



Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Die Hedemündener Straße in Hann. Münden als Standort für einen Lebensmitteldiscounter

Verträglichkeitsgutachten zu
einem Erweiterungsvorhaben



Endbericht

Im Auftrag der Lidl Vertriebs-GmbH & Co. KG
Hamburg, 04.11.2022/14.09.2023



Dr. Lademann & Partner
Wissen bewegt.

Die Hedemündener Straße in Hann. Münden als Standort für einen Lebensmitteldiscounter

Verträglichkeitsgutachten zu einem Erweiterungsvorhaben

Projektnummer: 22DLP3290

Exemplarnummer: 01

Projektleitung und -bearbeitung: Ulrike Rehr

Bearbeitet unter Mitarbeit von: Lukas Engling

Im Auftrag der

Lidl Vertriebs-GmbH & Co. KG

Lange Heideteile 1

34295 Edermünde

erarbeitet durch

Dr. Lademann & Partner

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Friedrich-Ebert-Damm 311, 22159 Hamburg

Altmarkt 10d, 01067 Dresden

Prinzenallee 7, 40549 Düsseldorf

Königstraße 10c, 70173 Stuttgart

Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und unter der Projektnummer registriert. Die im Gutachten enthaltenen Karten und Daten sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht aus dem Gutachten separiert oder einer anderen Nutzung zugeführt werden. Ausschließlich der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten im Rahmen der Zwecksetzung an Dritte außer an Mitbewerber der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH weiterzugeben. Ansonsten sind Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe von Texten oder Grafiken – auch auszugsweise – sowie die EDV-seitige oder optische Speicherung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH erlaubt. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung mehrerer geschlechtsspezifischer Personenbezeichnungen verzichtet. Die gewählte männliche Form schließt stets auch andere Geschlechter mit ein.

Inhalt

	Abbildungsverzeichnis	III
	Tabellenverzeichnis	IV
1	Einführung	1
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	1
1.2	Vorgehensweise	1
2	Analyse von Mikrostandort und Vorhaben	3
2.1	Mikrostandort	3
2.2	Vorhabenkonzeption	6
3	Rahmendaten des Makrostandorts	8
3.1	Lage im Raum und zentralörtliche Struktur	8
3.2	Sozioökonomische Rahmendaten	9
4	Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial	12
4.1	Methodische Vorbemerkungen	12
4.2	Wettbewerb im Raum	12
4.3	Herleitung des Einzugsgebiets	13
4.4	Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial	15
5	Analyse der Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum	17
5.1	Vorhabenrelevante Einzelhandelsstruktur im Einzugsgebiet	17
5.1.1	Verkaufsflächenstruktur	17
5.1.2	Umsatzstruktur	21
5.2	Weiteres Planvorhaben: Erweiterung des NVZ Auefeld	22
5.3	Städtebauliche/versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den zentralen Versorgungsbereichen	23
5.3.1	ZV Innenstadt	24
5.3.2	NVZ Hermannshagen	25

5.3.3	NVZ Königshof	27
5.3.4	NVZ Neumünden	29
5.3.5	NVZ Auefeld	30
6	Vorhaben- und Wirkungsprognose	33
6.1	Marktanteils- und Umsatzprognose	33
6.2	Wirkungsprognose	37
6.2.1	Vorbemerkungen	37
6.2.2	Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im periodischen Bedarf	38
7	Bewertung des Vorhabens	42
7.1	Zu den Bewertungskriterien	42
7.2	Zur zentralörtlichen Zuordnung	44
7.3	Zu den Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgung	45
7.4	Zur städtebaulichen Integration des Vorhabenstandorts	46
7.5	Zur Kompatibilität mit dem kommunalen Einzelhandelskonzept	48
7.6	Exkurs: Zu den Auswirkungen des Vorhabens im Kontext weiterer Planvorhaben	49
8	Fazit	53

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lage des Mikrostandorts	3
Abbildung 2: Bestehender Lidl-Markt an der Hedemündener Straße	4
Abbildung 3: Blick in Richtung Südwesten entlang des Wiershäuser Wegs	5
Abbildung 4: Blick in Richtung Norden entlang der Eichendorffstraße	5
Abbildung 5: Blick in Richtung Osten entlang der Hedemündener Straße	6
Abbildung 6: Lage im Raum	8
Abbildung 7: Vorhabenrelevante Wettbewerbsstruktur im Raum	13
Abbildung 8: Einzugsgebiet des Vorhabens	14
Abbildung 9: Vorhabenrelevante Wettbewerbssituation	19
Abbildung 10: Aldi-Markt im Steinweg (Zone 1)	20
Abbildung 11: Penny-Markt im ZV Innenstadt (Zone 2)	20
Abbildung 12: Aldi-Markt im NVZ Königshof (Zone 2)	21
Abbildung 13: Konzept für das NVZ Auefeld	23
Abbildung 14: Blick in Richtung Norden entlang der Lange Straße	24
Abbildung 15: Blick in Richtung Süden entlang der Ziegelstraße	25
Abbildung 16: Edeka-Markt im NVZ Hermannshagen	26
Abbildung 17: Blick in Richtung Westen entlang der Hedemündener Straße	26
Abbildung 18: Blick in Richtung Osten entlang des Wiershäuser Wegs	27
Abbildung 19: Aldi-Markt im NVZ Königshof	28
Abbildung 20: Rewe-Markt im NVZ Königshof	28
Abbildung 21: Blick in Richtung Süden entlang der Wilhelmshäuser Straße	29
Abbildung 22: Blick in Richtung Norden entlang der Wilhelmshäuser Straße	30
Abbildung 23: Hit-Verbrauchermarkt im NVZ Auefeld	31
Abbildung 24: Blick in Richtung Westen entlang der Straße Auefeld	31
Abbildung 25: Ansiedlungsmatrix Einzelhandelskonzept Hann. Münden (cima)	49
Abbildung 26: Städtebauliche Atypik	Fehler! Textmarke nicht definiert.

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Sortimentsstruktur des Vorhabens	6
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich	10
Tabelle 3: Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens	15
Tabelle 4: Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit	15
Tabelle 5: Nahversorgungsrelevante Verkaufsflächenstruktur innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets	18
Tabelle 6: Nahversorgungsrelevante Umsatzstruktur innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets	22
Tabelle 7: Marktanteile des erweiterten Lidl-Markts innerhalb des Einzugsgebiets	34
Tabelle 8: Umsatzstruktur des erweiterten Lidl-Markts	34
Tabelle 9: Marktanteile des Lidl-Markts (Status quo)	35
Tabelle 10: Umsatzstruktur des Lidl-Markts (Status quo)	35
Tabelle 11: Umsatzzuwachs des Lidl-Markts durch Vorhabenrealisierung	36
Tabelle 12: Marktanteilszuwachs des Lidl-Markts durch Vorhabenrealisierung	36
Tabelle 13: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens	40

1 Einführung

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

In der Stadt Hann. Münden ist am Standort Hedemündener Straße die Erweiterung des Lidl-Markts von rd. 799 qm auf rd. 1.050 qm geplant. Der Vorhabenstandort ist Teil des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs NVZ Hermannshagen. Das Vorhaben soll über eine Bauleitplanung umgesetzt werden.

Die Aufgabenstellung der Untersuchung besteht somit insbesondere in der Ermittlung und Bewertung der städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des Vorhabens auf den Einzelhandel im Untersuchungsraum im Hinblick auf zentrale Versorgungsbereiche und die Nahversorgung. Prüfungsmaßstab ist damit § 11 Abs. 3 BauNVO, § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB sowie § 1 Abs. 4 BauGB. Darüber hinaus sind die landes- und regionalplanerischen Bestimmungen in Niedersachsen und im Landkreis Göttingen (LROP, RROP) zu berücksichtigen. Zudem ist die Kompatibilität mit dem kommunalen Einzelhandelsentwicklungskonzept zu bewerten.

1.2 Vorgehensweise

Dr. Lademann & Partner haben bei der Bearbeitung der Verträglichkeitsanalyse folgendes Untersuchungskonzept zu Grunde gelegt:

- Darstellung und Bewertung des Mikrostandorts und seiner planungsrechtlichen Gegebenheiten;
- Darstellung des Vorhabens im Hinblick auf die Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz;
- Kurzdarstellung und Bewertung der relevanten sozioökonomischen Rahmenbedingungen und deren Entwicklungstendenzen am Makrostandort (Bevölkerungsentwicklung, Kaufkraftniveau, Erreichbarkeitsbeziehungen);
- Herleitung des Einzugsgebiets des Vorhabens u.a. auf Basis der Wettbewerbsstrukturen des Lebensmitteleinzelhandels sowie kartographische Darstellung;
- Darstellung und Bewertung der nahversorgungsrelevanten Angebotssituation im Einzugsgebiet des Vorhabens;
- Abschätzung der Umsätze und Flächenproduktivitäten im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel;
- Versorgungsstrukturelle Analyse des Versorgungsniveaus im Einzugsgebiet (Verkaufsflächendichte sowie Zentralität im Einzugsgebiet);

- **Städtebauliche Analyse** der Ausgangslage in den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen zur Einschätzung ihrer Funktionsfähigkeit sowie Identifizierung ggf. vorhandener Vorschädigungen;
- **Vorhabenprognose** bezüglich des Einzugsgebiets, Nachfragepotenzials, Umsatzes und zu den Marktanteilen bzw. deren Veränderungen durch die Vorhabenrealisierung;
- **Wirkungsprognose** bezüglich der zu erwartenden **Umsatzumverteilungseffekte** durch das Vorhaben im Hauptsortiment zu Lasten des Einzelhandels im Einzugsgebiet nach Standortlagen und Zonen;
- **Intensive städtebauliche und raumordnerische Bewertung** des Vorhabens gemäß den Anforderungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO, § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB sowie § 1 Abs. 4 BauGB sowie vor dem Hintergrund der o.g. landes- und regionalplanerischen Bestimmungen unter Berücksichtigung der zentralen Versorgungsbereiche und der verbrauchernahen Versorgung;
- Einordnung des Vorhabens in die Vorgaben des kommunalen **Einzelhandelskonzepts**;
- Exkurs: Zu den Auswirkungen des Vorhabens **im Kontext weiterer Vorhaben**
- **Zusammenfassende Bewertung**.

Um die Verträglichkeit des Vorhabens beurteilen zu können, sind dabei eine Reihe von **Erhebungen und Bewertungen** durchzuführen:

- **Sekundäranalysen** der Daten des Statistischen Landesamts sowie einschlägiger Institute bezüglich der sozioökonomischen Rahmendaten;
- **Vor-Ort-Erhebung** der nahversorgungsrelevanten **Angebotssituation** im Einzugsgebiet des Vorhabens;
- Einschätzungen zum **Mikrostandort** zur Beurteilung der Eignung für das geplante Vorhaben;
- Einschätzungen zu den wesentlichen **Wettbewerbsstandorten und zentralen Versorgungsbereichen** zur Beurteilung ihrer Leistungs- und Funktionsfähigkeit.

Als Prognosehorizont wurde das Jahr 2024 als mögliches erstes Jahr der Marktwirksamkeit des Vorhabens angesetzt.

2 Analyse von Mikrostandort und Vorhaben

2.1 Mikrostandort

Der **Vorhabenstandort** befindet sich in der Hedemündener Straße 19 in nordöstlicher Stadtrandlage im Stadtteil Hermannshagen von Hann. Münden.



Abbildung 1: Lage des Mikrostandorts

Die **verkehrliche Anbindung** erfolgt im Wesentlichen über die B 80, welche am Standort als Hedemündener Straße geführt wird. Im westlichen bzw. nordwestlichen Verlauf durchquert die B 80 das Stadtgebiet von Hann. Münden und führt ins weitere Umland. Ergänzend knüpft die B80 vor der Weserbrücke an die B 3 an, welche Richtung Norden

nach Göttingen führt. Im östlichen bzw. südöstlichen Verlauf führt die B 80 über den Ortsteil Hedemünden bis nach Witzenhausen. In Hedemünden besteht zudem ein Anschluss an die BAB 7, welche das Stadtgebiet in West-Ost-Richtung durchquert. Ergänzt wird die verkehrliche Erreichbarkeit durch die Kreisstraße K 217, welche am Standort als Wiershäuser Weg geführt wird und in Richtung Osten zum Ortsteil Wiershausen führt.

Die Anbindung mit dem **ÖPNV** erfolgt v.a. über die rd. 200 m entfernte Bushaltestelle „Hermannshagen – Hedemündener Straße“, an welcher die Buslinie 101 hält. Ergänzend ist sowohl die fußläufige Erreichbarkeit als auch mit dem Fahrrad aus den umliegenden Wohngebieten gesichert.

Das Umfeld des **Vorhabenstandorts** ist zurzeit neben dem bestehenden Lidl-Markt vor allem durch das Betriebsgelände des Schleifmittelherstellers AWUKO nördlich und westlich des Standorts geprägt. Nordöstlich befindet sich lockere Einzel- und Doppelhausbebauung. Unmittelbar östlich befinden sich eine Apotheke und ein Edeka-Verbrauchermarkt (inkl. Bäckerei). Südlich grenzen Wohnbebauung (Einzel- und Doppelhäuser) und ferner die Werra an. In Richtung Westen entlang der Hedemündener Straße befinden sich ein Antiquitätengeschäft und eine Tankstelle (inkl. Rewe-To-Go-Markt).

Nach dem kommunalen Einzelhandelskonzept ist der Vorhabenstandort **Teil des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs** „Nahversorgungszentrum Hermannshagen“.



Abbildung 2: Bestehender Lidl-Markt an der Hedemündener Straße



Abbildung 3: Blick in Richtung Südwesten entlang des Wiershäuser Wegs



Abbildung 4: Blick in Richtung Norden entlang der Eichendorffstraße



Abbildung 5: Blick in Richtung Osten entlang der Hedemündener Straße

2.2 Vorhabenkonzeption

Gegenstand der vorliegenden Untersuchung ist die Erweiterung eines bereits etablierten Nahversorgers. **Die geplante Gesamtverkaufsfläche beträgt 1.050 qm. Der am Standort bestehende Lidl-Markt verfügt aktuell über eine Verkaufsfläche von rd. 799 qm, sodass die Erweiterung einen Flächenzuwachs von rd. 251 qm umfasst.**

Der Sortimentsschwerpunkt des Lidl-Markts liegt weiterhin in den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren/Wasch-/Putz-/Reinigungsmittel. Damit stellt das Vorhaben einen **typischen Nahversorgungsanbieter** dar. Der Verkaufsflächenanteil aperiodischer, v.a. zentrenrelevanter Randsortimente¹ wird erfahrungsgemäß bei ca. 10 % (rd. 105 qm) liegen.

