

Auswirkungsanalyse

für die geplante

Erweiterung der Aldi-Filiale Hilden, Gerresheimer Straße

erstellt im Auftrag der

ALDI GmbH & Co. KG

Karl-Benz-Straße 4 - 6

40764 Langenfeld

Projektbearbeitung:

Oliver Ohm

Hamburg, im Februar 2011

Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1 Ausgangslage, Aufgabenstellung und methodische Vorgehensweise.....	4
1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung.....	4
1.2 Methodische Vorgehensweise	5
2 Makro-Standort Hilden.....	6
3 Standortseitige Aspekte	7
3.1 Mikro-Standort und verkehrliche Anbindung.....	7
3.2 Lage innerhalb der Zentrenstruktur	7
3.3 Projektskizze.....	8
3.4 Angebots- und Wettbewerbssituation	9
4 Absatzwirtschaftliche Aspekte	12
4.1 Umsatzerwartung des Planvorhabens	12
4.2 Perspektivisches Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung	15
5 Umsatzverlagerungseffekte.....	19
6 Städtebauliche Auswirkungen des Planvorhabens	22
6.1 Auswirkungen des Planvorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und wohnungsnah Grundversorgung.....	22
6.2 Kompatibilität mit dem Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept der Stadt Hilden.....	23
7 Fazit.....	26

Verzeichnis der Abbildungen

Abb. 1: Verteilung der Hauptwettbewerber in Hilden (Nahversorgung)	10
Abb. 2: Wettbewerbsstrukturen in der Nordstadt (Nahversorgung)	11
Abb. 3: Zentrenstruktur Hilden im nördlichen Stadtgebiet	24

Verzeichnis der Tabellen

Tab. 1: Bevölkerungsverteilung	6
Tab. 2: Verkaufsfläche vorher – nachher	8
Tab. 3: Hauptwettbewerber in Hilden (Nahversorgung)	9
Tab. 4: Umsatzerwartung des Planvorhabens	14
Tab. 5: Kennziffern Hilden - differenziert nach Ortsteilen	17
Tab. 6: Erwartete Kundenstruktur und Kaufkraftbindung des Planvorhabens	17

1 Ausgangslage, Aufgabenstellung und methodische Vorgehensweise

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Die Aldi GmbH & Co. KG Langenfeld plant, die Bestandsfiliale auf dem Grundstück Gerresheimer Straße in Hilden zu erweitern.

Der Filialstandort weist heute eine Verkaufsfläche von knapp unter 800 m² auf und soll auf maximal 1.000 m² Verkaufsfläche erweitert werden. Der Standort befindet sich in einem GE-Gebiet. Für die geplante Erweiterung über die Grenze der Großflächigkeit ist die Änderung des Bebauungsplanes notwendig.

Im Rahmen einer Auswirkungsanalyse sollen vorbereitend die Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und die Nahversorgungsstandorte der Stadt Hilden untersucht und bewertet werden.

Bei der Beurteilung wird von Seiten der BBE Handelsberatung auf die Grundlagen des durch die BBE Unternehmensberatung erstellten Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes aus dem Jahr 2005 für die Stadt Hilden zurückgegriffen. Darüber hinaus wurden in der 4. KW 2011 umfangreiche Vor-Ort-Erhebungen durchgeführt.

1.2 Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Analyse basiert auf umfassenden Recherchen der Gutachter in der Stadt Hilden, und hier insbesondere auf den relevanten Wettbewerbsstrukturen innerhalb des definierten Einzugsgebietes des Planvorhabens, die durch das Planvorhaben berührt werden können.¹

Im Einzelnen sind folgende Erhebungs-, Analyse- und Datengrundlagen zu nennen:

- Vor-Ort-Recherchen zur Standortsituation und zu den Lagebeziehungen des Mikro-Standortes,
- Erhebung aller relevanten Anbieter in den Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel (NuG) sowie Drogeriewaren; berücksichtigt wurden alle Anbieter, die diese Sortimente als Hauptsortiment führen sowie Anbieter, bei denen sie nicht vorübergehend im Randsortiment geführt werden,
- aktuelle Daten der BBE Handelsberatung, z.B. einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern und sortimentsspezifische Pro-Kopf-Ausgaben,
- relevante sekundärstatistische Daten sowie die vom Auftraggeber zur Verfügung gestellten Projektunterlagen,
- Erfahrungswerte der BBE Handelsberatung GmbH aus ähnlich gelagerten Untersuchungen.

Darüber hinaus sind die vorliegenden gutachterlichen Aussagen und Daten aus dem Einzelhandelskonzept (Jahr 2005) für die Stadt Hilden, welches durch die BBE Unternehmensberatung erstellt wurde, im Rahmen der Untersuchung berücksichtigt worden.

¹ Durchführung der Vor-Ort-Recherchen in der 4. KW 2011

2 Makro-Standort Hilden

Die Stadt Hilden befindet sich im nordrhein-westfälischen Landkreis Mettmann und ist zwischen den Ballungskernen Düsseldorf, Wuppertal und Köln lokalisiert.

Hilden wird landesplanerisch als Mittelzentrum eingestuft, nächstliegendes Oberzentrum ist die Stadt Düsseldorf (rd. 15 km südlich). Hilden ist insgesamt in sechs Stadtteile gegliedert, wobei sich das siedlungsräumliche Gefüge durch ein hohes Maß an Kompaktheit auszeichnet. Es gibt keine voneinander getrennten Stadtteile, die Wohnbevölkerung konzentriert sich im Wesentlichen auf einen Siedlungskörper. Das gesamte Stadtgebiet von Hilden umfasst derzeit insgesamt etwa 55.666 Einwohner.

Tab. 1: Bevölkerungsverteilung

Ort	Einwohner gesamt (Stand 31.12.2010)
Innenstadt	11.395
Nordstadt	18.907
Stadtwald	113
Oststadt	6.447
Südstadt	15.970
Weststadt	2.834
Gesamt	55.666

Quelle: Stadt Hilden 2011

Die bevölkerungsreichsten Stadtteile sind die Nordstadt mit fast 19.000 Einwohnern - hier befindet sich der zu untersuchende Aldi-Filialstandort an der Gerresheimer Straße - und die Südstadt mit rd. 16.000 Einwohnern, beide Stadtteile sind im Wesentlichen durch Wohnnutzung geprägt.

