Verträglichkeitsuntersuchung zur Erweiterung eines NETTO-Discountmarktes in der Stadt Hillesheim

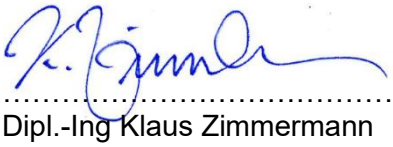
Ingenieurgesellschaft für Städtebau und Umweltplanung mbH

Hermine-Albers-Straße 3
54634 Bitburg

Telefon 06561/9449-01
Telefax 06561/9449-02

E-Mail info@i-s-u.de
Internet www.i-s-u.de

Aufgabenstellung	Ausarbeitung einer Verträglichkeitsuntersuchung / Auswirkungsanalyse für die geplante Erweiterung eines NETTO-Discountmarktes in der Stadt Hillesheim, Verbandsgemeinde Gerolstein Kreis Vulkaneifel, Rheinland-Pfalz
Datum	5. Oktober 2026

Auftraggeber	CEV Handelsimmobilien GmbH Sonderprojekte Projektentwicklung New-York-Ring 6 22297 Hamburg
Bearbeitet durch	 …… Dipl.-Ing Klaus Zimmermann (Stadtplaner – Beratender Ingenieur)

Dieses Dokument besteht aus 33 Seiten, zuzüglich Deckblatt

Zusammenfassung und abschließende Beurteilung –Seite 33

Inhaltsverzeichnis

1. Aufgabenstellung und Vorgehensweise ... 3
2. Vorhabenbeschreibung ... 6
2.1 Lage ... 6
2.2 Objektplanung ... 7
3. Planerische Zielvorgaben ... 8
3.1 Landesentwicklungsprogramm IV (LEP IV) ... 8
3.2 Regionaler Raumordnungsplan ... 9
3.3 Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Hillesheim ... 11
3.4 Bauleitplanung ... 12
3.5 Einzelhandels- und Zentrenkonzepte umliegender Kommunen ... 12
4. Bestands- und Versorgungssituation ... 12
4.1 Allgemeine Beschreibung der Wettbewerbssituation ... 12
4.2 Maximale Abgrenzung des Einzugsbereichs ... 13
4.3 Eingrenzung des Einzugsbereichs ... 14
4.4 Detaillierte Ausstellung der vorhandenen Einzelhandelsangebote im Einzugsbereich ... 16
5. Umsatz- und Nachfrageanalyse ... 18
5.1 Einwohner und Kaufkraft im Einzugsbereich ... 18
5.2 Analyse der Wettbewerbssituation ... 19
5.3 Einzelhandels- und Zentrenkonzepte der umliegenden zentralen Orte ... 21
5.4 Einwohner- und Nachfragepotenzial ... 23
5.5 Schlussfolgerungen ... 24
6. Wirkungsanalyse und Verträglichkeitsprüfung ... 25
6.1 Grundlagen für die Berechnung der Umsatzumlenkung ... 25
6.2 Nachfragevolumen ... 25
6.3 Umsatzerwartung des erweiterten Vorhabenstandortes ... 27
6.4 Umsatzumverteilung durch die Erweiterung des Vorhabenstandortes ... 28
6.5 Ergebnis der Berechnung ... 30
7. Zusammenfassung und abschließende Beurteilung ... 33

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Übersichtsplan mit Lage des NETTO-Marktes innerhalb der Stadt Hillesheim. ... 3
Abbildung 2: Übersichtsplan mit Lage des Vorhabengrundstücks an der Kölner Straße in der Stadt Hillesheim ... 6
Abbildung 3: Bebauungsplan „In der Kuhhol, 3. Änderung“, Vorentwurf ... 7
Abbildung 4: Auszug aus dem Regionalen Raumordnungsplan der Region Trier – Entwurf, September 2024 ... 10
Abbildung 5: Auszug aus der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Hillesheim ... 11
Abbildung 6: Maximaler Einzugsbereich des Planvorhabens bis 20 Minuten Pkw-Fahrminuten ... 13
Abbildung 7: Luftbild des Vorhabenstandortes ... 19
Abbildung 8: Luftbild mit Blick vom Vorhabenstandort Richtung Norden zum LIDL-Markt ... 20
Abbildung 9: Konkurrenzstandorte im näheren Umfeld des Vorhabenstandortes sowie in der erweiterten Umgebung ... 21
Abbildung 10: Auszug aus dem EZK der Stadt Gerolstein, Teilbereich „Sarresdorfer Straße“ ... 22

1. Aufgabenstellung und Vorgehensweise

In der Stadt Hillesheim befindet sich im Bereich der Kölner Straße ein NETTO-Discountmarkt mit einer Gesamtgröße von 882 m² und einer Verkaufsfläche von etwa 620 m². Im Eingangsbereich ist eine aktuell leerstehende Fläche von ca. 40 m² vorhanden, wo sich ehemals ein Backshop befand. Diese Fläche soll ggf. wieder vermietet werden, dient jedoch künftig nicht mehr dem Einzelhandel.