Damit zeigt die Veränderung der Verkaufsflächenstruktur des Lidl-Lebensmitteldiscounters folgendes Bild:

Veränderung der Verkaufsflächenstruktur durch die Erweiterung

Branchenmix	VKF in qm Status quo	VKF in qm Zuwachs	VKF in qm nach Erweiterung
periodischer Bedarf	719	226	945
aperiodischer Bedarf	80	25	105
Gesamt	799	251	1.050

Quelle: Dr. Lademann & Partner nach Angaben des Auftraggebers

Tabelle 1: Sortimentsstruktur des Vorhabens

¹ Non-Food-Sortimente ohne Drogeriewaren/Wasch-/Putz-/Reinigungsmittel.

Der Vorhabenstandort verfügt über eine Ausweisung als GE. Das Vorhaben soll über eine Bauleitplanung realisiert werden. Prüfungsmaßstab ist damit § 11 Abs. 3 BauNVO, § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB sowie § 1 Abs. 4 BauGB in Verbindung mit den raumordnerischen Bestimmungen und den Vorgaben aus dem kommunalen Einzelhandelsentwicklungskonzept.

Auch wenn bei einem Erweiterungsvorhaben grundsätzlich das gesamte neue Vorhaben hinsichtlich seiner Gestalt und Ausstrahlungswirkung baurechtlich zu prüfen ist, muss berücksichtigt werden, dass der bestehende Betrieb seine Wirkung bereits in der Vergangenheit induziert hat. Daher ist nur der mit dem Vorhaben verbundene Zusatzumsatz in der Wirkungsanalyse für das Vorhaben prüfungsrelevant, der sich aus der Verkaufsflächenerweiterung und der allgemein zu erwartenden Attraktivitätssteigerung des Markts ergibt.² Schließlich ist der bestehende Betrieb bereits heute Bestandteil des Einzelhandelsgefüges.

Der Standort soll darüber hinaus weiterhin 75 Stellplätze aufweisen. Damit liegt der Wert innerhalb der Spannbreite der Richtzahl für den Einstellplatzbedarf nach § 47 NBauO, die 1 Einstellplatz je 10 bis 20 qm Verkaufsfläche für großflächige Betriebe vorsieht. Daraus ergibt sich für das Vorhaben ein Stellplatzbedarf von 53 bis 105.

Geplant ist die Erweiterung eines Lidl-Lebensmitteldiscounters in Hann. Münden. Der Verkaufsflächenzuwachs beträgt 251 qm. Der aktuell kleinflächige Lidl-Markt ist im Bewusstsein der Bevölkerung etabliert und im modal split gut erreichbar. Das Vorhaben befindet sich im zentralen Versorgungsbereich NVZ Hermannshagen und soll über eine Bauleitplanung realisiert werden. Prüfungsmaßstab ist damit § 11 Abs. 3 BauNVO, § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB sowie § 1 Abs. 4 BauGB in Verbindung mit den raumordnerischen Kriterien und den Vorgaben aus dem kommunalen Einzelhandelsentwicklungskonzept.

² Vgl. u.a. Urteile des OVG Münster (AZ 10A 1417/07 und 10A 2601/07).

3 Rahmendaten des Makrostandorts

3.1 Lage im Raum und zentralörtliche Struktur

Die Stadt Hannoversch Münden (Landkreis Göttingen) ist die südlichste Stadt Niedersachsens und befindet sich an der Grenze zu Hessen sowie unweit der Landesgrenze zu Thüringen. Die Stadt setzt sich aus den zehn Ortsteilen Bonaforth, Gimte, Hedemünden, Hemeln, Laubach, Lippoldshausen, Mielenhausen, Oberode, Volkmarshausen, Wiershausen sowie der Kernstadt (Stadtteile Altmünden, Hermannshagen, Innenstadt, Neumünden, Kattenbühl, Blume) zusammen. Die Tallage am Zusammenfluss von Fulda und Werra zur Weser, sowie das umliegende Mittelgebirge bestimmen die Topographie der Stadt.

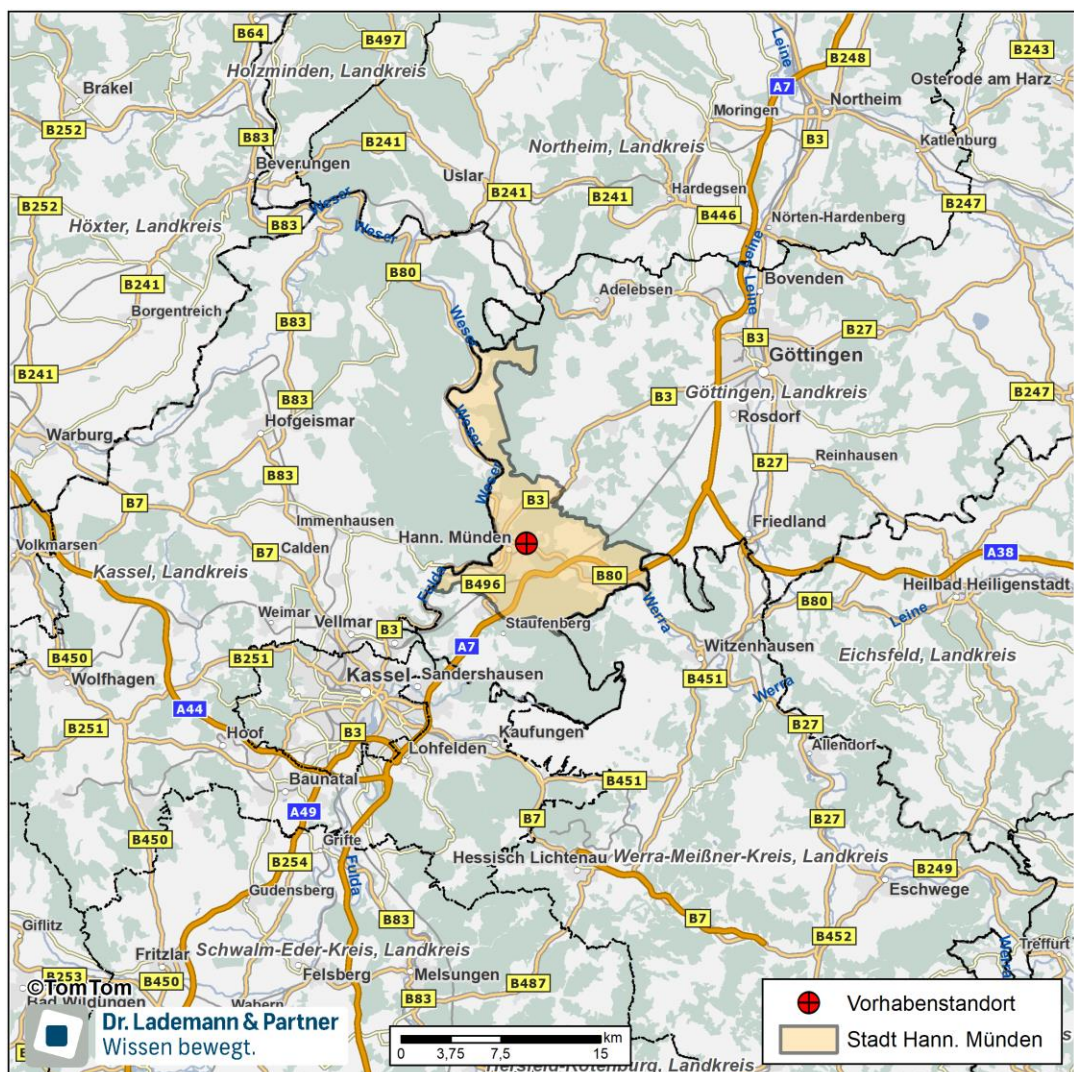


Abbildung 6: Lage im Raum

Die **verkehrliche Anbindung** von Hann. Münden erfolgt im Wesentlichen über die Bundesstraßen B 3, B 80 und B 469. Die B 3 durchquert das Stadtgebiet in Nordost-/Südwest-Richtung und sichert somit die Anbindung an Göttingen im Nordosten und Kassel im Südwesten. Die B 80 folgt im Wesentlichen dem Verlauf der Weser im Norden und der Werra im Zentrum der Stadt Richtung Osten. Die B 469 knüpft im Zentrum der Stadt an die B 3 und im südwestlichen Verlauf an die Bundesautobahn 7. Die überörtliche verkehrliche Anbindung erfolgt über die BAB 7, welche das südliche Stadtgebiet in West-Ost-Richtung durchquert. Die Oberzentren Göttingen und Kassel sind somit in rd. 30 Minuten zu erreichen.

Die Anbindung an den **öffentlichen Personennahverkehr** (ÖPNV) erfolgt im Wesentlichen über den Bahnhof südlich des Stadtkerns. Über die Regionalzüge RE 2, RE 9 und RB 83 bestehen Verbindungen u.a. nach Kassel, Göttingen, Halle und Erfurt. Zusätzlich führt die Schnellfahrstrecke Hannover-Würzburg unterirdisch durch das Stadtgebiet von Hann. Münden. Aufgrund der Tallage führen die Bahnstrecken teilweise durch mehrere Tunnel sowie über die Werratalbrücke. Ergänzt wird der ÖPNV durch eine Vielzahl an Buslinien, die sowohl die dörflichen Ortsteile als auch das Umland an Hann. Münden anbindet.

Von Seiten der Raumordnung ist die Stadt Hann. Münden als **Mittelzentrum** ausgewiesen und soll demnach Versorgungsfunktionen auch für das Umland übernehmen. Für den periodischen Bedarf ist gleichwohl das eigene Stadtgebiet als relevanter Kongruenzraum anzusehen. Die nächstgelegenen Orte mit gleichrangiger zentralörtlicher Funktion sind Witzenhausen (rd. 20 km südöstliche Entfernung), Vellmar (rd. 24 km südwestliche Entfernung) und Hofgeismar (rd. 30 km nordwestliche Entfernung). Die Oberzentren Kassel und Göttingen befinden sich in unmittelbarer Nähe (jeweils rd. 28 km Entfernung).

3.2 Sozioökonomische Rahmendaten

Die **Bevölkerungsentwicklung** in Hann. Münden verlief seit 2017 mit einem jährlichen Rückgang von – 0,4 % negativ. Damit ist die Entwicklung in der Stadt Hann. Münden leicht negativer verlaufen als im Landkreis Göttingen bzw. in Niedersachsen insgesamt.

Insgesamt lebten in Hann. Münden Anfang 2022

rd. 23.290 Einwohner.

Einwohnerentwicklung in Hann. Münden im Vergleich

Gemeinde, Landkreis, Land	2017	2022	abs.	+/- 17/22	Veränderung
				in %	p.a. in %
Hann. Münden	23.797	23.289	-508	-2,1	-0,4
Witzenhausen (Hessen)	15.092	14.943	-149	-1,0	-0,2
Vellmar (Hessen)	18.067	18.166	99	0,5	0,1
Göttingen, Stadt	119.177	116.557	-2.620	-2,2	-0,4
Hofgeismar (Hessen)	15.247	15.309	62	0,4	0,1
Kassel (Hessen)	199.062	200.406	1.344	0,7	0,1
Landkreis Göttingen	327.065	323.661	-3.404	-1,0	-0,2
Niedersachsen	7.945.685	8.027.031	81.346	1,0	0,2

Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen (Stand jeweils 01.01.)

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung im Vergleich

Für die **Prognose der Bevölkerungsentwicklung** in Hann. Münden kann in Anlehnung an die Prognose von MB-Research³, unter Berücksichtigung der tatsächlichen Entwicklung in den letzten Jahren, davon ausgegangen werden, dass sich die Einwohnerzahlen auch in den nächsten Jahren leicht negativ entwickeln werden. Im Jahr 2024 (dem möglichen Zeitpunkt der Marktwirksamkeit des Vorhabens) ist in Hann. Münden daher mit einer Bevölkerungszahl zu rechnen von

rd. 23.190 Einwohnern.

Hann. Münden verfügt über eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer**⁴ von 95,2. Die Kaufkraftkennziffer fällt damit im Vergleich zum Schnitt des Landkreises Göttingen (95,8) durchschnittlich aus. Im Vergleich zu den umliegenden Städten und Gemeinden Witzenhausen (90,6), Hofgeismar (91,0) und Kassel (93,4) ist die Kaufkraftkennziffer gar als überdurchschnittlich zu bewerten. Gleichwohl liegt sie deutlich unter dem Landes- sowie Bundesdurchschnitt (99,2 respektive 100,0).

³ Vgl. kleinräumige Bevölkerungsprognose von MB-Research 2022. Die Modellrechnung berücksichtigt insbesondere die Angaben des Statistischen Bundesamts (prozentuale Veränderung auf Ebene der Stadt- und Landkreise sowie Gemeinden > 2.000 Einwohner: 14. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung).

⁴ Vgl. MB-Research: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2022. Durchschnitt Deutschland=100.

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum induzieren aufgrund der prospektiv negativen Einwohnerentwicklung nur geringfügige Entwicklungspotenziale für die künftige Einzelhandelsentwicklung in Hann. Münden und sind damit eher restriktiv zu bewerten. Das Kaufkraftniveau liegt dagegen auf einem regional durchschnittlichen Niveau. Dies wurde bei der nachfolgenden Wirkungsprognose des Vorhabens berücksichtigt. Hann. Münden mit der Kernstadt und den Ortsteilen Bonaforth, Gimte und Volkmarshausen ist raumordnerisch als Mittelzentrum eingestuft. Im periodischen Bedarf bezieht sich der Kongruenzraum gleichwohl auf das eigene Stadtgebiet.

4 Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial

4.1 Methodische Vorbemerkungen

Zur Ermittlung des vorhabenspezifischen Einzugsgebiets wurden die Einzugsbereiche vergleichbarer Bestandsobjekte ausgewertet und im Analogieschlussverfahren auf das Vorhaben in Hann. Münden übertragen.

Dabei ist neben der Erreichbarkeit des Standorts und dem Agglomerationsumfeld, vor allem die Wettbewerbssituation im Raum für die konkrete Ausdehnung des Einzugsgebiets ausschlaggebend. Die Wettbewerbsstruktur im Raum kann sowohl limitierend als auch begünstigend auf die Ausdehnung des Einzugsgebiets wirken. Darüber hinaus ist das eigene Filialnetz von Lidl zu berücksichtigen.