Über eine gleichfalls relativ hohe Bevölkerungszahl verfügt angesichts der starken Prägung durch Einzelhandels- und Dienstleistungseinrichtungen der Stadtteil Innenstadt mit rd. 11.800 Einwohnern, dieser Stadtteil grenzt nördlich unmittelbar an die Nordstadt.

Die mit Abstand geringste Bevölkerungszahl weist mit rd. 100 Einwohnern der in östlicher Richtung an die Nordstadt angrenzende Stadtteil Stadtwald auf, im Wesentlichen ist dieser Stadtteil durch Waldflächen geprägt.

3 Standortseitige Aspekte

3.1 Mikro-Standort und verkehrliche Anbindung

Das Projektareal befindet sich an der Gerresheimer Straße und ist über eine Zufahrt von dieser Straße aus erschlossen. Damit ist eine reibungslose Anbindung an das öffentliche Straßennetz gewährleistet. Die Gerresheimer Straße ist eine zentrale Achse, die im nördlichen Stadtgebiet eine wichtige Nord-Süd-Verbindung darstellt. In Richtung Norden bindet die Gerresheimer Straße zudem die Autobahn 46 an (Anschlussstelle Erkrath).

Das Grundstück wird in nördlicher Richtung durch die Stockhausstraße begrenzt, in südlicher Richtung durch die Straße Auf dem Sand und in östlicher Richtung durch die Gerresheimer Straße. In Richtung Westen schließen sich weitere Grundstücke mit gewerblichen Nutzungen an.

Das direkte Standortumfeld charakterisiert sich in westlicher Richtung auf den direkt angrenzenden Grundstücken überwiegend durch gewerbliche Nutzungsformen mit einem Schwerpunkt auf Kfz-orientiertem Gewerbe (z.B. Autoprofi, Werkstatt Ertner mit TÜV-Prüfstützpunkt, ACR Car-Hifi, Autosattlerei).

Nördlich angrenzend an die Stockhausstraße und südlich angrenzend an Auf dem Sand finden sich Wohnnutzungen, ebenso östlich der Gerresheimer Straße. Der Standort ist als städtebaulich integriert zu werten.

Dem Projektstandort kann eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit attestiert werden. Auch die fußläufige Erreichbarkeit ist aufgrund der zentralen Lage in der Nordstadt für die Einwohner im nördlichen Stadtgebiet gewährleistet.

3.2 Lage innerhalb der Zentrenstruktur

Das Hauptzentrum (zentraler Versorgungsbereich) der Stadt Hilden befindet sich gemäß Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept aus dem Jahr 2005, welches ebenfalls durch die BBE erstellt worden ist, in der Hildener Innenstadt, die im Süden an den Stadtteil Nordstadt angrenzt.

Der Bereich Nordstadt, welcher sich in nördlicher Richtung an die Innenstadt anschließt, verfügt über ergänzende Nahversorgungsstandorte. Gleichsam wie die drei Ladenzeilen in der Nordstadt (Ladenzeile Beethovenstraße, Ladenzeile Gustav-Mahler-Straße, Ladenzeile Gerresheimer Stra-

ße/Marienweg), ist der Planstandort als „Nahversorgungsstandort“ mit wohnungsnaher Versorgungsfunktion ausgewiesen.

Der Planstandort ist somit im vorliegenden Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept als Nahversorgungsstandort ausgewiesen und unterliegt demnach einem besonderen Schutz im Sinne der stadtentwicklungsplanerischen Zielsetzungen.

3.3 Projektskizze

Der Aldi-Markt verfügt derzeit über eine Verkaufsfläche von rd. 800 m². Insgesamt wird eine Verkaufsfläche von maximal 1.000 m² (inkl. Windfang und Pfandvorraum) anvisiert. Der bestehende Gebäudekörper soll im Zuge der Erweiterungsmaßnahme im derzeitigen Eingangsbereich in Richtung Osten durch einen Anbau verlängert werden. Darüber hinaus sollen im hinteren Bereich in Richtung Westen ebenfalls durch einen Anbau die vorhandenen Lagerflächen erweitert werden.

Durch diese baulichen Veränderungen wird der Verkaufsraum zukünftig insgesamt etwas länger, dem Kunden dürfte dies jedoch kaum auffallen. Außen wird infolge des Anbaus an den derzeitigen Eingangsbereich ein Teilbereich, der derzeit noch als Parkfläche genutzt wird, überbaut.

In nachfolgender Tabelle wird der Verkaufsflächenzuwachs zwischen der jetzigen Situation und dem Planvorhaben dargestellt:

Tab. 2: Verkaufsfläche vorher – nachher

Verkaufsfläche vorher in m²	800
Erweiterung in m ²	200
Verkaufsfläche nachher in m²	1.000

Quelle: Aldi GmbH & Co. KG, Langenfeld, Flächen gerundet

3.4 Angebots- und Wettbewerbssituation

Die Wettbewerbssituation im Segment der Nahversorgung wird in Hilden durch mehrere größere Lebensmittelmärkte sowie discountorientierte Lebensmittelanbieter geprägt. Insgesamt sind in Hilden sieben Lebensmittel-Discountmärkte ansässig (inkl. Planstandort Gerresheimer Straße). Weitere wichtige Wettbewerber im Segment Nahversorgung sind eine Reihe von Supermärkten und Verbrauchermärkten. Die Hauptwettbewerber im Hildener Stadtgebiet sind in der nachfolgenden Tabelle dargestellt:

Tab. 3: Hauptwettbewerber in Hilden (Nahversorgung)

Anbieter	Straße
Aldi	Richrather Straße
Aldi	Walder Straße
Breidohr	Walder Straße
E-Center	Lortzingstraße
Edeka	Walder Straße
Lidl	Düsseldorfer Straße
Netto	Lehmkuhler Weg
Norma	Beethovenstraße
Penny	Mittelstraße
Rewe	Richrather Straße
Rewe	Mittelstraße
Rewe	Mittelstraße

Quelle: Eigene Erhebung

Die untersuchungsrelevante Wettbewerbsstruktur ist im nördlichen Stadtgebiet im Umfeld des Planstandortes lokalisiert, insbesondere im Stadtteil Nordstadt.