Abbildung 1: Übersichtsplan mit Lage des NETTO-Marktes innerhalb der Stadt Hillesheim
(Quellen: LANIS I Zugriff: September 2026 I eigene Darstellung I ohne Maßstab).

Der Markt weist nach Angaben des Betreibers derzeit unterdurchschnittliche Umsatzzahlen auf, da er von der Größe der Verkaufsfläche sowie der Präsentation der Waren nicht mehr den heutigen Ansprüchen genügt. Daher ist beabsichtigt, den Markt grundlegend zu modernisieren und zu erweitern. Dies kann durch Umbau der bestehenden Bausubstanz oder ggf. auch durch einen (Teil-)Abriss mit anschließendem Neubau erfolgen, worüber noch nicht im Detail entschieden ist.

Die Verkaufsfläche soll dabei auf rund 1.000 m² erweitert werden. Perspektivisch könnte diese auf bis zu 1.200 m² ansteigen.

Der Markt befindet sich im Geltungsbereich des Bebauungsplans „An der Kuhhol“ der Stadt Hillesheim, der das Grundstück derzeit im hinteren Teil, auf dem sich das Marktgebäude befindet, als Gewerbegebiet (GE) und im vorderen Teil, wo die zugehörigen Parkplätze angelegt wurden, als Mischgebiet (MI) ausweist.

Zur Realisierung des Vorhabens ist die Änderung des Bebauungsplans mit Ausweisung eines „Sondergebiets großflächiger Einzelhandel“ (SO) erforderlich.

Der Stadtrat der Stadt Hillesheim hat die Änderung des Bebauungsplans beschlossen und zunächst eine frühzeitige Beteiligung der Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange durchgeführt.

Die Planungsgemeinschaft Region Trier, Postfach 4020, 54230 Trier hat in diesem Zusammenhang mit Schreiben vom 27.05.2026 + 17.06.2026 mitgeteilt, dass die Stadt Hillesheim nach den Analysen des Einzelhandelskonzeptes in der Warengruppe „Nahrungs- und Genussmittel“ (NuG) eine Zentralität von 124 aufweist, was bedeutet, dass sie bereits heute ein über den für die Versorgung des ihr regionalplanerisch zugewiesenen Verflechtungsbereiches hinausgehendes Angebot in der Warengruppe NuG vorhält.

Um dieses Angebot aufrecht zu erhalten, ist der Einzelhandel somit auf den Zufluss von Kaufkraft von außerhalb des Verflechtungsbereiches angewiesen. Laut Planungsgemeinschaft bindet Hillesheim schon heute Kaufkraft, die umliegenden zentralen Orten zuzurechnen wäre, weshalb sich durch die geplante Erweiterung des NETTO-Marktes das Angebot im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel nochmals erweitern würde. Daher wird ein Nachweis der Verträglichkeit des Vorhabens in Bezug auf den Zentralen Versorgungsbereich (ZVB) „Innenstadt“ der Stadt Hillesheim sowie die zentralen Versorgungsbereiche der umliegenden zentralen Orte verlangt, um die Einhaltung des „Nichtbeeinträchtigungsgebotes“ zu belegen.

Der Stadtrat der Stadt Hillesheim hat in seiner Sitzung vom 17. September 2026 der Forderung der Planungsgemeinschaft zugestimmt.

Aus diesem Grund wurde die vorliegende „Verträglichkeitsuntersuchung“ (auch Auswirkungsanalyse genannt) erarbeitet, mit der der Nachweis erbracht werden soll, dass das Vorhaben mit den Zielvorgaben der Landes- und Regionalplanung vereinbar ist und hiervon keine schädlichen Auswirkungen im Sinne des § 34 Abs. 3 Baugesetzbuch (BauGB) oder des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) ausgehen.