4.2 Wettbewerb im Raum

Im Wettbewerb steht das Vorhaben vor allem mit den typgleichen/typähnlichen Lebensmitteldiscountern und Verbrauchermärkten. Im Umfeld des Vorhabenstandorts ist zwar eine Vielzahl von Lebensmittelmärkten angesiedelt, allerdings befinden sich davon nur der Edeka-Verbrauchermarkt im NVZ Hermannshagen und der Aldi-Markt im Steinweg in fußläufiger Entfernung (rd. 100 m bzw. 600 m). Die übrigen Wettbewerber liegen bereits außerhalb der 1.000 m-Distanz, bei der man von einer fußläufigen Erreichbarkeit sprechen kann. Im weiteren Umfeld bündeln sich die Lebensmittelmärkte in den Nahversorgungszentren und dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt. Neben den Angeboten im ZV Innenstadt finden sich zahlreiche Anbieter bspw. im NVZ Neumünden und NVZ Königshof. Im NVZ Auefeld, nördlich der Kernstadt befindet sich zudem ein Hit-Verbrauchermarkt. Allerdings ist hier die Einwohnerdichte aufgrund des Gewerbegebietscharakters deutlich geringer.

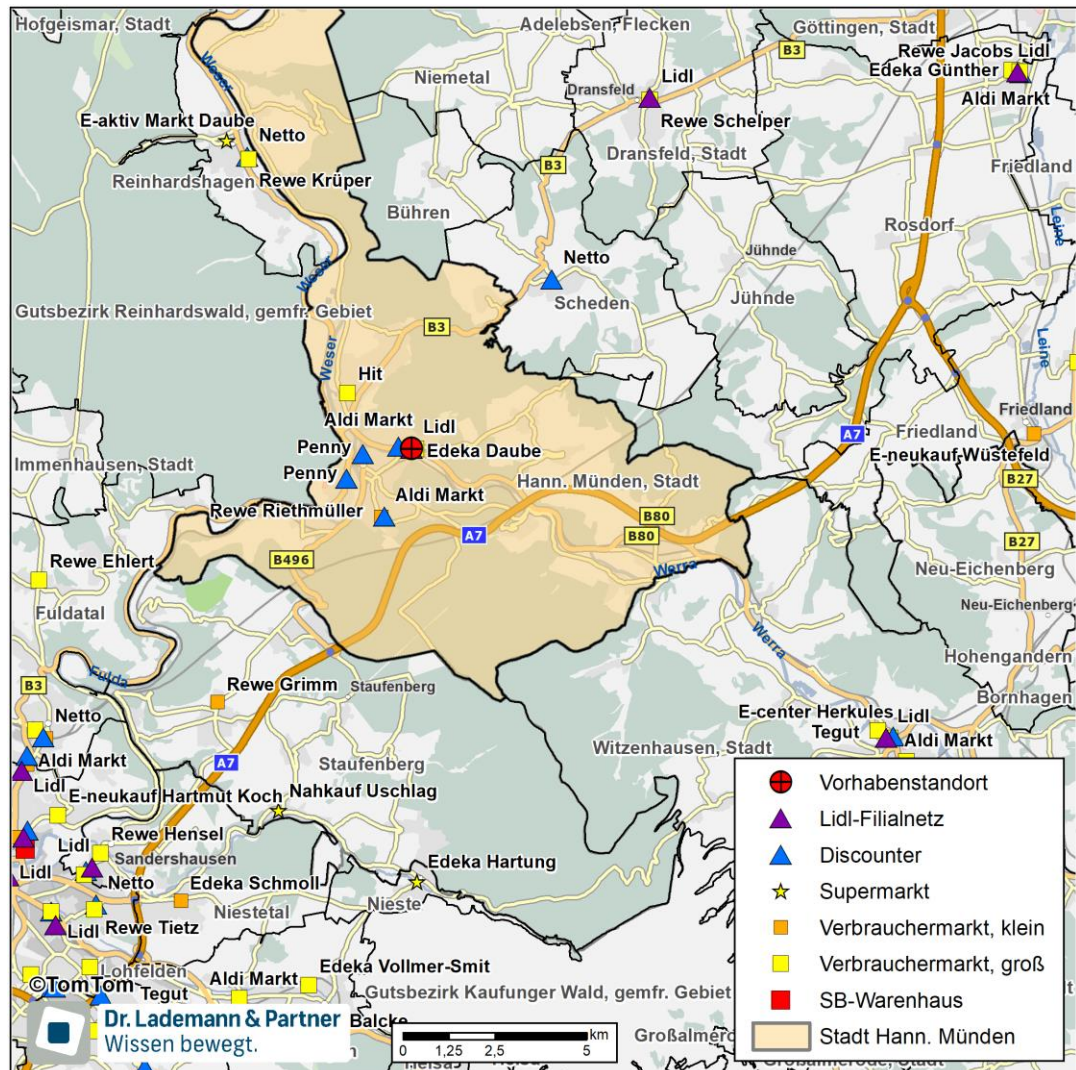


Abbildung 7: Vorhabenrelevante Wettbewerbsstruktur im Raum

Insgesamt ist somit von einer moderaten vorhabenrelevanten Wettbewerbssituation im Raum auszugehen, die sich begünstigend auf die Ausdehnung des Einzugsgebiets auswirkt. Die im weiteren Umfeld befindlichen Märkte schränken allerdings eine wesentliche Ausdehnung über den Nahbereich ein.

4.3 Herleitung des Einzugsgebiets

Aufgrund der Distanzempfindlichkeit der Verbrauchernachfrage sinkt der Marktanteil mit zunehmender Entfernung zwischen Wohn- und Vorhabenstandort, weshalb das Einzugsgebiet für die weiteren Betrachtungen in unterschiedliche Zonen untergliedert wurde.

Das **Einzugsgebiet des Vorhabens** bildet im **Nahbereich (Zone 1)** das fußläufig erreichbare Umfeld und erstreckt sich fast vollständig über die Stadtteile Blume und

Hermannshagen, nördlich der Werra. Über die Werratalbrücke schließt der Nahbereich zusätzlich Gebiete der Kernstadt, entlang den Straßen „Werraweg“ und „Vor der Bahn“ ein. Die **Zone 2** erstreckt sich über weite Teile der Kernstadt von Hann. Münden. Im Norden reicht die Zone 2 bis zum Kieswerk im Ortsteil Gimte. Während die Stadtgrenze das Einzugsgebiet östlich definiert, begrenzen die Siedlungsgebiete der Ortsteile Laubach und Oberode sowie der Verlauf der A 7 das südliche Einzugsgebiet. Im Westen begrenzen die Stadtgrenze und im Südwesten der Ortsteil Bonaforth die Zone 2.

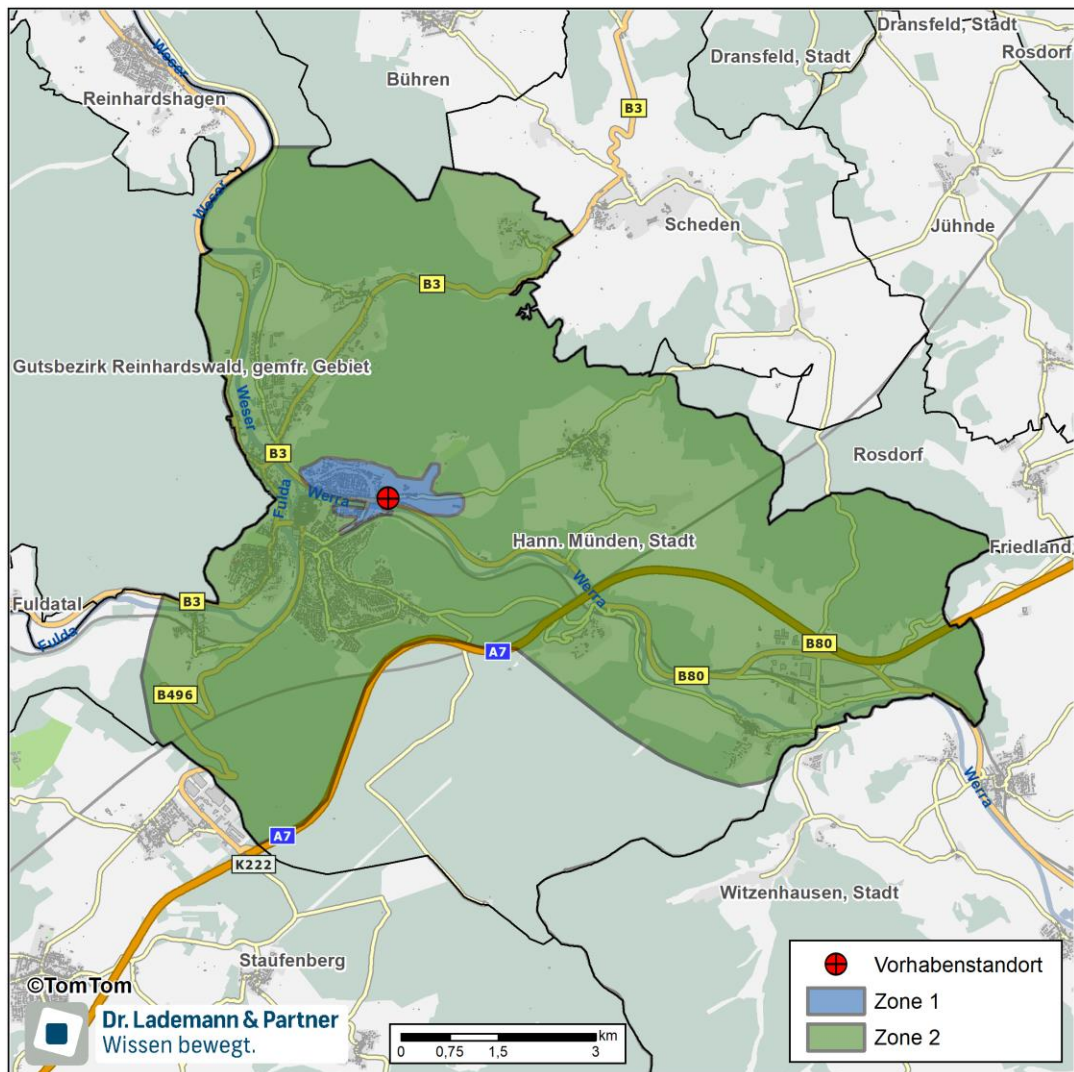


Abbildung 8: Einzugsgebiet des Vorhabens

In dem prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens leben derzeit etwa 22.420 Personen. Aufgrund der prognostizierten Bevölkerungsveränderungen kann von einem sinkenden **Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet** ausgegangen werden von insgesamt

rd. 22.330 Einwohnern.

Einzugsgebiet des Erweiterungsvorhabens in Hann. Münden

Bereich	2022	2024
Zone 1	2.613	2.600
Zone 2	19.807	19.730
Einzugsgebiet	22.420	22.330

Quelle: Eigene Berechnungen der Dr. Lademann & Partner GmbH.

Tabelle 3: Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Vorhabens

4.4 Vorhabenrelevantes Nachfragepotenzial

Auf der Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft⁵ im Einzugsgebiet sowie des zu Grunde gelegten Pro-Kopf-Ausgabesatzes⁶ beträgt das **Nachfragepotenzial** für die vorhabenrelevanten Sortimente aktuell rd. 147,5 Mio. €.

Bis zur prospektiven Marktwirksamkeit des Vorhabens im Jahr 2024 ist angesichts der prognostizierten Bevölkerungsrückgänge von einem **Rückgang des Nachfragepotenzials auszugehen auf**

rd. 146,9 Mio. € (- 0,6 Mio. €).

Davon entfallen knapp 73,6 Mio. € auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf.

Nachfragepotenzial des Vorhabens 2024 in Mio. €

Daten	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Periodischer Bedarf*	8,6	65,0	73,6
Aperiodischer Bedarf**	8,5	64,8	73,4
Gesamt	17,1	129,8	146,9

Quelle: Eigene Berechnungen. * ohne pharmazeutischer und medizinischer Bedarf ** ohne Möbel.

Tabelle 4: Nachfragepotenzial zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit

⁵ Vgl. Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern MB-Research 2022

⁶ Vgl. Pro-Kopf-Ausgabesätze MB-Research Prognose 2022: Periodischer Bedarf (ohne Apotheken) = 3.461 €.

Insgesamt beträgt das Kundenpotenzial im Einzugsgebiet des Erweiterungsvorhabens in 2024 etwa 22.330 Personen. Das vorhabenrelevante Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet wird bis zur Marktwirksamkeit auf etwa 146,9 Mio. € leicht absinken. Davon entfallen rd. 73,6 Mio. € auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf.

5 Analyse der Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum

Im nachfolgenden Kapitel werden die Angebotsstrukturen sowie die städtebauliche/versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets analysiert.

5.1 Vorhabenrelevante Einzelhandelsstruktur im Einzugsgebiet

5.1.1 Verkaufsflächenstruktur

Zur Bestimmung der vorhabenrelevanten Wettbewerbs- und Angebotssituation wurde im September 2022 durch Dr. Lademann & Partner eine vollständige Erhebung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbestands im prospektiven Einzugsgebiet⁷ des Vorhabens durchgeführt.

Den Ergebnissen dieser Erhebung zufolge wird im prospektiven Einzugsgebiet des Vorhabens eine nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche von

rd. 11.000 qm (ohne aperiodische Randsortimente)

vorgehalten. Mit rd. 7.300 qm Verkaufsfläche entfällt der Schwerpunkt davon auf die Zone 2.

⁷ Die Abgrenzung (Kartierung) des Einzugsgebiets wurde dabei wie in Kapitel 4 erläutert vorgenommen und stellt im Nahbereich (Zone 1) das fußläufige Umfeld dar. Die Zone 2 erstreckt sich über weite Teile der Kernstadt von Hann. Münden. Im Norden reicht die Zone 2 bis zum Kieswerk im Ortsteil Gimte. Während östlich die Stadtgrenze das Einzugsgebiet definiert, begrenzen die Siedlungsgebiete der Ortsteile Laubach und Oberode sowie der Verlauf der A 7 das südliche Einzugsgebiet. Im Westen begrenzen die Stadtgrenze und im Südwesten der Ortsteil Bonaforth die Zone 2.

Verkaufsflächenstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels im Einzugsgebiet

Periodischer Bedarf	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in qm
NVZ Hermannshagen	3	2.170
Streulage	4	1.470
Zone 1	7	3.640
ZV Innenstadt	14	1.430
NVZ Neumünden	4	1.400
NVZ Königshof	4	1.860
NVZ Auefeld	3	2.490
Streulage	4	150
Zone 2	29	7.330
Einzugsgebiet gesamt	36	10.970

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 5: Nahversorgungsrelevante Verkaufsflächenstruktur innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets

Die **Verkaufsflächendichte** im Einzugsgebiet beträgt rd. 490 qm/1.000 Einwohner und liegt damit leicht unter dem bundesdeutschen Durchschnitt (rd. 530 qm je 1.000 Einwohner⁸). Dies deutet auf moderate Verkaufsflächenspielflächen hin die u.E. dafür genutzt werden sollten die bestehenden Angebote in Hann. Münden den heutigen Marktkonzepten des Lebensmitteleinzelhandels anzupassen, um Umsatzabflüsse in die umliegenden zentralen Orte zu vermeiden und den Versorgungsauftrag des Mittelzentrums Hann. Münden abzusichern.

Folgende Darstellung gibt einen Überblick über die räumliche Lage der strukturprägenden Nahversorgungsbetriebe ab rd. 400 qm Verkaufsfläche (ohne Getränkemärkte und Drogeriefachmärkte) innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets des Vorhabens.

⁸ Der angegebene Wert bezieht sich auf alle Betriebsformen des periodischen Bedarfsbereichs (exkl. Apotheken) und basiert auf eigenen Berechnungen auf der Grundlage von Daten einschlägiger Institute und Verbände (v.a. EHI Retail Institute, TradeDimensions).

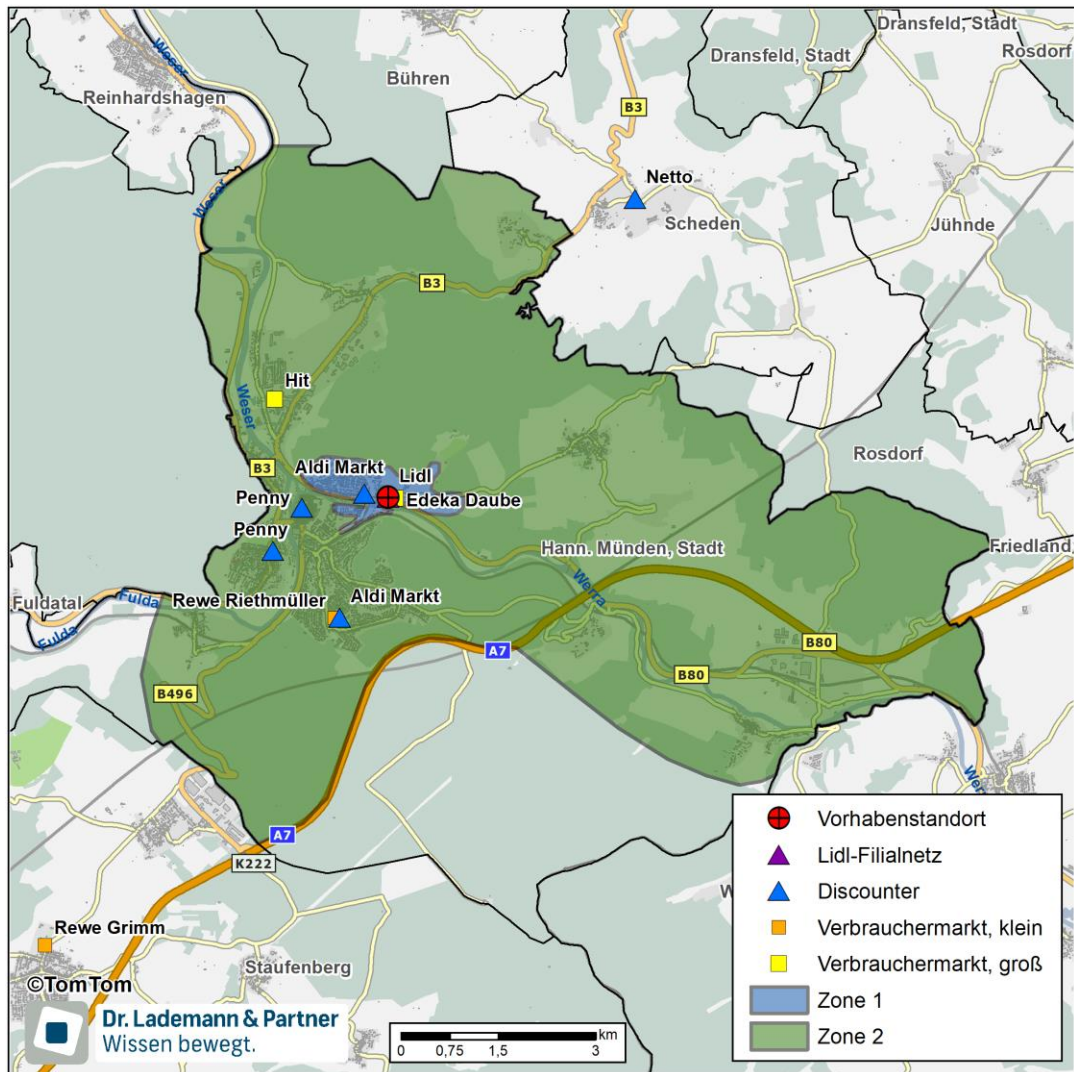


Abbildung 9: Vorhabenrelevante Wettbewerbssituation

Folgende strukturprägende Lebensmittelmärkte (> 400 qm) sind neben dem zu erweiternden Lidl-Markt innerhalb des Einzugsgebiets angesiedelt:

- Edeka-Verbrauchermarkt, NVZ Hermannshagen (Zone 1)
- Aldi-Lebensmitteldiscounter, Steinweg (Zone 1)
- Penny-Lebensmitteldiscounter, ZV Innenstadt (Zone 2)
- Aldi-Lebensmitteldiscounter, NVZ Königshof (Zone 2)
- Rewe-Verbrauchermarkt, NVZ Königshof (Zone 2)
- Penny-Lebensmitteldiscounter, NVZ Neumünden (Zone 2)
- Hit-Verbrauchermarkt, NVZ Auefeld (Zone 2)

**Abbildung 10: Aldi-Markt im Steinweg (Zone 1)****Abbildung 11: Penny-Markt im ZV Innenstadt (Zone 2)**



Abbildung 12: Aldi-Markt im NVZ Königshof (Zone 2)

5.1.2 Umsatzstruktur

Die Umsätze für den prüfungsrelevanten Einzelhandel im Einzugsgebiet wurden auf der Grundlage allgemeiner Branchenkenndaten, der ermittelten Verkaufsflächen sowie der spezifischen Wettbewerbssituation standortgewichtet ermittelt.

Der **Brutto-Umsatz** bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten innerhalb des Einzugsgebiets beläuft sich auf insgesamt

rd. 54,4 Mio. € (ohne aperiodische Randsortimente).

Auch umsatzseitig betrachtet entfällt der Schwerpunkt mit rd. 34,9 Mio. € auf die Betriebe in der Zone 2. Im Nahversorgungszentrum Hermannshagen werden rd. 11,9 Mio. € generiert.

Umsatzstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels im Einzugsgebiet

Periodischer Bedarf	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
NVZ Hermannshagen	2.170	11,9
Streulage	1.470	7,7
Zone 1	3.640	19,6
ZV Innenstadt	1.430	8,6
NVZ Neumünden	1.400	5,5
NVZ Königshof	1.860	10,5
NVZ Auefeld	2.490	9,1
Streulage	150	1,2
Zone 2	7.330	34,9
Einzugsgebiet gesamt	10.970	54,4

Quelle: Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

Tabelle 6: Nahversorgungsrelevante Umsatzstruktur innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets

Die durchschnittliche Flächenproduktivität für diese Sortimentsgruppe beträgt insgesamt rd. 5.000 € je qm Verkaufsfläche und wird im Wesentlichen von den umsatzstarken Lebensmitteldiscountern getrieben. Daraus resultiert eine nahversorgungsrelevante Einzelhandelszentralität von rd. 74 % für das Einzugsgebiet, die auf Kaufkraftabflüsse hindeutet.

Auf einer nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche von insgesamt rd. 11.000 qm innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets werden rd. 54,4 Mio. € Umsatz generiert (ohne aperiodische Randsortimente). Sowohl die leicht unterdurchschnittliche nahversorgungsrelevante Verkaufsflächendichte als auch die nahversorgungsrelevante Einzelhandelszentralität im Einzugsgebiet deuten auf Entwicklungsspielräume hin, welche zur Absicherung der mittelzentralen Versorgungsfunktion genutzt werden sollten.

5.2 Weiteres Planvorhaben: Erweiterung des NVZ Auefeld

Das NVZ Auefeld im nördlichen Ortsteil Gimte wird in den kommenden Jahren umfassend modernisiert und erweitert. Das Vorhaben beinhaltet einen erweiterten Ersatzneubau des bestehenden Hit-Verbrauchermarkts und die Ansiedlung eines Rossmann-Drogeriefachmarkts. Der Ersatzneubau wird nach Fertigstellung eine

Verkaufsfläche von rd. 2.400 qm vorhalten, wobei der Getränkemarkt mit einer Verkaufsfläche von rd. 450 qm wegfällt. Der Rossmann-Drogeriefachmarkt wird eine Verkaufsfläche von rd. 660 qm vorhalten. Der Abriss des bestehenden Hit-Markts war ursprünglich auf Sommer 2022 datiert und die Fertigstellung des gesamten Nahversorgungszentrums auf 2023. Da der erste Schritt bisher noch nicht erfolgt ist, wird die prospektive Marktwirksamkeit voraussichtlich 2024 erfolgen. Insgesamt ist durch das Vorhaben im periodischen Bedarfsbereich von einem Umsatzzuwachs von etwa 3 bis 4 Mio. € auszugehen. Da der modernisierte Hit-Markt und der Rossmann-Drogeriefachmarkt zeitgleich bzw. ggf. zeitlich vorgelagert zum Lidl-Erweiterungsvorhaben eröffnet werden, werden die Betriebe und ihre Umsatzwirkungen in der Wirkungsanalyse mit berücksichtigt.



Abbildung 13: Konzept für das NVZ Auefeld

5.3 Städtebauliche/versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den zentralen Versorgungsbereichen

Im nachfolgenden Kapitel werden die Angebotsstrukturen sowie städtebauliche/versorgungsstrukturelle Ausgangslage in den betroffenen zentralen Versorgungsbereichen innerhalb des prospektiven Einzugsgebiets analysiert.

Dem Einzelhandelskonzept für die Stadt Hann. Münden aus dem Jahr 2019 zufolge befinden sich mit den Nahversorgungszentren Hermannshagen, Königshof, Neumünden, Auefeld und dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sämtliche Versorgungsbereiche innerhalb des Einzugsgebiets. Alle weiteren vorhabenrelevanten Einzelhandelsbetriebe im Einzugsgebiet sind in Streulagen verortet.

5.3.1 ZV Innenstadt

Der **zentrale Versorgungsbereich Innenstadt** befindet sich im Zentrum der Stadt Hann. Münden in rd. 1,4 km Entfernung zum Vorhabenstandort. Im Wesentlichen orientiert sich die Abgrenzung am historischen Ortskern bzw. der ehemaligen Stadtmauer von Hann. Münden. Das städtebaulich-architektonische Erscheinungsbild zeichnet sich durch eine Vielzahl an Fachwerkhäusern und einem umfassenden Nutzungsmix aus. So befinden sich neben Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben auch das Rathaus, der Marktplatz und soziale Einrichtungen innerhalb des abgegrenzten Bereichs.

Die **verkehrliche Anbindung** erfolgt im Wesentlichen über die B 469, welche über die Pionierbrücke westlich der historischen Altstadt und südlich der Stadtmauer verläuft. Nördlich wird die Altstadt über die Alte Werrabrücke von der B 80 erschlossen. Aufgrund der Lage im Winkel des Mündungsdreiecks von Fulda und Werra zur Weser stellen die kleinräumigen Straßenzüge ebenfalls wichtige Erschließungsachsen dar. Die Anbindung mit dem **ÖPNV** erfolgt über die zentral gelegenen Bushaltestellen „Markt“ und „Hann. Münden Schloss“ sowie die südlich gelegene Haltestelle „Hann. Münden Rotunde“. Der Hauptbahnhof Hann. Münden befindet sich ebenfalls in rd. 600 m süd-östlicher Entfernung. Ergänzend ist sowohl die fußläufige Erreichbarkeit als auch die Erreichbarkeit mit dem Fahrrad aus den umliegenden Stadtteilen gesichert.

Das **Einzelhandelsangebot** ist ausgewogen in kurzfristige und mittelfristige Warensortimente ausdifferenziert. Zudem befinden sich zahlreiche Gastronomiebetriebe im ZV Innenstadt. Das Nahversorgungsangebot wird durch einen Penny-Lebensmitteldiscounter und einen Rossmann-Drogeriefachmarkt gesichert. Ergänzt wird das Angebot durch mehrere Betriebe des Lebensmittelhandwerks.



Abbildung 14: Blick in Richtung Norden entlang der Lange Straße



Abbildung 15: Blick in Richtung Süden entlang der Ziegelstraße

Die Innenstadt von Hann. Münden ist insgesamt stabil und leistungsfähig aufgestellt. Die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs ist gewährleistet. Insgesamt wird auf einer nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche von rd. 1.400 qm ein Umsatz von rd. 8,6 Mio. € generiert (ohne aperiodische Randsortimente).

5.3.2 NVZ Hermannshagen

Das Nahversorgungszentrum Hermannshagen, in welchem sich auch der Vorhabenstandort befindet, erstreckt sich im Wesentlichen über die Grundstücke des Lidl- bzw. Edeka-Markts. Das städtebaulich-architektonische Erscheinungsbild wird vor allem durch die funktionalen Immobilien der Nahversorgungsbetriebe und des benachbarten Industriebetriebs (AWUKO) geprägt. Im näheren Umfeld befindet sich zudem Wohnbebauung (Einzel- und Doppelhäuser).

Die verkehrliche Anbindung erfolgt im Wesentlichen über die B 80, welche am Standort als Hedemündener Straße geführt wird und das NVZ zentral in West-Ost-Richtung durchquert. Ergänzt wird die verkehrliche Erreichbarkeit durch die Kreisstraße K 217, welche am Standort als Wiershäuser Weg geführt wird und in Richtung Osten zum Ortsteil Wiershausen führt. Die Anbindung mit dem ÖPNV ist über die Bushaltestellen „Hedemündener Straße“, „Querenburg“ und „Schule“ (jeweils rd. 200 m Entfernung) gewährleistet. Ergänzend ist sowohl die fußläufige Erreichbarkeit als auch mit dem Fahrrad aus den umliegenden Wohngebieten gesichert.