Größter Lebensmittelanbieter im nördlichen Stadtgebiet von Hilden ist ein E-Center mit angeschlossener Bäckerei auf insgesamt über 2.000 qm VKF. Aufgrund der Tatsache, dass das E-Center eine zentrale Wohngebietslage im Bereich Nordmarkt aufweist und sich nicht an einem verkehrsorientierten Standort befindet, übernimmt dieser Verbrauchermarkt in erster Linie stadtteilbezogene Versorgungsfunktionen für die Nordstadt.

Abb. 1: Verteilung der Hauptwettbewerber in Hilden (Nahversorgung)



Quelle: Eigene Darstellung

Im Stadtteil Nordstadt finden sich neben den größeren Anbietern nahversorgungsrelevanter Sortimente drei kleinere Ladenzeilen mit kleinflächigen Betriebseinheiten (insbes. Ladenhandwerk, Drogerieanbieter), die für die wohngebietsbezogene Versorgung von besonderer Bedeutung sind.

So findet sich in rd. 200 m Entfernung zum E-Center die Ladenzeile Beethovenstraße. Die Ladenzeile umfasst neben einem Norma Discountmarkt einige kleinere Ladeneinheiten (u. a. türkische Lebensmittel, Bäckerei). Die sehr kleine Ladenzeile hat in erster Linie eine Versorgungsfunktion für das Nahe Wohnumfeld.

Im nördlichen Bereich des Stadtteils Nordstadt befindet sich eine weitere Ladenzeile in der Gustav-Mahler-Straße. Größter Betrieb ist ein Schlecker Drogeriemarkt mit rd. 200 qm VKF. Neben diesem gehören zu den ansässigen Betrieben u. a. eine Bäckerei, eine Metzgerei, ein Kiosk, eine Apotheke, ein Obst- und Gemüsegeschäft und eine Postfiliale. In Anbetracht der kleinen Betriebsgrößen und des insgesamt geringen Angebotes übernimmt die Ladenzeile Gustav-Mahler-Straße Versorgungsfunktionen in erster Linie für das nähere Wohnumfeld.

Eine weitere Ladenzeile im Stadtteil Nordstadt befindet sich im Bereich Gerresheimer Straße/Marienweg. Seit kurzem hat hier unter dem Namen „Naturhof“ ein Konzept mit Schwerpunkt auf regionalen Produkten (v. a. Obst & Gemüse, Fleisch & Wurstwaren, Backwaren) eröffnet. Ergänzt wird dieses Konzept durch drei weitere, kleinere Ladeneinheiten mit unterschiedlichen Nutzungen (Physiotherapeutische Praxis, Blumenladen, Eiscafé). Die Versorgungsfunktion der Ladenzeile Gerresheimer Straße erstreckt sich auf die Wohnbevölkerung im näheren Wohnumfeld und aufgrund des attraktiven Angebotes des „Naturhofes“ und der verkehrsgünstigen Lage zudem auf Zielkunden aus dem gesamten nördlichen Stadtgebiet.

Abb. 2: Wettbewerbsstrukturen in der Nordstadt (Nahversorgung)



Quelle: Eigene Darstellung

Zweitgrößter Lebensmittelanbieter in der Nordstadt ist der zu untersuchende Aldi Discountmarkt in der Gerresheimer Straße. Angesichts seiner Größe, seiner Lage an einer bedeutenden innerörtlichen Erschließungsstraße sowie der Tatsache, dass der Aldi-Markt den einzigen größeren Discountmarkt in der Nordstadt darstellt, kann eine Versorgungsfunktion für das gesamte nördliche Stadtgebiet von Hilden unterstellt werden.

4 Absatzwirtschaftliche Aspekte

4.1 Umsatzerwartung des Planvorhabens

Die Einschätzung der erwarteten Mehrumsätze des Planvorhabens bildet die Voraussetzung für die Bestimmung der zu erwartenden Umsatzumlenkungen und der hierdurch möglicherweise hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen.

Für die bestehende Aldi-Filiale in der Gerresheimer Straße ist aus Gutachtersicht aufgrund der beschriebenen Wettbewerbssituation von einem derzeitigen Gesamtumsatz von rd. 6,8 Mio. Euro p.a. auszugehen. Dieser teilt sich zu rd. 6,1 Mio. Euro auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente und zu rd. 0,7 Mio. Euro auf die Nonfood-Sortimente auf. Da es sich hierbei vornehmlich um die wöchentlich wechselnden Aktionswaren des Aldi-Marktes handelt, ist die Zuordnung der Flächen und Umsätze auf einzelne Warengruppen nur bedingt möglich. Der Berechnung liegt eine Flächenproduktivität in Höhe von 8.500 €/m² zugrunde.

Flächenproduktivitäten der führenden Lebensmittel-Discountbetriebe in Deutschland liegen lt. EHI Euro Handelsinstitut, Köln, im Jahr 2009 zwischen rd. 3.700 und 7.900 € pro m². Aldi Süd liegt hier mit rd. 7.900 €/m² an der Spitze. Die im Rahmen der vorliegenden Analyse zugrunde gelegten Flächenproduktivitäten liegen im Sinne einer worst-case-Betrachtung somit über dem Durchschnitt.

Durch die Verkaufsflächenerweiterung wird die Umsatzleistung aus Sicht der Gutachter nur unterdurchschnittlich ansteigen. Dafür spricht eine Reihe von Indikatoren, die im Zusammenhang mit den Marktentwicklungen der letzten Jahre anzuführen sind. Die Entwicklungen im Marktsegment der Lebensmitteldiscounter lassen sich zusammenfassend folgendermaßen darstellen:

Innerhalb des Marktsegments Lebensmitteldiscountmarkt ist ein intensiver Wettbewerb der Vertriebskonzepte zu verzeichnen. Im Zuge dessen haben die Betreiber ihr Sortiment in den letzten Jahren deutlich ausgeweitet. Neu hinzu gekommenen sind u.a. Bio-Artikel, Tiefkühlware und Frischfleisch, deutlich vergrößert wurde das Obst und Gemüseangebot.

