgebietes kann infolge der Neuaufstellung des Lidl-Marktes ausgeschlossen werden. Auch zukünftig werden nur diffuse Umsätze mit Kunden erzielt werden, die außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes wohnen. Somit wird auch der erweiterte Lebensmitteldiscounter vornehmlich (Nah-) Versorgungsfunktion für die Bevölkerung aus Teilbereichen der Stadt Bielefeld übernehmen.

- Gemäß den Prognoseberechnungen erreicht das Gesamtvorhaben eine jährliche Umsatzleistung von insgesamt rd. 12,6 Mio. € p.a. Auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) entfällt ein Anteil von rd. 11,0 Mio. €. Nach erfolgter Erweiterung

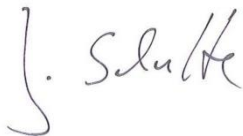
Auswirkungsanalyse • Erweiterung Lidl • Bielefeld, Stadtheider Straße

wird der Markt einen jährlichen Mehrumsatz von rd. 4,0 Mio. € generieren. Auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente entfallen davon rd. 3,5 Mio. € und auf Nonfood-Sortimente rd. 0,5 Mio. €. Bei den Nonfood-Sortimenten handelt es sich vornehmlich um die wöchentlich wechselnden Aktionswaren.

- 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 in der Stadt Bielefeld ausgelöst wird.
 - Im Rahmen der Auswirkungsanalyse konnte aufgezeigt werden, dass die durch die Neuaufstellung bzw. das Erweiterungsvorhaben maximal zu erwartenden Wettbewerbswirkungen in keinem Fall die wirtschaftliche Tragfähigkeit einzelner Betriebe infrage stellen werden.
 - Negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahen Versorgung im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO können nach den Ergebnissen der Analyse somit ausgeschlossen werden.
-

Köln, im März 2024

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Joachim Schulte



i. V. Rainer Schmidt-Illguth