Der Schwerpunkt des Einzelhandelsangebots liegt in den nahversorgungsrelevanten Warensortimenten. Neben dem Prüfobjekt wird der Standort vor allem durch einen

Edeka-Verbrauchermarkt geprägt. Darüber hinaus befinden sich ein Bäckereicafé, eine Apotheke und ein Blumengeschäft im NVZ Hermannshagen.



Abbildung 16: Edeka-Markt im NVZ Hermannshagen



Abbildung 17: Blick in Richtung Westen entlang der Hedemündener Straße



Abbildung 18: Blick in Richtung Osten entlang des Wiershäuser Wegs

Die Geschäfte im NVH Hermannshagen sind leistungsfähig aufgestellt, allerdings verfügt der Lidl-Markt über eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächendimensionierung. Die Funktionsfähigkeit des Nahversorgungszentrums ist gleichwohl gewährleistet. Insgesamt wird auf einer nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche von rd. 2.200 qm ein Umsatz von rd. 11,9 Mio. € generiert (ohne aperiodische Randsortimente).

5.3.3 NVZ Königshof

Das **Nahversorgungszentrum Königshof**, befindet sich im südlichen Stadtteil Kattenbühl in rd. 3,4 km Entfernung zum Vorhabenstandort. Das Zentrum erstreckt sich über die Grundstücke des ansässigen Aldi- und Rewe-Markts. Das städtebaulich-architektonische Erscheinungsbild wird vor allem durch die funktionalen Immobilien der Nahversorgungsbetriebe geprägt. Im näheren Umfeld befinden sich zudem eine Grundschule, ein Seniorenwohnheim und Wohnbebauung (Einzel- und Reihenhäuser).

Die **verkehrliche Anbindung** erfolgt im Wesentlichen über die K 226, welche am Standort als Straße „Vogelsang“ geführt wird und westlich des NVZ verläuft. Kleinräumig wird der Standort über die Quedlinburger Straße erschlossen. Die Anbindung mit dem **ÖPNV** erfolgt über die Bushaltestelle „Quedlinburger Straße“ (rd. 200 m Entfernung). Ergänzend ist sowohl die fußläufige Erreichbarkeit als auch mit dem Fahrrad aus den umliegenden Wohngebieten gesichert.

Als wichtigste Magnetbetriebe sind ein Rewe-Verbrauchermarkt und ein Aldi-Lebensmitteldiscounter zu nennen. Zudem ergänzen eine Bäckerei und eine Fleischerei das

Angebot im NVZ. Während eine Ladeneinheit von einem Reisebüro genutzt wird, stehen weitere Ladeneinheiten im NVZ Königshof derzeit leer.



Abbildung 19: Aldi-Markt im NVZ Königshof



Abbildung 20: Rewe-Markt im NVZ Königshof

Die Funktionsfähigkeit des Nahversorgungszentrums Königshof ist gewährleistet. Insbesondere der Rewe-Verbrauchermarkt weist einen modernen Marktauftritt auf. Insgesamt wird auf einer nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche von rd. 1.900 qm ein Umsatz von rd. 10,5 Mio. € generiert (ohne aperiodische Randsortimente).

5.3.4 NVZ Neumünden

Das **Nahversorgungszentrum Neumünden**, befindet sich im östlichen Stadtteil Neumünden in rd. 3,8 km Entfernung zum Vorhabenstandort. Das Zentrum erstreckt sich im Wesentlichen entlang der B 3, welche am Standort als Wilhelmshäuser Straße geführt wird. Nördlich bildet die Tankstellenimmobilie an der Wilhelmshäuser Straße die Grenze des NVZs und südlich der Kreuzungsbereich Burckhardtstraße/Wilhelmshäuser Straße. Das städtebaulich-architektonische Erscheinungsbild wird im östlichen Bereich vor allem durch die Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe geprägt. Im westlichen Bereich befindet sich überwiegend Wohnbebauung (Einzel- und Doppelhäuser). Im näheren Umfeld befinden sich zudem eine Apotheke, ein Eiscafé und weitere Fachgeschäfte und Gastronomiebetriebe sowie Wohnbebauung.

Die **verkehrliche Anbindung** erfolgt im Wesentlichen über die B 3, welche das NVZ zentral in Nord-Süd-Richtung durchquert. Die Anbindung mit dem **ÖPNV** ist über die Bushaltestellen „Querweg“ und „Schröderstraße“ (jeweils rd. 100 m Entfernung) gegeben. Ergänzend ist sowohl die fußläufige Erreichbarkeit als auch mit dem Fahrrad aus den umliegenden Wohngebieten gesichert.

Als wichtigster Magnetbetrieb ist ein Penny-Lebensmitteldiscounter zu nennen. Zudem ergänzen ein Getränkemarkt, ein Fressnapf-Fachgeschäft, eine Tankstelle und ein Bäckereicafé das nahversorgungsrelevante Angebot im NVZ.



Abbildung 21: Blick in Richtung Süden entlang der Wilhelmshäuser Straße



Abbildung 22: Blick in Richtung Norden entlang der Wilhelmshäuser Straße

Das Nahversorgungszentrum Neumünden übernimmt wichtige, konzentrierte Nahversorgungsaufgaben für den Stadtteil und erfüllt seine ihm zugewiesene Versorgungsfunktion. Insgesamt wird auf einer nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche von rd. 1.400 qm ein Umsatz von rd. 5,5 Mio. € erwirtschaftet (ohne aperiodische Randsortimente).

5.3.5 NVZ Auefeld

Das Nahversorgungszentrum Auefeld, befindet sich im nördlichen Ortsteil Gimte in rd. 3,1 km Entfernung zum Vorhabenstandort. Das Zentrum erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Straße „Auefeld“. Im Osten wird das NVZ durch die Hit-Immobilie und im Westen durch den Kreuzungsbereich Auefeld/Berliner Straße begrenzt. Das städtebaulich-architektonische Erscheinungsbild wird im Wesentlichen durch die funktionale Hit-Immobilie und einen Gewerbegebietscharakter geprägt. Im näheren Umfeld befinden sich zudem die Berufsbildende Schule Münden, eine weitere Schule, ein Logistikzentrum, eine Servicestelle des DRK und eine Freifläche. Im weiteren Umfeld sind zudem ein Baumarkt, die leerstehende Produktionshalle des Unternehmens Eaton und die Polizeiakademie Niedersachsen zu finden.

Die verkehrliche Anbindung erfolgt im Wesentlichen über die L 561, welche am Standort als Gimter Straße geführt wird und westlich des Standorts in Nord-Süd-Richtung verläuft. Eine weitere wichtige Verkehrsachse ist die B 3, welche östlich des Standorts in Nord-Süd-Richtung verläuft und am Standort als Göttinger Straße geführt wird. Kleinräumig wird die Standortlage über die Straße Auefeld, welche an beide voranstehenden Straßen anschließt, erschlossen.

Die Anbindung mit dem ÖPNV erfolgt über die unmittelbar vor dem Hit-Markt befindliche Bushaltestelle „Auefeld/BBS“. Eine weitere Bushaltestelle befindet sich an der Gimter Straße. Ergänzend ist sowohl die fußläufige Erreichbarkeit als auch mit dem Fahrrad aus den umliegenden Wohngebieten gewährleistet.

Als wichtigster Magnetbetrieb ist ein Hit-Verbrauchermarkt zu nennen. Zudem ergänzt eine Bäckerei im Hit-Markt das Angebot im NVZ. In den kommenden Jahren werden der Hit-Markt modernisiert sowie ein Rossmann-Drogeriemarkt angesiedelt. Siehe dazu Kapitel 5.2.



Abbildung 23: Hit-Verbrauchermarkt im NVZ Auefeld



Abbildung 24: Blick in Richtung Westen entlang der Straße Auefeld

Der Standortbereich NVZ Auefeld weist aktuell qualitative Defizite auf. Mit der geplanten Modernisierung und Ergänzung des Standorts ist gleichwohl eine umfassende Aufwertung des zentralen Versorgungsbereichs zu erwarten, sodass

perspektivisch von einer attraktiven und leistungsfähigen Standortlage auszugehen ist. Aktuell wird auf einer nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche von rd. 2.500 qm ein Umsatz von rd. 9,1 Mio. € erwirtschaftet (ohne aperiodische Randsortimente).

6 Vorhaben- und Wirkungsprognose

6.1 Marktanteils- und Umsatzprognose

Bei der Betrachtung des Einzugsgebiets eines Einzelhandelsbetriebs sind zwei Dimensionen zu beachten:

- die räumliche Ausdehnung des Einzugsgebiets und
- die Höhe der Nachfrageabschöpfung in diesem Gebiet.

Während das Einzugsgebiet den Raum repräsentiert, aus dem ein Handelsstandort regelmäßig seine Kunden gewinnt, bezeichnet der **Marktanteil** den Umfang an Nachfrage, den ein Handelsstandort aus diesem Gebiet binden kann. Die Gutachter gehen nicht davon aus, dass es durch die Erweiterung zu einer signifikanten Änderung der räumlichen Ausdehnung des Einzugsgebiets kommen wird. Vielmehr ist eine Erhöhung der Marktdurchdringung im bereits bestehenden Einzugsgebiet zu erwarten.

Die **Umsatzprognose** für das Vorhaben basiert auf der Einschätzung erzielbarer Nachfrageabschöpfungen (Marktanteile) der geplanten Nutzung im Einzugsgebiet auf Grundlage von umfangreichen Erfahrungswerten und empirischen Untersuchungen. Neben der Entfernung zum Vorhabenstandort wurden dabei auch die Wettbewerbssituation im Raum sowie das Agglomerationsumfeld berücksichtigt.

Für den erweiterten Lidl-Markt ist davon auszugehen, dass er insgesamt einen Marktanteil im Einzugsgebiet von etwa 4 % erreichen wird. Der prospektiv höchste Marktanteil wird dabei aufgrund des beabsichtigten Betriebstyps im nahversorgungsrelevanten bzw. periodischen Bedarf erzielt. In der Zone 1 liegt dieser bei rd. 20 %, in der Zone 2 sind etwa 6 % zu erwarten.

Marktanteile des Lidl-Markts nach Vorhabenrealisierung*

Periodischer Bedarf	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	8,6	65,0	73,6
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	1,7	3,9	5,6
Marktanteile	20%	6%	8%
Aperiodischer Bedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	8,5	64,8	73,4
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,2	0,4	0,5
Marktanteile	2%	1%	1%
Gesamt			
Marktpotenzial (Mio. €)	17,1	129,8	146,9
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	1,9	4,2	6,2
Marktanteile	11%	3%	4%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 7: Marktanteile des erweiterten Lidl-Markts innerhalb des Einzugsgebiets

Unter Berücksichtigung zusätzlicher Streuumsätze von 10 %, die räumlich nicht genau zuzuordnen sind und aus der Potenzialreserve⁹ gespeist werden, errechnet sich das Gesamtumsatzpotenzial des Vorhabens. Danach wird sich der **einzelhandelsrelevante Brutto-Umsatz des Vorhabens** bei einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 6.500 € je qm Verkaufsfläche auf insgesamt

rd. 6,85 Mio. € belaufen,

wovon mit rd. 6,24 Mio. € der Schwerpunkt auf den periodischen Bedarf entfällt.

Umsatzstruktur des Lidl-Markts (nach Vorhabenrealisierung)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf	945	6.600	6,24
aperiodischer Bedarf	105	5.800	0,61
Gesamt	1.050	6.500	6,85

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 8: Umsatzstruktur des erweiterten Lidl-Markts

Bei dem Vorhaben handelt es sich um die **Erweiterung eines bereits am Standort ansässigen Betriebs**. Der bestehende Discounter hat mit seinen aktuellen Umsätzen seine Wirkung bereits in der Vergangenheit induziert. Aktuell beläuft sich der

⁹ Diese setzt sich aus Streukunden zusammen, die nur sporadisch am Vorhabenstandort einkaufen werden (z.B. Pendler, Gäste, Durchreisende, Zufallskunden sowie Verbraucher, die außerhalb des Einzugsgebiets leben und nur hin und wieder am Standort einkaufen).

Marktanteil des Lidl-Markts im Einzugsgebiet auf insgesamt rd. 3 % bzw. 6 % im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf.

Marktanteile des Lidl-Markts im Einzugsgebiet (status quo)*

Periodischer Bedarf	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	8,6	65,3	73,9
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	1,4	3,0	4,4
Marktanteile	16%	5%	6%
Aperiodischer Bedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	8,6	65,1	73,7
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,1	0,3	0,4
Marktanteile	2%	0%	1%
Gesamt			
Marktpotenzial (Mio. €)	17,2	130,3	147,5
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	1,5	3,3	4,8
Marktanteile	9%	3%	3%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 9: Marktanteile des Lidl-Markts (Status quo)

Derzeit stellt sich die Umsatzstruktur (inkl. Streuumsätzen) am Standort wie folgt dar:

Umsatzstruktur des Lidl-Markts (status quo)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf	719	6.800	4,89
aperiodischer Bedarf	80	5.800	0,46
Gesamt	799	6.700	5,35

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *in €/qm VKF. Werte gerundet.

Tabelle 10: Umsatzstruktur des Lidl-Markts (Status quo)

Der Umsatzzuwachs¹⁰ (inkl. Streuumsätzen) wird im worst-case insgesamt bei knapp 1,5 Mio. € liegen. Davon entfallen knapp 1,4 Mio. € auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich.

¹⁰ Bei einem Erweiterungsvorhaben sind im Sinne des Baurechts nur die mit der Erweiterung erzielten Zusatzumsätze in der Auswirkungsanalyse prüfungsrelevant, da der bestehende Betrieb seine Wirkungen bereits in der Vergangenheit entfaltet hat. Dabei sei darauf hingewiesen, dass der Umsatz des Lebensmittelmarkts nicht proportional zur Verkaufsfläche anwächst. Vielmehr dient eine Verkaufsflächenvergrößerung auch dazu, den gestiegenen Anforderungen an eine bessere Warenpräsentation und Convenience (z.B. breitere Gänge, niedrigere Regale etc.) Rechnung zu tragen. Allerdings wurden die Attraktivität und Ausstrahlungswirkung des Gesamtstandorts berücksichtigt.