Veränderungen sind auch im Ladenbau festzustellen. Wurde früher insbesondere die "Schnelldreher-Ware" auf Paletten im Ladenraum angeboten, werden nunmehr viele Waren in Einzelstücken oder kleinen Displays in Warenregalen angeboten. Bei gleicher Artikelzahl ergibt sich dadurch ein deutlich höherer Flächenbedarf.

Standard wurde bei den Lebensmitteldiscountmärkten die rollstuhlgerechte Dimensionierung der Verkehrsflächen. Dadurch werden Gangbreiten von mindestens 170 cm erforderlich, während die Querschnitte früher auf 130 cm konzipiert wurden.

Schließlich wurde durch die Einführung des Einwegpfands die Einrichtung von Pfandrücknahmesystemen erforderlich. Diese Funktionsflächen nehmen ca. 10 - 40 m² ein und sind bauplanungsrechtlich als Bestandteil der Verkaufsfläche zu betrachten.

Zusammengefasst erklärt sich aus

- der stärkeren Sortimentstiefe
- der Veränderung im Ladenbau
- dem erhöhten Platzbedarf für Frische- und Bio-Waren, Kühltruhen und Kühltheken sowie
- der Notwendigkeit zur Einrichtung von Pfandrücknahme-Stationen

ein spürbarer Größensprung des Vertriebskonzeptes von Lebensmitteldiscountmärkten.

Aus absatzwirtschaftlicher Sicht ist dabei von besonderer Relevanz, dass das veränderte Filialkonzept zu einem Rückgang in der Flächenproduktivität führte, so dass der Flächenzuwachs - sei es durch Erweiterung einer Bestandsimmobilie oder die Verlagerung inkl. Verkaufsflächenvergrößerung - vertriebsseitig nicht in einem deutlich höheren Filialumsatz überführt werden konnte.

Im konkreten Fall ist davon auszugehen, dass

- die geplante Erweiterung von etwa 200 m² Verkaufsfläche in erster Linie der Optimierung interner Logistikabläufe sowie Verbesserung der Warenpräsentation und nicht der Verbreiterung des Sortiments dient.
- die Standortqualität gleich bleibt und keine bedeutende Verbesserung der Wettbewerbssituation gegenüber den relevanten Anbietern im Stadtgebiet erreichen dürfte.
- im Zuge der Erweiterungsmaßnahme die erkennbare, bauliche Veränderung am Gebäudekörper und dem Verkaufsraum für den Kunden kaum wahrnehmbar sein wird.

Unter der Berücksichtigung der genannten Faktoren und angesichts der bestehenden Angebots- und Wettbewerbsstrukturen innerhalb und außerhalb des Einzugsgebietes ist aus Gutachtersicht nicht davon auszugehen, dass die Verkaufsflächenerweiterung um ca. 200 m² zu einer deutlich stärkeren Marktdurchdringung führen wird. Es handelt sich vielmehr um eine Sicherung der Standortpräsenz im nördlichen Stadtgebiet von Hilden, in Folge der Optimierung der internen Logistikabläufe.

Vor diesem Hintergrund ist zu unterstellen, dass ein möglicher Flächenzuwachs vertriebsseitig nicht in einen analog dazu ansteigenden Umsatz überführt werden könnte. Die Gutachter gehen im Falle einer Erweiterung in den hier dargestellten Größenordnungen von einer Flächenproduktivität aus, die für den Anbieter dann bei maximal 7.500 €/m² Verkaufsfläche liegen dürfte.

Insofern wird der zu erwartende Umsatzzuwachs infolge der Vergrößerung auf rd. 0,7 Mio. Euro prognostiziert (Worst-Case-Betrachtung). Davon entfallen voraussichtlich rd. 0,6 Mio. Euro auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente Nahrungs- und Genussmittel (rd. 0,5 Mio. Euro) und Drogeriewaren (rd. 0,1 Mio. Euro) sowie rd. 0,1 Mio. Euro auf die sonstigen Sortimente (Aktionswaren).

Tab. 4: Umsatzerwartung des Planvorhabens

Sortimente	Umsatzerwartung in Mio. €		
	Aldi (vorher)	Aldi (nachher)	Veränderung in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	5,4	6,0	0,5
Drogeriewaren	0,7	0,8	0,1
Nahversorgungsrelevante Sortimente	6,1	6,8	0,6
Sonstige Sortimente (Aktionswaren)	0,7	0,8	0,1
Gesamt	6,8	7,5	0,7

Quelle: Eigene Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass durch die Verkaufsflächenerweiterung des Aldi Discountmarktes insgesamt ein Mehrumsatz in Höhe von ca. 0,7 Mio. EUR zu erwarten ist. Davon

entfällt der Großteil mit rd. 0,6 Mio. Euro auf nahversorgungsrelevante Sortimente. Bei den sonstigen Sortimenten handelt es sich vor allem um wöchentlich wechselnde Aktionswaren, für die ein Mehrumsatz von **unter 0,1 Mio. Euro** zu prognostizieren ist. Die Aktionswaren sind somit umsatzmäßig dem Kernsortiment deutlich untergeordnet.

Die Aktionswaren werden im wöchentlichen Turnus ausgetauscht und sind unterschiedlichen, auch zentrenrelevanten, Warengruppen zuzuschreiben. Auf einzelne Segmente können die Umsätze daher nicht aufgeschlüsselt werden. Die insgesamt potenziell zu erwartenden Mehrumsätze (max. 0,1 Mio. €) bewegen sich zudem in einer Größenordnung, die im Sinne einer Umsatzumverteilung keine messbaren Auswirkungen zu Lasten zentrenprägender Angebotsstrukturen nach sich ziehen kann. Vor dem Hintergrund der Umsatzprognose wird der Focus in der weiteren Analyse somit auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente gelegt.