Umsatzzuwachs des Lidl-Markts (durch Vorhabenrealisierung)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
periodischer Bedarf	226	1,35
aperiodischer Bedarf	25	0,15
Gesamt	251	1,49

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 11: Umsatzzuwachs des Lidl-Markts durch Vorhabenrealisierung

Im worst-case zeigen die **Marktanteilszuwächse im Einzugsgebiet** folgendes Bild:

Marktanteilszuwachs des Lidl-Markts im Einzugsgebiet (durch Vorhabenrealisierung)*

Periodischer Bedarf	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	8,6	65,0	73,6
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,4	0,8	1,2
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	4%	1%	2%
Aperiodischer Bedarf			
Marktpotenzial (Mio. €)	8,5	64,8	73,4
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,0	0,1	0,1
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	0,5%	0,1%	0,2%
Gesamt			
Marktpotenzial (Mio. €)	17,1	129,8	146,9
Umsatzzuwachs Vorhaben (Mio. €)	0,4	0,9	1,3
Marktanteilszuwachs (%-Punkte)	2%	1%	1%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. *Ohne Streuumsätze.

Tabelle 12: Marktanteilszuwachs des Lidl-Markts durch Vorhabenrealisierung

Für das Vorhaben ist von einem prospektiven Marktanteilszuwachs innerhalb seines Einzugsgebiets von insgesamt rd. 1 %-Punkt auszugehen. Nach den Modellrechnungen ergibt sich daraus, unter zusätzlicher Berücksichtigung von Streuumsätzen, ein zusätzliches Umsatzpotenzial von insgesamt knapp 1,5 Mio. €, davon knapp 1,4 Mio. € im periodischen Bedarf. Der erweiterte Lidl-Markt wird insgesamt ein Umsatzvolumen von rd. 6,9 Mio. € generieren, davon rd. 6,2 Mio. € im nahversorgungsrelevanten bzw. periodischen Bedarfsbereich.

6.2 Wirkungsprognose

6.2.1 Vorbemerkungen

Im Rahmen der Wirkungsprognose wird untersucht, wie sich der prognostizierte Mehrumsatz des Vorhabens unter Berücksichtigung der räumlichen Verteilung auf den Einzelhandel im Einzugsgebiet auswirken wird. Hierbei wird angenommen, dass das Vorhaben bis zum Jahr 2024 versorgungswirksam wird.

Die Umverteilungswirkungen werden auf Basis der bestehenden Einzelhandelsumsätze (stationärer Einzelhandel im jeweiligen Bezugsraum) ermittelt. Dabei muss zunächst die Verteilung der Wirkung des Vorhabenumsatzes mit Kunden aus der jeweiligen Einzugsgebietszone auf die einzelnen untersuchten Versorgungslagen (zentrale Versorgungsbereiche, Streulagen) prognostiziert werden. Einen wichtigen Anhaltspunkt dafür liefern die bisherige Verteilung der Umsätze, die Typgleichheit bzw. Typähnlichkeit des Angebots sowie die Entfernung zum Vorhabenstandort.

Die Auswirkungen des Vorhabens sind im Hauptsortiment des periodischen Bedarfs nicht direkt am Marktanteilszuwachs ablesbar. Vielmehr müssen für eine fundierte Wirkungsabschätzung die Veränderungen der Nachfrageplattform bis zum Zeitpunkt der Marktwirksamkeit des Vorhabens (prospektiv 2024) sowie die Nachfrageströme berücksichtigt werden:

- Die bereits vorhandenen Betriebe (in Höhe der aktuellen Bindung des Nachfragepotenzials) werden insgesamt von einem Marktrückgang infolge des Bevölkerungsrückgangs betroffen sein. Dieser Effekt ist zwar nicht vorhabeninduziert, mindert allerdings die Kompensationsmöglichkeiten des Einzelhandels und ist somit wirkungsverschärfend zu berücksichtigen.
- Wirkungsmildernd schlägt allerdings zu Buche, dass das Vorhaben in der Lage sein wird, bisherige Nachfrageabflüsse aus dem Einzugsgebiet bzw. den eigenen Einzugsgebietszonen zu reduzieren. Das heißt, der mit Kunden aus dem Einzugsgebiet getätigte Vorhabenumsatz muss nicht vollständig zuvor den Händlern vor Ort zugutegekommen sein. Vielmehr lenkt das Vorhaben auch bisherige Nachfrageabflüsse auf sich um.
- Die in der Zone 1 des Einzugsgebiets vorhandenen Betriebe profitieren umgekehrt aber auch von Zuflüssen aus den angrenzenden Bereichen (Zone 2). Von diesen Zuflüssen kann das Vorhaben einen Teil auf sich umlenken. Dieser Effekt wird wirkungsverschärfend für die Zone 1 mit berücksichtigt, da die nahversorgungsrelevante Einzelhandelszentralität hier bei über 100 % liegt, d.h. die Nachfragezuflüsse die Nachfrageabflüsse also übersteigen.

Erst für den so bereinigten Umverteilungsumsatz ist anzunehmen, dass er zu Lasten anderer bestehender Einzelhandelsbetriebe im Einzugsgebiet umverteilt wird.

Die Wirkungen des Vorhabens im **Randsortimentsbereich (aperiodischer Bedarf)** werden über die Nachfrageabschöpfung im Einzugsgebiet, also über den **Marktanteil** bzw. dessen Zuwachs, abgebildet. Geht man davon aus, dass ein Vorhaben auch immer gewisse Anteile ohnehin abfließender Nachfrage auf sich umlenkt, kann bei einem Marktanteilszuwachs von < 1 %-Punkt bei den Randsortimenten angenommen werden, dass die Wirkungen auf den Einzelhandel vor Ort kritische Größenordnungen bei weitem nicht erreichen. Darüber hinaus ist darauf hinzuweisen, dass ständig wechselnde und zeitlich begrenzte Angebote in diesem Sortimentsbereich bei Discountern v.a. einen ergänzenden Charakter haben. Würde man die Umsätze im aperiodischen Bedarfsbereich auf die einzelnen möglichen Sortimentsbereiche (z.B. Bekleidung, Schuhe, Elektro, Gartenbedarf, Sportartikel, Bücher, Hausrat etc.) herunter brechen und auf ein volles Geschäftsjahr beziehen, würde sich zeigen, dass die jeweiligen Marktanteilszuwächse und damit auch die Umsatzumverteilungswirkungen durch die Erweiterung nur sehr gering wären. Vor diesem Hintergrund wird auf umfangreiche Berechnungen der Umsatzumverteilungswirkungen in den (aperiodischen) Randsortimentsbereichen verzichtet.

6.2.2 Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen im periodischen Bedarf

Aktuell generiert der nahversorgungsrelevante Einzelhandel innerhalb des Einzugsgebiets einen Umsatz von gut 54,4 Mio. €. Dieser ist um den Umsatzrückgang (rd. -0,2 Mio. €) infolge des prognostizierten Bevölkerungsrückgangs zu reduzieren. Zudem sind der mit dem Vorhaben im NVZ Auefeld verbundene Umsatzzuwachs sowie die daraus an den anderen Standorten ausgelösten Umsatzrückgänge in die Wirkungsprognose einzustellen. Ferner ist der Gesamtumsatz um den gegenwärtig generierten nahversorgungsrelevanten Umsatz des bereits bestehenden Lidl-Markts von knapp 4,9 Mio. € zu reduzieren, um Wirkungen „gegen sich selbst“ nicht wirkungsmildernd zu berücksichtigen. **Somit ergibt sich für das Prognosejahr 2024 ein Bestands-Umsatz innerhalb des Einzugsgebiets (ohne Lidl) von knapp 49,4 Mio. €.**

Das Vorhaben wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet einen nahversorgungsrelevanten Mehrumsatz von rd. 1,2 Mio. € erzielen (ohne Streuumsätze von gut 0,1 Mio. €). Dabei ist das Vorhaben in der Lage, bisherige Abflüsse zu binden (rd. 0,5 Mio. €). Das Vorhaben wird aber auch Umsätze auf sich lenken, die bisher Betrieben innerhalb des Einzugsgebiets von außerhalb bzw. den anderen Einzugsgebietszonen zugeflossen sind (rd. 0,4 Mio. €) und auf diese wirkungsverschärfend wirken. Nach Berücksichtigung dieser Effekte beträgt der umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 1,1 Mio. €. Stellt man diesen dem nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsumsatz im

Einzugsgebiet in 2024 (ohne Lidl) gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

insgesamt rd. 2,2 %.

Das Vorhaben wirkt sich jedoch unterschiedlich stark auf die untersuchten Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet aus. Aufgrund der räumlichen Nähe und der Angebotsüberschneidungen kann davon ausgegangen werden, dass die Zone 1 am stärksten von dem Vorhaben betroffen sein wird (rd. 4,8 %). Dabei werden das NVZ Hermannshagen (ohne Lidl) mit einem Umsatzrückgang von rd. 4,6 % und die Streulagen von rd. 5,1 % betroffen sein. In der Zone 2 sind die absoluten Umsatzrückgänge für die einzelnen Standortlagen überwiegend so gering (<0,1 Mio. €), dass die Wirkungen rechnerisch nicht nachweisbar sind. Nur für die NVZ Königshof und Auefeld ergeben sich Umverteilungsquoten von etwa 1 %.

Im Folgenden sind die Umverteilungswirkungen für die einzelnen Standortlagen innerhalb des Einzugsgebiets dargestellt. Die Kompensations- und Wirkungsverschärfungseffekte wurden jeweils separat ermittelt.

Wirkungsprognose des Erweiterungsvorhabens in Hann. Münden - Umsatzzuwachs (2024) in Mio. €											
Periodischer Bedarf	INVZ Hermannshagen	Streu-lage	Zone 1 Gesamt	ZV/Innenstadt	NWZNeumünd-en	NWZKönigs-hof	NWZAuefeld	Streu-lage	Zone 2 Gesamt	Gesamt	
Umsatz vor Ort aktuell	11,88	7,69	19,57	8,56	5,50	10,48	9,12	1,19	34,86	54,43	
abzgl. Umsatzrückgang durch Marktrückgang	-0,01	-0,02	-0,03	-0,03	-0,02	-0,04	-0,04	0,00	-0,13	-0,16	
abzgl. Bestandsumsatz Lidl	-4,89	0,00	-4,89	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	-4,89	
abzgl./zzgl. Umsatzveränderung durch Planvorhaben im INVZ Auefeld	-0,53	-0,64	-1,18	-1,07	-0,61	-0,53	3,56	-0,18	1,18	0,00	
Umsatz vor Ort (2024)	6,44	7,03	13,47	7,47	4,88	9,91	12,65	1,01	35,91	49,38	
Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)	0,17	0,21	0,38	0,18	0,13	0,25	0,25	0,03	0,84	1,21	
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	-0,05	-0,06	-0,11	-0,08	-0,06	-0,12	-0,12	-0,01	-0,39	-0,50	
zzgl. Umlenkung von Kaufkraftzuflüssen	0,18	0,21	0,39	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,39	
innerhalb des Einzugsgebiets unverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz	0,29	0,36	0,65	0,09	0,07	0,13	0,13	0,01	0,45	1,10	
Umsatzumverteilung in % von Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2024)	4,6%	5,1%	4,8%	k.A.	k.A.	1,4%	1,1%	k.A.	1,2%	2,2%	
Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar.											

Tabelle 13: Prospektive Umsatzumverteilungswirkungen des Vorhabens

Die Umsatzumverteilungswirkungen durch die Erweiterung des Lidl-Markts erreichen nach den Prognosen von Dr. Lademann & Partner im Segment des periodischen Bedarfsbereichs Werte von im Schnitt etwa 2 %. Dabei sind die höchsten Auswirkungen mit max. rd. 5 % für die Streulagen der Zone 1 zu erwarten.

7 Bewertung des Vorhabens

7.1 Zu den Bewertungskriterien

Das Vorhaben in Hann. Münden mit einer geplanten Gesamtverkaufsfläche von 1.050 qm ist Adressat des § 11 Abs. 3 BauNVO i.V.m. § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB und § 1 Abs. 4 BauGB. Außerdem sind die Bestimmungen der Landesplanung Niedersachsen¹¹ und der Regionalplanung für den Landkreis Göttingen¹² zu berücksichtigen. Demnach sind folgende, additiv verknüpfte Kriterien für die Zulässigkeit eines großflächigen Einzelhandelsvorhabens von Bedeutung:

LROP 2017 – 2.3 Ziffer 01

Zur Herstellung dauerhaft gleichwertiger Lebensverhältnisse sollen Einrichtungen und Angebote des Einzelhandels in allen Teilräumen in ausreichendem Umfang und ausreichender Qualität gesichert und entwickelt werden.

LROP 2017 – 2.3 Ziffer 02

Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Ziffern 03 bis 09 entsprechen. Als Einzelhandelsgroßprojekte gelten Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe gemäß § 11 Abs. 3 Nrn. 1 bis 3 der Baunutzungsverordnung einschließlich Hersteller-Direktverkaufszentren. Als Einzelhandelsgroßprojekte gelten auch mehrere selbständige, gegebenenfalls jeweils für sich nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe, die räumlich konzentriert angesiedelt sind oder angesiedelt werden sollen und von denen in ihrer Gesamtbetrachtung raumbedeutsame Auswirkungen wie von einem Einzelhandelsgroßprojekt ausgehen oder ausgehen können (Agglomerationen).

LROP 2017 2.3 Ziffer 03 (Kongruenzgebot)

In einem Mittel- oder Oberzentrum darf das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes in Bezug auf seine periodischen Sortimente den grundzentralen Verflechtungsbereich (=Stadt Hann. Münden) gemäß Abschnitt 2.2 Ziffer 03 Sätze 8 und 9 als Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot grundzentral).

Eine wesentliche Überschreitung ist gegeben, wenn mehr als 30 von Hundert des Vorhabenumsatzes mit Kaufkraft von außerhalb des maßgeblichen Kongruenzraumes erzielt würde. Das Kongruenzgebot ist sowohl für das neue Einzelhandelsgroßprojekt als auch sortimentsbezogen einzuhalten. Der grundzentrale Verflechtungsbereich eines Zentralen Ortes ist das jeweilige Gemeinde- oder das Samtgemeindegebiet.

¹¹ Vgl. LROP Niedersachsen 2017

¹² Vgl. RROP Landkreis Göttingen 2020

Periodische Sortimente sind Sortimente mit kurzfristigem Beschaffungsrhythmus, insbesondere Nahrungs-/Genussmittel und Drogeriewaren.

LROP 2017 2.3 Ziffer 04 (Konzentrationsgebot)

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

LROP 2017 2.3 Ziffer 05 (Integrationsgebot)

Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente zentrenrelevant sind, sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig (Integrationsgebot). Diese Flächen müssen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein.

Ausnahmeregel vom Integrationsgebot: Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente zu mindestens 90 % periodische Sortimente sind, sind auf der Grundlage eines städtebaulichen Konzeptes ausnahmsweise auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes im räumlichen Zusammenhang mit Wohnbebauung zulässig, wenn eine Ansiedlung in den städtebaulich integrierten Lagen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere zum Erhalt gewachsener baulicher Strukturen, der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild oder aus verkehrlichen Gründen nicht möglich ist.

LROP 2017 2.3 Ziffer 07 (Abstimmungsgebot)

Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind abzustimmen. Zur Verbesserung der Grundlagen für regionalbedeutsame Standortentscheidungen von Einzelhandelsprojekten sollen regionale Einzelhandelskonzepte erstellt werden. Zur Verbesserung der Versorgungsstrukturen in Grenzübereich soll eine grenzüberschreitende Abstimmung unter Berücksichtigung der Erreichbarkeiten und gewachsener Strukturen erfolgen.

LROP 2017 2.3 Ziffer 08 (Beeinträchtigungsverbot)

Ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung, die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbraucher-nahe Versorgung der Bevölkerung dürfen durch neue Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Im **Regionalen Raumordnungsprogramm für den Landkreis Göttingen** aus dem Jahre 2020 werden die eben genannten Kriterien aus dem LROP aufgegriffen.

Weitere Belange der Raumordnung und Landesplanung (Natur und Umwelt, Wirtschaft, Arbeitsmarkt, Wohnen, Landschaft etc.) sind nicht Gegenstand dieser v.a. marktanalytischen Untersuchung.

Nach den Bestimmungen des BauGB ist neben den bereits angesprochenen Belangen zudem zu prüfen, ob das Vorhaben zentrale Versorgungsbereiche und die verbrauchernahe Versorgung mehr als unwesentlich beeinträchtigt.

Darüber hinaus ist das Vorhaben auf seine **Kompatibilität mit dem kommunalen Einzelhandelskonzept** aus dem Jahr 2019 zu prüfen.

7.2 Zur zentralörtlichen Zuordnung

Das Kongruenzgebot, wonach ein Vorhaben nach Umfang und Zweckbestimmung der jeweiligen Stufe des Zentralen Orts entsprechen muss, zielt auf die Einfügung in den Verflechtungsraum ab.

Der Stadt Hann. Münden ist die raumordnerische Funktion eines Mittelzentrums zugewiesen. **Von ihrer raumordnerischen Funktion her ist die Stadt demnach als Standort für großflächige Einzelhandelsbetriebe geeignet.** Funktional entspricht das Vorhaben den Versorgungsaufgaben eines Mittelzentrums. Den raumordnerischen Bestimmungen folgend, besitzen Mittelzentren eine auf die eigene Stadt ausgerichtete Versorgungsfunktion für die allgemeine, tägliche Grundversorgungs- bzw. Bedarfsdeckung (periodischer Bedarf).

Der Lidl-Markt ist auch nach Vorhabenrealisierung mit einem aperiodischen Randsortimentsanteil von etwa 10 % weiterhin schwerpunktmäßig auf den täglichen Bedarf ausgerichtet und dient somit hauptsächlich der zukunftsfähigen Absicherung des nahversorgungsrelevanten bzw. des periodischen Bedarfs und somit der Grundversorgung. **Das prospektive Einzugsgebiet des Vorhabens geht nicht über Hann. Münden und damit auch nicht über den raumordnerisch zugewiesenen Verflechtungsbereich bzw. Kongruenzraum hinaus. Lediglich die Streuumsätze sind räumlich nicht genau zuordenbar.**

Während sich die Zone 1 über das fußläufig erreichbare Umfeld in den Stadtteilen Hermannshagen und Blume erstreckt, umfasst die Zone 2 weite Teile des restlichen Stadtgebiets. Rund 90 % seines Umsatzes wird das Vorhaben mit Einwohnern der Stadt Hann. Münden generieren. Die restlichen 10 % des Umsatzes sind räumlich nicht eindeutig zuordnbare Streuumsätze. Diese werden durch Pendler, Durchreisende, Gäste und Einwohner aus den angrenzenden Ortschaften außerhalb des Einzugsgebiets etc. gewonnen. **Die Umsatzherkunft mit Einwohnern aus Hann. Münden liegt damit bei rd. 90%.** Folglich wird der 70-30 % Regelvermutung zur Feststellung der Kompatibilität mit dem Kongruenzgebot entsprochen. Das Vorhaben wird durch das örtliche Nachfragepotenzial getragen. **Dies gilt sowohl für das periodische Hauptsortiment als auch für das aperiodische Randsortiment.** Auch unter Berücksichtigung des unmittelbaren Standortumfelds kann eine Überschreitung des 30 %-Schwellenwerts ausgeschlossen werden.

Der Vorhabenstandort befindet sich gemäß dem RROP Landkreis Göttingen 2020 im zentralen Siedlungsgebiet der Stadt. Demnach entspricht das Vorhaben dem Konzentrationsgebot.

Das Vorhaben wird dem Kongruenz- und dem Konzentrationsgebot gerecht.

7.3 Zu den Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgung

Ausgewogene Versorgungsstrukturen und damit die Funktionsfähigkeit von Zentralen Orten setzen voraus, dass die zentralen Versorgungsbereiche nicht mehr als unwesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtigungsverbot). Die verbrauchernahe Versorgung beinhaltet die wohnortnahe Bereitstellung von Gütern des täglichen (nahversorgungsrelevanten) Bedarfs. Eine möglichst flächendeckende Nahversorgung dient primär dem Ziel, einen aufgrund der Bedarfs- und Einkaufshäufigkeit unverhältnismäßigen Zeit- und Wegeaufwand mit allen negativen Sekundärwirkungen zu vermeiden.

Die Überprüfung der eventuellen Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche und der Nahversorgung erfolgte im Kapitel zur Wirkungsprognose. Es stellt sich die Frage, ob es über die im Rahmen der Wirkungsprognose ermittelten marktanalytischen Auswirkungen hinaus zu Beeinträchtigungen des bestehenden Einzelhandels kommen kann. Im Kern geht es um die Einschätzung, ob die ermittelten Umsatzumverteilungseffekte für eine größere Anzahl von Betrieben so gravierend sind, dass als Folge von Betriebsaufgaben eine Funktionsschwächung oder gar Verödung der Zentren droht, bzw. die Nahversorgung gefährdet ist.

Die Beantwortung der Frage, wann zentrale Versorgungsbereiche sowie die Nahversorgung in ihrer Funktionsfähigkeit beeinträchtigt sind, bedarf einer Prüfung der konkreten Umstände im Einzelfall. Allerdings ist in der Rechtsprechung verschiedener Oberverwaltungsgerichte (vgl. u.a. OVG Münster, AZ 7A 2902/93, OVG Bautzen, Beschluss 1 BS 108/02, 06.06.2002) die Meinung vertreten worden, dass als Anhaltswert ab einer Umsatzumverteilung von 10 % mehr als unwesentliche Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel nicht auszuschließen sind (sog. Abwägungsschwellenwert).

Das Vorhaben wird eine prospektive Umsatzumverteilungsquote zwischen etwa 1 und 5 % innerhalb des Einzugsgebiets auslösen und den kritischen 10 %-Schwellenwert damit sehr deutlich unterschreiten. Tendenziell stärker von dem Vorhaben betroffen sind, vor allem bedingt durch die unmittelbare räumliche Nähe, das NVZ Hermannshagen (ohne Lidl) und die Streulagen der Zone 1 mit jeweils rd. 5 % Umsatzumverteilung. Dort

trifft das Vorhaben gleichwohl auf leistungsfähige Strukturen. In der Zone 2 sind die absoluten Umsatzrückgänge für die einzelnen Standortlagen überwiegend so gering (<0,1 Mio. €), dass die Wirkungen rechnerisch nicht nachweisbar sind. Nur für die NVZ Königshof und Auefeld ergeben sich rechnerische Umverteilungsquoten von etwa 1 %. „Mehr als unwesentliche Auswirkungen“ im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche können angesichts der Höhe der Auswirkungen in jedem Falle ausgeschlossen werden. Eine vorhabeninduzierte Aufgabe ansonsten marktfähiger Betriebe kann ausgeschlossen werden.

Der erweiterte Lidl-Markt in der Hedemündener Straße 19 trägt maßgeblich zur Sicherung der wohnortnahen Versorgung und Funktionsfähigkeit sowie der Attraktivitätssteigerung des NVZ Hermannshagen bei. Mit der Realisierung des Vorhabens ist eine qualitative Weiterentwicklung der Nah- bzw. Grundversorgung verbunden, ohne dass mehr als unwesentliche Auswirkungen induziert werden. Vielmehr wird das Vorhaben die Versorgungsfunktion im Segment des nahversorgungsrelevanten bzw. periodischen Bedarfs weiter absichern.

Im Bereich der ergänzenden aperiodischen Sortimente wurde vor dem Hintergrund der geringen Marktanteile auf die Erarbeitung einer detaillierten Wirkungsmodellierung verzichtet. Mehr als unwesentliche Auswirkungen können angesichts des Marktanteilszuwachs von unter 1 %-Punkt in jedem Falle ausgeschlossen werden.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens in städtebauliche oder raumordnerische Wirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche kann ausgeschlossen werden. Dem Beeinträchtigungsverbot wird die geplante Erweiterung des Lidl-Markts in der Hedemündener Straße 19 in Hann. Münden damit gerecht.

7.4 Zur städtebaulichen Integration des Vorhabenstandorts

Gemäß den landesplanerischen Vorgaben in Niedersachsen sind Vorhaben mit innenstadtrelevanten Sortimenten grundsätzlich nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig. Städtebaulich integrierte Lagen stehen in Niedersachsen in einem engen räumlichen und funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Versorgungsbereichen im Sinne des § 2 Abs. 2 und § 9 Abs. 2a BauGB. Außerdem müssen diese Flächen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein.

Der Vorhabenstandort befindet sich innerhalb des NVZ Hermannshagen und stellt damit bereits heute einen festen Bestandteil des Nahversorgungszentrums dar. Der Vorhabenstandort kann als integriert betrachtet werden

So besitzt der Kreuzungsbereich Hedemündener Straße und Wiershäuser Weg, an welchem sich der Vorhabenstandort befindet, bereits gegenwärtig eine grundversorgende Funktion und umfasst dabei ein nahversorgungsrelevantes Angebot aus Betrieben des periodischen Bedarfs. Darüber hinaus handelt es sich nicht um eine Neuansiedlung, sondern um eine Erweiterung eines bereits ansässigen Betriebs. Der Lidl-Lebensmitteldiscounter sichert bereits heute als auch in Zukunft die Nahversorgung innerhalb der Stadtteile Hermannshagen und Blume.

Durch die integrierte Lage wird auch der räumliche Zusammenhang zum vorhandenen Siedlungsbereich gewahrt. Der Vorhabenstandort ist aus den direkt angrenzenden Wohngebieten im Norden, Osten und westlich des Industriegeländes sowie südlich der Werra fußläufig gut erreichbar. Die Nähe zu einer Bushaltestelle sichert zudem die **Anbindung** an den ÖPNV. Die Lage des Vorhabenstandorts an der Hedemündener Straße bzw. B 80 mit einer Anbindung an die BAB 7 im östlichen Verlauf sorgt zusätzlich für eine gute Erschließung durch den motorisierten Individualverkehr.

Gleichwohl weist das Regionale Einzelhandelskonzept für den Landkreis Göttingen nur die Innenstadt von Hann Münden als Versorgungskern und damit als städtebaulich integrierte Lage im Sinne des LROP aus. Damit ist ergänzend zu prüfen, ob das Vorhaben mit den Ausnahmeregelungen des LROP für nahversorgungsrelevante Vorhaben kompatibel ist:

- Einbindung in das Netz des ÖPNV: erfüllt, eine Anbindung an die Buslinie 101 ist über zwei Haltestellen gewährleistet;
- Aufteilung der Verkaufsfläche in periodische und aperiodische Sortimente: erfüllt, das Vorhaben weist eine Verkaufsfläche im periodischen Bedarfsbereich von 90 % auf;
- Lage im zentralen Siedlungsgebiet: erfüllt, der Standort befindet sich im zentralen Siedlungsgebiet des Mittelzentrums Hann. Münden;
- Räumlich-funktionaler Zusammenhang zu Wohngebieten; erfüllt, es besteht ein funktionaler Zusammenhang zu den umliegenden Wohngebieten;
- Vorhandensein einer städtebaulich integrierten Lage im Sinne des LROP: erfüllt, mit dem ZV Innenstadt weist das Regionale Einzelhandelskonzept eine städtebaulich integrierte Lage aus;
- Städtebauliches Konzept und städtebauliche oder siedlungsstrukturelle Gründe zur Nichtansiedlung innerhalb der städtebaulich integrierten Lage: erfüllt, das beschlossene Einzelhandelskonzept der Stadt Hann. Münden fungiert als städtebauliches Entwicklungskonzept; Da die Ansiedlung in der integrierten Lage

(=Innenstadt) schwierig ist und die Nahversorgung aufgrund der polyzentrischen Siedlungsstruktur der Stadt auch nicht allein von der Innenstadt getragen werden kann, werden im Konzept Standortalternativen vorgeschlagen, an denen die Ausnahmeregelung zur Anwendung kommen kann und soll; dazu zählt das NVZ Hermannshagen;

Der Vorhabenstandort befindet sich innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs NVZ Hermannshagen und stellt bereits heute einen festen Bestandteil des Nahversorgungszentrums dar. Insgesamt steht das Vorhaben im Einklang mit dem städtebaulichen Integrationsgebot.