4.2 Perspektivisches Einzugsgebiet und Kaufkraftbindung

Für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung und damit die Abgrenzung des perspektivischen Einzugsgebietes von Einzelhandelsbetrieben spielen grundsätzlich mehrere Faktoren eine maßgebliche Rolle:

- Die Häufigkeit der Bedarfsdeckung im geplanten Sortimentsbereich
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand²
- die Wettbewerbssituation, wie z.B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Anbieter im engeren und weiteren Standortumfeld
- die Attraktivität des Projektvorhabens, die durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Betreibers bestimmt wird,
- die Qualität des Projektstandortes, die aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten und aus vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen, ausgehend von den topografischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten,
- die zentralörtliche Funktion eines Standortes.

² Mit zunehmender Häufigkeit der Bedarfsdeckung und abnehmenden spezifischen Wert des nachgefragten Gutes nimmt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand ab. Dem zu Folge sind bei einem Angebot der Grundversorgung die Aktionsradien räumlich enger als bei Angeboten des langfristigen Bedarfsbereichs (z.B. Möbelsortiment).

Der perspektivische Einzugsbereich eines Standortes wird nicht nur durch die Siedlungsstruktur und die Verkehrsanbindung beeinflusst, sondern auch sehr wesentlich durch die Ausstrahlung von Wettbewerbern vergleichbarer Größenordnung und Zielgruppenorientierung begrenzt.

Unter Berücksichtigung der zuvor angeführten Einflussfaktoren auf das potenzielle Einzugsgebiet des Planprojektes ist für die Kernnutzung eines Aldi Lebensmitteldiscounters mit etwa 1.000 m² Verkaufsfläche von einem Kerneinzugsgebiet auszugehen, welches sich im Wesentlichen auf das nördliche Stadtgebiet von Hilden erstreckt (Stadtteil Nordstadt). Darüber hinaus dürften geringe Kundenanteile insbesondere aus der Innenstadt und den angrenzenden Stadtteilen Weststadt bzw. Stadtwald stammen.

Im Kerneinzugsgebiet leben demnach rd. 18.907 Einwohner (Nordstadt), weitere rd. 11.395 im Stadtteil Innenstadt, 2.834 in der Weststadt und 113 im Stadtteil Stadtwald. Insgesamt leben in Hilden 55.666 Menschen.

Das für das Planvorhaben zur Verfügung stehende einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen ergibt sich aus der Multiplikation

- der Einwohnerzahl im Einzugsgebiet mit
- den sortimentsspezifischen Pro-Kopf-Ausgaben,
- gewichtet mit der sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffer.

Nach den Zahlen der BBE Handelsberatung steht im Kerneinzugsgebiet (Stadtteil Nordstadt) in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein spezifisches Nachfragevolumen in einer Größenordnung von rd. 46,7 Mio. Euro zur Verfügung. Im erweiterten Einzugsgebiet (Innenstadt, Weststadt und Stadtwald) steht potenziell eine nahversorgungsrelevante Nachfrageplattform von rd. 35,4 Mio. Euro zur Verfügung.

Tab. 5: Kennziffern Hilden - differenziert nach Ortsteilen

Ort			Kaufkraftpotential in Mio. Euro		
	Einwohner	Kaufkraftniveau	NuG	Drogerie	Summe
Nordstadt	18.907	110,2	42,6	4,0	46,7
Summe Kerneinzugsbereich	18.907	110,2	42,6	4,0	46,7
Innenstadt	11.395	110,2	25,7	2,4	28,1
Weststadt	2.834	110,2	6,4	0,6	7,0
Stadtwald	113	110,2	0,3	<0,1	0,3
Summe	33.249	110,2	74,9	7,1	82,1

Quelle: Eigene Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

Nach eigener Prognose ist davon auszugehen, dass das Planvorhaben (erweiterter Aldi-Markt) etwa 80 % seines nahversorgungsrelevanten Sortimentsumsatzes (rd. 5,4 Mio. Euro) mit Kunden aus dem Kerneinzugsgebiet (Stadtteil Nordstadt) tätigen wird. Weitere bis zu 15 % (rd. 1,0 Mio. Euro) werden aus dem erweiterten Einzugsgebiet (Innenstadt, Weststadt, Stadtwald) generiert. Etwa 5 % des Umsatzes werden aus sonstigen Stadtteilen und dem Umland als Streuumsätze zufließen (gute verkehrliche Anbindung).

Tab. 6: Erwartete Kundenstruktur und Kaufkraftbindung des Planvorhabens

Kundenherkunft	Erwartete Kunden- anteile	Erwartete Umsatz- anteile	Kaufkraft- potenzial (nahversorgungsrelevant)	Erwartete Kaufkraft- bindung
	in %	in Mio. €	in Mio. €	in %
Nordstadt	80,0%	5,4	46,7	11,6%
Innenstadt, Weststadt, Stadtwald	15,0%	1,0	35,4	2,9%
Einzugsgebiet gesamt	95,0%	6,4	82,1	7,8%
Sonstige Gebiete	5,0%	0,3	--	--
Gesamt	100,0%	6,8	--	--

Quelle: Eigene Berechnungen, Rundungsdifferenzen möglich

Daraus würde im Kerneinzugsgebiet ein Marktanteil von etwa 12 % resultieren, auf Ebene der Stadtteile Innenstadt, Weststadt und Stadtwald berechnet sich ein Marktanteil in Höhe von rd. 3 %. Im gesamten Einzugsgebiet (nördliches Stadtgebiet inkl. Innenstadt) stellt sich somit ein Marktanteil in Höhe von etwa 8 % dar.

5 Umsatzverlagerungseffekte

Im vorherigen Abschnitt wurde die Abschöpfungsquote des Planvorhabens in den relevanten Teilräumen des perspektivischen Einzugsgebietes ermittelt und somit dargelegt, welche Versorgungsfunktion der Aldi-Markt nach geplanter Erweiterung übernehmen kann.

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

Im Falle der Realisierung des Projektes sind insgesamt Mehrumsätze in Höhe von ca. 0,7 Mio. Euro zu prognostizieren. Davon wird der Großteil (rd. 0,6 Mio. Euro) auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente entfallen, die sonstigen Sortimente (Aktionswaren) werden voraussichtlich weniger als 0,1 Mio. Euro erzielen.

Für die regelmäßig wechselnden Aktionswaren ist davon auszugehen, dass die entsprechende Kaufkraft derzeitig bereits überwiegend von Discontern gebunden wird. Somit kann unterstellt werden, dass die hervorgerufenen Umsatzverlagerungen in erster Linie die in Hilden bereits ansässigen Lebensmitteldiscountermärkte betreffen werden (insbes. die weiteren Aldi-Filialen in Hilden).

Sonstige Einzelhandelsbetriebe wären dagegen nur in einem sehr geringen Maß durch Umsatzverteilungseffekte im Segment der Aktionswaren tangiert, so dass die wirtschaftliche Tragfähigkeit der Betriebe nicht gefährdet wird. Zudem lassen die zu erwartenden nur sehr geringen Mehrumsätze in einer Größenordnung von unter 0,1 Mio. € im Segment der Aktionswaren keine signifikanten Umverteilungseffekte zu Lasten anderer zentren- und strukturprägender Anbieter erwarten.

Auch die in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu erwartenden Mehrumsätze des vergrößerten Aldi-Discountmarktes in Höhe von rd. 0,6 Mio. Euro liegen auf einem insgesamt vergleichsweise niedrigen Niveau. Zudem ist anzuführen, dass sich der Anbieter Aldi bereits heute im Markt etabliert hat und einen für das nördliche Stadtgebiet von Hilden wichtigen Angebotsstandort für nahversorgungsrelevante Sortimente darstellt.

Vor diesem Hintergrund ist vorab ungeachtet potenziell möglicher Umverteilungen innerhalb der Stadt Hilden zu unterstellen, dass sich die Planungen letztlich positiv auf die Nahversorgungssituation in der Nordstadt auswirken werden. Eine geringfügige Erweiterung der bereits vorhandenen Verkaufsfläche auf dem Plangrundstück wird den Aldi-Standort nachhaltig sichern und die Versorgungssituation in der Nordstadt stärken.

Von den Umverteilungseffekten wären insbesondere die **systemgleichen Wettbewerber im Stadtgebiet mit max. etwa 0,4 Mio. € betroffen**. Hervorzuheben sind hierbei zunächst die beiden weiteren **Aldi Filialstandorte** in Hilden in der Richrather Straße und in der Walder Straße. Darüber hinaus sind die Lebensmittel-Discountbetriebe **Norma** in der Beethovenstraße, **Penny** in der Innenstadt (Mittelstraße), **Lidl** in der Düsseldorfer Straße und **Netto** am Lehmkuhler Weg anzuführen.

Am stärksten betroffen wären die im **nördlichen Stadtgebiet** und im **Bereich der Innenstadt** lokalisierten Anbieter. Dabei ist zunächst Norma als Bestandteil einer Ladenzeile in integrierter Lage in der Beethovenstraße anzuführen. Zudem wäre Penny in der Innenstadt (zentraler Versorgungsbereich, Mittelstraße) betroffen, ebenso die Anbieter Lidl in der Weststadt (Düsseldorfer Straße) und die Aldi-Filiale Walder Straße.

Die Umverteilungsquoten dürften sich hier im Sinne eines “Worst-Case-Ansatzes“ maximal zwischen 3 und 4 % bewegen. Keiner der genannten discountorientierten Anbieter dürfte infolge solcher Umverteilungsquoten derart unter Druck geraten, dass er sich vom Standort zurückziehen würde.

Insbesondere die für die **wohnnah Versorgung der in der Nordstadt lebenden Menschen wichtigen Nahversorgungsstandorte** würden infolge einer Erweiterung der Aldi-Filiale an der Gerresheimer Straße nicht in signifikanter Höhe betroffen sein.

Es handelt sich im Einzelnen um die integrierten **Ladenzeilen** an der **Gerresheimer Straße (Standort „Naturhof“)**, der **Beethovenstraße (mit Norma)** und hier auch dem unweit im Bereich Nordmarkt ansässigen E-Center (Lortzingstraße), sowie an der **Gustav-Mahler-Straße (mit Schlecker und flankierenden Kleinbetrieben und Ladenhandwerk)**. Allenfalls der Anbieter Norma in der Ladenzeile Beethovenstraße würde als systemgleicher Wettbewerber (Lebensmittel-Discountmarkt) noch messbare Umverteilungen zu tragen haben, diese würden jedoch **unter 4 %** liegen, **was auch für einen Anbieter mit tendenziell unterdurchschnittlicher Verkaufsfläche**

im Bereich marktüblicher Wettbewerbsschwankungen liegt. Der Anbieter Norma als prägender Mieter in der Ladenzeile Beethovenstraße wird auch in Zukunft eine wichtige Funktion in der wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung einnehmen.

Zur Begründung ist zudem anzuführen, dass es im Bereich der Nordstadt neben Norma keine weiter ausgeprägte Wettbewerbsstruktur im Lebensmittel-Discountbereich gibt (abgesehen vom zu erweiternden Aldi an der Gerresheimer Straße). Vor diesem Hintergrund ist von tendenziell **überdurchschnittlichen Umsatzleistungen** auch des Anbieters Norma auszugehen. Dadurch relativieren sich die Umverteilungseffekte nochmals, so dass eine Umverteilungsquote von **unter 4 %** als **worst case Ansatz** - die Quote dürfte tatsächlich in einer Größenordnung zwischen **2,5 bis max. 3,5 %** liegen - keine schädliche Wirkung nach sich ziehen kann.

Ein möglicher Rückzug des Anbieters Norma aufgrund fehlender Erweiterungsmöglichkeiten kann in keinem Fall auf die Erweiterung des Anbieters Aldi an der Gerresheimer Straße zurückgeführt werden.

Umsatzumverteilungen zu Lasten der Angebotsstandorte Gerresheimer Straße („Naturhof“) und Gustav-Mahler-Straße sind kaum nachzuweisen und würden allenfalls in Bereichen von **unter 1 %** liegen.

Für die sonstigen in Hilden ansässigen nahversorgungsrelevanten Angebotsstrukturen wäre insgesamt eine Umsatzumverteilung zwischen max. 0,1 und 0,2 Mio. € zu unterstellen. **Das entspricht einer Umverteilungsquote, die sich zwischen 1 und 3 % bewegt und damit im Rahmen wettbewerbsüblicher Marktschwankungen liegt.**

Insgesamt betrachtet dürften die prozentualen Umverteilungseffekte zu Lasten nahversorgungsrelevanter Anbieter im Hildener Stadtgebiet durchweg bei unter 4,0 % liegen und demnach in einem Bereich, der keine Betriebsaufgaben und damit wesentliche städtebauliche Auswirkungen nach sich ziehen kann.