7.5 Zur Kompatibilität mit dem kommunalen Einzelhandelskonzept

Im Einzelhandelskonzept für die Stadt Hann. Münden von 2019 wurden u.a. die folgenden **Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung** festgelegt:

- Die in der Gesamtstadt recht geringe Einzelhandelszentralität soll durch die Erweiterungen und Neuansiedlungen im periodischen und auch aperiodischen Bedarfsbereich erhöht werden.
- Grundsätzlich müssen alle großflächigen Planvorhaben im Einzelfall auf ihre Verträglichkeit hinsichtlich der vorhandenen Strukturen geprüft werden;
- Die Entwicklungspriorität besteht in der folgenden Reihenfolge:
 - Die **Altstadt als schützenswerter zentraler Versorgungsbereich** soll gesichert und gestärkt werden. Die Option der Ansiedlung eines Lebensmittelversorgers oder Verbrauchermarktes als Frequenzbringer sollte nicht aufgegeben werden, obwohl aktuell keine Vorhaben realisierbar erscheinen. Zudem sollen außerhalb der Altstadt keine weiteren Fachmärkte mit zentrenrelevanten Sortimenten entstehen, um die Altstadt nicht zu sehr zu schwächen.
 - Die **vier Nahversorgungszentren** (Königshof, Hermannshagen, Neumünden und Auefeld) erhalten als zentrale Versorgungsbereiche ebenfalls eine Schutzfunktion und sollen insbesondere für die Nahversorgung in der polyzentrisch geprägten Stadt gestärkt und je nach Möglichkeit weiterentwickelt werden. Die Versorgungsfunktion soll aufrechterhalten werden.
 - Die potenziellen **solitären Nahversorgungsstandorte** (CF Schröder und Hinter der Blume) sowie der potenzielle **herausgehobene Nahversorgungsstandort** (Hedemünden) sollten ebenfalls entwickelt werden, um eine ergänzende Nahversorgungsfunktion auch in der Fläche zu erfüllen.

Zudem werden die Grundsätze des Einzelhandelskonzepts in folgender Ansiedlungsmatrix zusammengefasst wird:

Grundsätze des Einzelhandelskonzepts Ansiedlungsmatrix

cima.

		Zentrenrelevante Hauptsortimente	Nahversorgungsrelevante Hauptsortimente	Nicht-zentrenrelevante Hauptsortimente
Zentrale Versorgungs- bereiche	Innenstadt / Altstadt	großflächig möglich	großflächig möglich	großflächig möglich
	Nahversorgungszentren (Königshof, Hermannshagen, Neumünden, Auefeld)	nur kleinflächig möglich	großflächig möglich	kleinflächig möglich, nach Einzelfallprüfung ausnahmsweise auch großflächig
Weitere Standortkategorien	Potenzielle solitäre Nahversorgungsstandorte (C.F. Schröder, Hinter der Blume)	nur kleinflächig möglich	kleinflächig möglich, nach Einzelfallprüfung nur am Standort Hinter der Blume ausnahmsweise auch großflächig	großflächig möglich
	Potenzieller herausgehobener Nahversorgungsstandort (Hedemünden)	keine Ansiedlung	großflächig möglich	nur kleinflächig möglich
	Sonstige Wohn- und Mischgebiete	keine Ansiedlung*	grundsätzlich keine Ansiedlung**	keine Ansiedlung*
	Sonderstandorte (Göttinger Straße, Ehemaliger Güterbahnhof)	keine Ansiedlung	keine Ansiedlung	großflächig möglich
	Gewerbegebiete und sonstige nicht integrierte Standorte	keine Ansiedlung*	keine Ansiedlung*	grundsätzlich keine Ansiedlung, nach Einzelfallprüfung ausnahmsweise möglich

Abbildung 25: Ansiedlungsmatrix Einzelhandelskonzept Hann. Münden (cima)

Die Erweiterung des Lidl-Markts dient dazu, den Markt modern und den Nahversorgungsstandort insgesamt damit zukunftsfähig abzusichern. Das Vorhaben befindet sich im zentralen Versorgungsbereich NVZ Hermannshagen, welcher zudem als prioritär zu entwickeln eingestuft wird. Das Standortkonzept für das NVZ Hermannshagen sieht Spielräume für einen Lebensmitteldiscounter bis zu ca. 1.000 qm Verkaufsfläche. Mit 1.050 qm geht die geplante Verkaufsfläche zwar geringfügig darüber hinaus, städtebauliche Auswirkungen sind daraus allerdings nicht zu erwarten.

Das Vorhaben ist mit den Grundsätzen des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Hann. Münden 2019 kompatibel. Das Erweiterungsvorhaben wird zu einer zukunftsfähigen Absicherung der Versorgungsfunktion des NVZ Hermannshagen im Mittelzentrum Hann. Mündens führen.

7.6 Exkurs: Zu den Auswirkungen des Vorhabens im Kontext weiterer Planvorhaben

Aus Sicht der Stadt Hann. Münden soll zudem über die Einzelbetrachtung der Auswirkungen des Vorhabens der Lidl-Erweiterung hinaus das Vorhaben auch in den Kontext weiterer Vorhaben (z.T. schon realisiert) gestellt werden: „Insbesondere im Hinblick auf den benachbarten EDEKA-Neukauf müssen auch die Summenwirkungen unter Berücksichtigung der jüngsten Ansiedlung des ALDI-Marktes (Standort Blume) und der

Planungen im Auefeld (HIT/Rossmann) bewertet werden. Die CIMA hat für das Projekt Auefeld ermittelt, dass die zu erwartende Umsatzumverteilung unter Berücksichtigung der bis dato vollzogenen und geplanten Einzelhandels-Projekte (Neustrukturierung REWE Königshof, Verlagerung und Erweiterung ALDI Blume und HIT/Rossmann Auefeld) die Umsatzumverteilung zu Lasten des NVZ Hermannshagen bereits bei – 13,1% (verteilt auf LIDL und EDEKA-Neukauf) liegt. Wenn LIDL sich nun in unmittelbarer Nachbarschaft zu EDEKA-Neukauf neu aufstellt, ist zu befürchten, dass die ohnehin von EDEKA-Neukauf zu verkraftenden Umsatzverluste deutlich höher als 13,1 % ausfallen werden.“

Hier gilt es zunächst festzuhalten, dass auch die CIMA in ihren Ausführungen betont hat, dass diese aufsummierende Betrachtung nicht sachgerecht bzw. rechtlich erforderlich für ein Verträglichkeitsgutachten ist.

Zudem ist zu unterscheiden zwischen Vorhaben, die bereits umgesetzt sind (Aldi Blume, Rewe Königshof) und ihre Wirkungen bereits entfaltet haben bzw. entfalten und Vorhaben, die ggf. kurz vor oder zeitgleich mit dem Lidl-Vorhaben an den Markt (NVZ Auefeld) kommen werden.

Die Aldi- und Rewe-Vorhaben sind bereits umgesetzt. Die daraus entstandenen Verkaufsflächenveränderungen und Umsatzwirkungen sind bereits in den Zahlen zur Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur im Untersuchungsraum eingeflossen.

Anders verhält es sich bei dem Vorhaben NVZ Auefeld, das noch nicht umgesetzt ist und damit auch nicht in die status-quo-Betrachtung des nahversorgungsrelevanten Bestands im Einzugsgebiet eingeflossen – Gleichwohl ist es jedoch Teil der Wirkungsprognose.

Aktuell generiert der nahversorgungsrelevante Einzelhandel innerhalb des Einzugsgebiets einen Umsatz von gut 54,4 Mio. €. Hier sind die Wirkungen des Rewe- und des Aldi-Vorhabens schon eingeflossen. Dieser Umsatz ist um den zu erwartenden Umsatzrückgang (rd. -0,2 Mio. €) infolge des prognostizierten Bevölkerungsrückgangs zu reduzieren. Zudem waren der mit dem Vorhaben im NVZ Auefeld verbundene Umsatzzuwachs sowie die daraus an den anderen Standorten ausgelösten Umsatzrückgänge in die Wirkungsprognose einzustellen.

Insgesamt ist – wie bereits dargestellt – durch das Vorhaben NVZ Auefeld im periodischen Bedarfsbereich von einem Umsatzzuwachs im Nahversorgungszentrum selbst von etwa 3 bis 4 Mio. € auszugehen. Dieser wird umgekehrt zu Umverteilungswirkungen an anderen Standorten im Einzugsgebiet führen. Diese Veränderungen sind in der dritten Zeile der Wirkungstabelle (Tabelle 13) zu finden.

Ferner war der Gesamtumsatz um den gegenwärtig generierten nahversorgungsrelevanten Umsatz des bereits bestehenden Lidl-Markts von knapp 4,9 Mio. € zu reduzieren, um Wirkungen „gegen sich selbst“ nicht wirkungsmildernd zu berücksichtigen.

Somit ergibt sich für das Prognosejahr 2024 ein Bestands-Umsatz innerhalb des Einzugsgebiets (ohne Lidl) von knapp 49,4 Mio. €, auf den das Lidl-Vorhaben trifft. Dabei sind mögliche Umsatzveränderungen und ggf. Vorschädigungen durch andere Vorhaben (Für Aldi und Rewe im Bestand, für das NVZ Auefeld in Zeile 3) bereits berücksichtigt.

Eine reines „Aufsummieren“ von Umverteilungsquoten aus den einzelnen Verträglichkeitsgutachten ist nicht sachgerecht, da die Wirkungen zum einen **zeitlich deutlich entzerrt aufgetreten sind bzw. auftreten werden und die Umverteilungswirkungen der bereits umgesetzten Vorhaben bereits deutlich früher vom Markt absorbiert sein werden.** Zum anderen betreffen die von der Stadt genannten kumulierten Wirkungen bezogen auf das NVZ Hermannshagen von 13,1 % nicht nur Edeka, sondern auch Lidl. Die Erweiterung des Lidl-Markts trägt gerade dazu bei, auf die Umverteilungswirkungen durch andere Vorhaben zu reagieren und „verlorene“ Umsätze zumindest ein Stück weit wieder zurückzuholen und das Zentrum insgesamt zu stärken.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen durch die Lidl-Erweiterung in städtebauliche oder raumordnerische Wirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung sowie der zentralen Versorgungsbereiche kann auch im Lichte weiterer Einzelhandelsprojekte in Hann. Münden ausgeschlossen werden. Dem Beeinträchtigungsverbot wird die geplante Erweiterung damit auch in diesem erweiterten Kontext vollständig gerecht.

Fazit

8 Fazit

An der Hedemündener Straße 19 im niedersächsischen Hann. Münden ist die Erweiterung eines Lidl-Lebensmitteldiscounters von rd. 799 qm auf rd. 1.050 qm geplant. Der bestehende Lidl-Markt befindet sich innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs. Es ist beabsichtigt das Vorhaben über eine Bauleitplanung zu realisieren. Die **Aufgabenstellung** der Untersuchung bestand somit in der Ermittlung und Bewertung der Auswirkungen des Vorhabens auf den bestehenden Einzelhandel unter besonderer Berücksichtigung der zentralen Versorgungsbereiche und der Nahversorgung.

Die **sozioökonomischen Rahmenbedingungen** im Untersuchungsraum generieren aufgrund der perspektivisch leicht negativen Bevölkerungsentwicklung nur geringfügige Entwicklungspotenziale für den Einzelhandel im Einzugsgebiet.

Auf einer **nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche** von insgesamt rd. 11.000 qm innerhalb des Einzugsgebiets werden rd. 54,4 Mio. € generiert. Die Verkaufsflächenausstattung im Einzugsgebiet liegt mit rd. 489 qm je 1.000 Einwohner auf einem leicht unterdurchschnittlichen Niveau und verdeutlicht Kaufkraftabflüsse ebenso wie die nahversorgungsrelevante Zentralität von 74 %.

Das **Kundenpotenzial des Vorhabens in 2024** beträgt etwa 22.330 Personen. Für den Nahbereich sind rd. 2.600 Personen zu erwarten. Das vorhabenrelevante Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet wird im Jahr der Marktwirksamkeit rd. 146,9 Mio. € betragen. Davon entfallen rd. 73,6 Mio. € auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf.

Nach den Modellrechnungen ergibt sich durch die Erweiterung im standortspezifischen Worst-Case ein **zusätzliches Umsatzpotenzial** von knapp 1,5 Mio. €. Davon entfallen knapp 1,4 Mio. € auf den nahversorgungsrelevanten Bedarf. Das entspricht insgesamt einem Marktanteilszuwachs von rd. 1 %-Punkt innerhalb des Einzugsgebiets.

Die **Umsatzumverteilungswirkungen** durch die Erweiterung des Lidl-Markts in Hann. Münden erreichen nach Prognosen von Dr. Lademann & Partner im Segment des periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereichs im Schnitt rd. 2 %. Die höchsten Auswirkungen sind für die Streulagen der Zone 1 und das NVZ Hermannshagen (ohne Lidl) mit jeweils rd. 5 % zu erwarten.

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens in städtebauliche und raumordnerische Wirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der zentralen Versorgungsbereiche aber auch der verbrauchernahen Versorgung im Untersuchungsraum kann ausgeschlossen werden. **Das Vorhaben entspricht dem Beeinträchtungsverbot und steht auch mit den weiteren Kriterien aus dem LROP**

(Integrationsgebot, Konzentrations- und Kongruenzgebot) vollständig im Einklang.

Gemäß des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Hann. Münden 2019 befindet sich der Vorhabenstandort im zentralen Versorgungsbereich NVZ Hermannshagen und ist damit konzeptionell richtig verortet. Bei dem Vorhaben handelt es sich zudem nicht um eine Neuansiedlung, sondern um eine Erweiterung eines bestehenden Discounters. Durch die Erweiterung wird der zentrale Versorgungsbereich weiter aufgewertet und zukunftsfähig abgesichert.

Zur Prüfung, ob die Vermutungsregel des § 11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO greift, waren im Rahmen des Atypik-Nachweises (Exkurs) insbesondere die Gliederung und Größe des Vorhabenstandorts, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot der Betriebe zu berücksichtigen. Die vorliegende städtebauliche Ausgangslage deutet auf eine atypische Fallkonstellation hin. Die zur Widerlegung der Vermutungsregel prüfungsrelevanten Aspekte werden erfüllt.

Insgesamt kann festgehalten werden, dass negative Auswirkungen durch das Vorhaben im Sinne einer Funktionsstörung der zentralen Versorgungsbereiche ebenso wenig zu erwarten sind wie eine mehr als unwesentliche Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung im Untersuchungsraum. Darüber hinaus handelt es sich um eine atypische städtebauliche Fallkonstellation. Das Vorhaben stärkt einen bestehenden Standort in einem zentralen Versorgungsbereich. Die Erweiterung des Lidl-Markts ist mit der projektierten Verkaufsfläche von 1.050 qm unter Berücksichtigung des § 11 Abs. 3 BauNVO, § 1 Abs. 6 Nr. 4, 8a und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB sowie § 1 Abs. 4 BauGB in Verbindung mit den raumordnerischen Bestimmungen verträglich und zulässig.

Hamburg, 04.11.2022/14.09.2023

Ulrike Rehr

Lukas Engling

Dr. Lademann & Partner GmbH