Für die in den angrenzenden Nachbarkommunen vorhandenen Nahversorgungsstrukturen werden aus Sicht der Gutachter keine messbaren Umsatzeinbußen eintreten.

6 Städtebauliche Auswirkungen des Planvorhabens

6.1 Auswirkungen des Planvorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und wohnungsnahe Grundversorgung

Für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt oder die Nahversorgung in Wohngebieten gefährdet werden. Diese negativen Effekte sind zu unterstellen, wenn infolge der Realisierung des Planvorhabens Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren oder die wohnungsnahe Versorgung wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können.

Die Analyse kommt zu folgenden Ergebnissen:

- Die zu untersuchende Aldi-Filiale befindet sich in integrierter Lage innerhalb des Allgemeinen Siedlungsbereiches (ASB) der Stadt Hilden.
- Die zu erwartende moderate Umsatzsteigerung des Aldi-Discountmarktes weist darauf hin, dass die Erweiterung nicht der Ausweitung des Angebotes dient, z. B. durch Aufnahme neuer Sortimente, sondern dass mit der Vergrößerung der Verkaufsfläche insbesondere eine Optimierung der internen Logistikabläufe sowie eine großzügigere Warenpräsentation angestrebt werden.
- Der Schwerpunkt liegt bei der geplanten Erweiterungsfläche von 200 m² eindeutig auf dem Segment der nahversorgungsrelevanten Sortimente.
- Es ist zu erwarten, dass die bislang bestehende Kundenbindung des Aldi-Marktes in der Gerresheimer Straße auch zukünftig in vollen Umfang bestehen bleiben wird und dass eine Erhöhung der Kundenfrequenzen nur in begrenztem Umfang zu erwarten ist.
- Die Verkaufsflächenerweiterung wird zu einer insgesamt vergleichsweise moderaten Erhöhung der Umsatzleistung des Aldi-Discountmarktes in Höhe von max. 0,7 Mio. Euro führen.
- Die zu erwartenden Umsatzzumlenkungen sind selbst in diesem "Worst-Case-Szenario" insgesamt als unproblematisch zu bewerten und bewegen sich weitestgehend im Rahmen üblicher Wettbewerbswirkungen. Am stärksten werden voraussichtlich die Discountmärkte betroffen sein. Die zu prognostizierenden Umsatzverluste belaufen sich voraussichtlich in einem Rahmen, der die wirtschaftliche Tragfähigkeit der Wettbewerber nicht infrage stellen wird.

- Auch die Umsatzverluste gegenüber den Anbietern im zentralen Versorgungsbereich (Innenstadt) und sonstigen für die Nahversorgung der Wohnbevölkerung wichtige Versorgungsstandorten der Nordstadt werden sich auf einem moderaten Niveau bewegen, so dass die hier ansässigen nahversorgungsrelevanten Betriebe nicht in ihrer Existenz gefährdet werden.
- Negative städtebauliche Auswirkungen auf die wohnungsnahen Versorgungsstrukturen sind aufgrund der Höhe der Umverteilung sowie der räumlichen Strukturen nicht zu erwarten.
- Übergemeindliche Auswirkungen für die Nahversorgungsstandorte in den umliegenden Gemeinden können ausgeschlossen werden.

6.2 Kompatibilität mit dem Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept der Stadt Hilden

Das Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept der Stadt Hilden definiert dem Prinzip einer räumlich-funktionalen Aufgabenverteilung folgend zwischen den Versorgungsbereichen im Stadtgebiet. Demnach werden ein Hauptzentrum in der Innenstadt, ein Nahversorgungsstandort mit gesamtstädtischer Versorgungsfunktion sowie eine Reihe von Nahversorgungsstandorten mit teilstädtischer bzw. wohnungsnaher Versorgungsfunktion definiert.

Im nördlichen Stadtgebiet werden insgesamt vier Nahversorgungsstandorte mit wohnungsnaher Versorgungsfunktion definiert, sowie ein Nahversorgungsstandort mit teilstädtischer Versorgungsfunktion.³

Der Standort der zu untersuchenden Aldi-Filiale an der Gerresheimer Straße ist demnach als Nahversorgungsstandort mit wohnungsnaher Versorgungsfunktion definiert. Lt. Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept der Stadt Hilden besteht ein wesentliches Entwicklungsziel darin, diese Versorgungsstandorte zu sichern und zu stärken (Vgl. Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept der Stadt Hilden, 2005, S.79).

³ Hinweis: Lt. Einzelhandelserlass NRW (2008) wird nur noch der Zentrenotypus Nahversorgungszentrum definiert. Analog zum Einzelhandelserlass NRW wären im Rahmen einer aktualisierten Zentrenkonzeption entsprechende Definitionen vorzunehmen.

Abb. 3: Zentrenstruktur Hilden im nördlichen Stadtgebiet

Quelle: Einzelhandels- und Nahversorgungskonzept der Stadt Hilden, 2005, Eigene Darstellung

Die vorliegende Analyse kommt zu dem Ergebnis, dass der Filialstandort durch die avisierte Erweiterung der Verkaufsflächen um max. 200 m² in erster Linie den Standort sichert und die Produktivität am Standort erhöhen wird. Die im Umfeld liegenden Nahversorgungsstandorte, im Einzelnen sind dies die Ladenzeilen an der Gerresheimer Straße, an der Gustav-Mahler-Straße, an der Beethovenstraße sowie das E-Center an der Lortzingstraße (Bereich Nordmarkt), werden durch das Erweiterungsvorhaben der BBE-Prognose zufolge nur unwesentlich tangiert.

Vor diesen Hintergründen kann attestiert werden, dass das Planvorhaben den Zielen des Einzelhandels- und Nahversorgungskonzeptes der Stadt Hilden in vollem Umfang entspricht.

Der Lebensmittel-Discountbetrieb agiert als Nahversorgungsrelevanter Anbieter am Standort Gerresheimer Straße und soll in dieser Funktion auch geschützt werden. Es ist nicht geplant, das Standardsortiment des Lebensmittel-Discountbetriebes Aldi an dieser Stelle zu verändern und einen neuen Schwerpunkt in der Verkaufsfläche bei zentrenrelevanten Sortimenten lt. Hildener Liste zu schaffen.

Die bestehende Aldi-Filiale ist bislang als „Einzelhandelsbetrieb zum Verkauf von Waren aller Art“ genehmigt. Zur Erweiterung der Filiale ist ein Bauvorbescheidsantrag anhängig, der ebenso ein derart offenes Warensortiment zum Inhalt hat. Dieser muss ggf. auf bestehendem Baurecht genehmigt werden, ohne dass eine Sortimentsbegrenzung erfolgt. Daher wird vorgeschlagen, dass zumindest auf dem überwiegenden Teil der Verkaufsfläche nahversorgungsrelevante Sortimente gemäß Hildener Liste veräußert werden müssen. Hiermit wird - auch für die vorliegende Begutachtung - sichergestellt, dass in den Räumlichkeiten kein völlig anderer Betriebstyp (z.B. Elektrofachmarkt, Textilfachmarkt, Schuhfachmarkt) vorgenommen wird, was bei einem völlig offenen Warensortiment baurechtlich möglich wäre, ohne dass es der Erteilung einer neuen Baugenehmigung bedarf. Vor diesem Hintergrund ist auch die Umsatzprognose für den erweiterten Aldi-Markt zu sehen, der Umsatzschwerpunkt wird auch nach Erweiterung auf nahversorgungsrelevanten Sortimenten liegen (Vgl. Kap. 4.1).

In Abstimmung mit der Stadt Hilden ist für die neue Gesamtverkaufsfläche eine Festsetzung zu treffen, die einen Schwerpunkt bei Nahversorgungsrelevanten Sortimenten lt. Hildener Liste trifft. Damit die Funktion als Nahversorgungsstandort auch in Zukunft gewahrt bleibt, soll das Sortiment auf mindestens 51 % der zukünftigen Gesamtverkaufsfläche nahversorgungsrelevant lt. Hildener Liste zuzüglich des Sortimentes Getränke sein.

7 Fazit

- In der Stadt Hilden ist die Erweiterung des Aldi-Discountmarktes in der Gerresheimer Straße geplant. Die Verkaufsfläche soll im Zuge der Verlagerung von derzeit rd. 800 m² auf rd. 1.000 m² vergrößert werden. Die Verkaufsflächenerweiterung des Aldi-Marktes wird jedoch nicht einer Ausdehnung des Warensortimentes dienen, sondern vorrangig auf eine verbesserte Warenpräsentation und Kundenführung und eine Vereinfachung von Arbeitsabläufen abheben. Es handelt sich damit um eine standortsichernde Maßnahme der Betreiberpräsenz im nördlichen Stadtgebiet von Hilden.
- Auf der neu hinzukommenden Verkaufsfläche sollen primär nahversorgungsrelevante Sortimente vertrieben werden.
- In Abstimmung mit der Stadt Hilden ist für die neue Gesamtverkaufsfläche eine Festsetzung zu treffen, die einen Schwerpunkt bei Nahversorgungsrelevanten Sortimenten lt. Hildener Liste trifft. Damit die Funktion als Nahversorgungsstandort auch in Zukunft gewahrt bleibt, soll das Sortiment auf mindestens 51 % der zukünftigen Gesamtverkaufsfläche nahversorgungsrelevant lt. Hildener Liste sein.
- Das Standortumfeld des verkehrlich gut angebundenen Projektsstandortes charakterisiert sich in westlicher Richtung durch gewerbliche Nutzungsformen (insbesondere Gewerbe Kfz-orientiertes Gewerbe) und in östlicher sowie nördlicher und südlicher Richtung durch Wohnnutzung. Der Standort befindet sich in städtebaulich integrierter Lage innerhalb des Allgemeinen Siedlungsbereiches der Stadt Hilden.
- In dem projektrelevanten Kerneinzugsgebiet leben insgesamt rd. 18.907 Einwohner, die über ein Nachfragevolumen in den relevanten Sortimentsgruppen von rd. 46,7 Mio. Euro verfügen. Durch die Erweiterung des Discountmarktes wird keine räumliche Ausdehnung des derzeitigen Einzugsgebietes erzielt.
- Die Erweiterung der Verkaufsfläche von rd. 200 m² wird für den Aldi-Markt eine Erhöhung der Umsatzleistung in Höhe von maximal rd. 0,7 Mio. Euro pro Jahr zur Folge haben.
- Der prognostizierte Mehrumsatz wird in erster Linie zu Lasten systemgleicher Wettbewerber (Lebensmitteldiscountmärkte) umverteilt. Aufgrund der Höhe des prognostizierten

Mehrumsatzes sind die Umsatzverluste für einzelne Anbieter als sehr moderat zu bewerten und bewegen sich größtenteils im Rahmen üblicher Wettbewerbsswirkungen.

- Die Erweiterung des Aldi-Marktes wird keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich in der Hildener Innenstadt und die wohnungsnahe Versorgung im Stadtteil Nordstadt hervorrufen.
- Auf zentrale Versorgungsbereiche und die Nahversorgung in den angrenzenden Nachbarkommunen würde sich die Erweiterung in nicht mehr messbarer Höhe auswirken, negative städtebauliche Auswirkungen können insofern auch hier definitiv ausgeschlossen werden.
- Insgesamt ist festzustellen, dass durch die geplante Verkaufsflächenerweiterung des Aldi Marktes keine spürbaren städtebaulichen Auswirkungen ausgelöst werden.

BBE Handelsberatung GmbH



i.V. Oliver Ohm
Projektleiter

Der Stadt Hilden steht ein uneingeschränktes Nutzungsrecht an dem vorliegenden Gutachten zu. Sie hat insbesondere das Recht, die Unterlage mit Namensangabe der BBE Handelsberatung GmbH (insbesondere im Internet als pdf.-Datei) zu veröffentlichen.

- - -