Kann dieser Nachweis erbracht werden, ist gleichzeitig sichergestellt, dass das raumordnerische Nichtbeeinträchtigungsgebot gemäß Ziel 60 LEP IV eingehalten wird.

Für die Verträglichkeitsprüfung lauten die Kernfragen:

- Ist das geplante Vorhaben städtebaulich verträglich und vertretbar?
- Entspricht das Vorhaben den Zielen der Raumordnung?
- Welche Auswirkungen hat die Erweiterung des NETTO-Marktes auf die vorhandene Angebotsstruktur, insbesondere auf die Zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Hillesheim und der benachbarten zentralen Orte in der Umgebung?

Zur Beantwortung dieser Fragestellungen wird nachfolgend geprüft, welche Auswirkungen und Betroffenheiten das Vorhaben aus betriebswirtschaftlicher, volkswirtschaftlicher, raumordnerischer und schließlich aus städtebaulicher Sicht potenziell auslösen kann. Dabei wird die schützenswerte Umgebungsstruktur innerhalb der Stadt Hillesheim sowie in den umliegenden Orten, insbesondere in den dortigen Zentralen Versorgungsbereichen (ZVB) analysiert, um mögliche negative Auswirkungen des Bauvorhabens beurteilen zu können.

Die Prüfung bezieht sich auf die laut Bebauungsplan maximal zulässige Verkaufsfläche von 1.200 m², wenngleich der Vorhabenträger derzeit nur eine Erweiterung auf bis zu 1.000 m² Verkaufsfläche plant.

Der vorliegenden Verträglichkeitsprüfung / Auswirkungsanalyse liegt folgendes Vorgehen zu Grunde:

1. Bestimmung des potenziellen Einzugsbereichs des Vorhabens und Abgrenzung des Untersuchungsgebiets
2. Durchführung von Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung des Projektstandortes im Juli und September 2026
3. Beschaffung und Auswertung der vorhandenen Einzelhandels- und Zentrenkonzepte der Orte im potenziellen Einzugsbereich - soweit relevant
4. Recherche, Analyse und Aufbereitung relevanter sekundärstatistischer Daten und Informationsquellen (Statistiken zu Verkaufsflächen, Umsatz, Kaufkraft usw.)
5. Bestandsaufnahme der maßgeblichen Angebote im Einzugsbereich und deren Dokumentation in Tabellen, Grafiken, Karten etc., insbesondere Erhebung der relevanten Wettbewerbsbetriebe im Untersuchungsgebiet im September 2026
6. Berechnungen bezüglich der Umverteilungseffekte aufgrund des Vorhabens, mittels Umsatzschätzungen für die erhobenen Einzelhandelsbetriebe unter Berücksichtigung der spezifischen standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenbezogener Kennzahlen
7. Analyse möglicher negativer Auswirkungen des Vorhabens und schriftliche Ausarbeitung der Untersuchungsergebnisse

Die Ermittlung der aktuellen und zukünftigen Kaufkraftbewegungen durch die geplante Verkaufsflächenerweiterung erfolgt auf Basis folgender Faktoren:

1. Einwohnerzahlen und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsgebiet
2. Zeitdistanzen zwischen dem Vorhabenstandort und den Wohnstandorten im Untersuchungsgebiet
3. Ausstattung und Attraktivität der untersuchungsrelevanten Einkaufsziele im Untersuchungsgebiet
4. Wahrscheinlichkeit der Änderung des Einkaufsverhaltens aufgrund der Modernisierung und Erweiterung des NETTO-Marktes

Auf dieser Grundlage erfolgt eine Bewertung des Vorhabens im Hinblick auf die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen im Sinne einer „worst-case-Betrachtung“.

Die vorliegende Auswirkungsanalyse kann als Entscheidungsgrundlage im Bauleitplanungs- und Genehmigungsverfahren herangezogen werden.

2. Vorhabenbeschreibung

2.1 Lage

Die Stadt Hillesheim gehört zur Verbandsgemeinde Gerolstein, Vulkaneifelkreis, in Rheinland-Pfalz. Sie hatte nach Angabe des Statistischen Landesamtes am 31. Dezember 2025 3.202 Einwohner*innen. Die Bevölkerungsdichte beträgt 155 Einwohner je km².

Das zu untersuchende Vorhaben soll im Bereich der Kölner Straße im Norden des Stadtgebiets realisiert werden. In der Umgebung befinden sich bereits mehrere Einzelhandelsbetriebe.

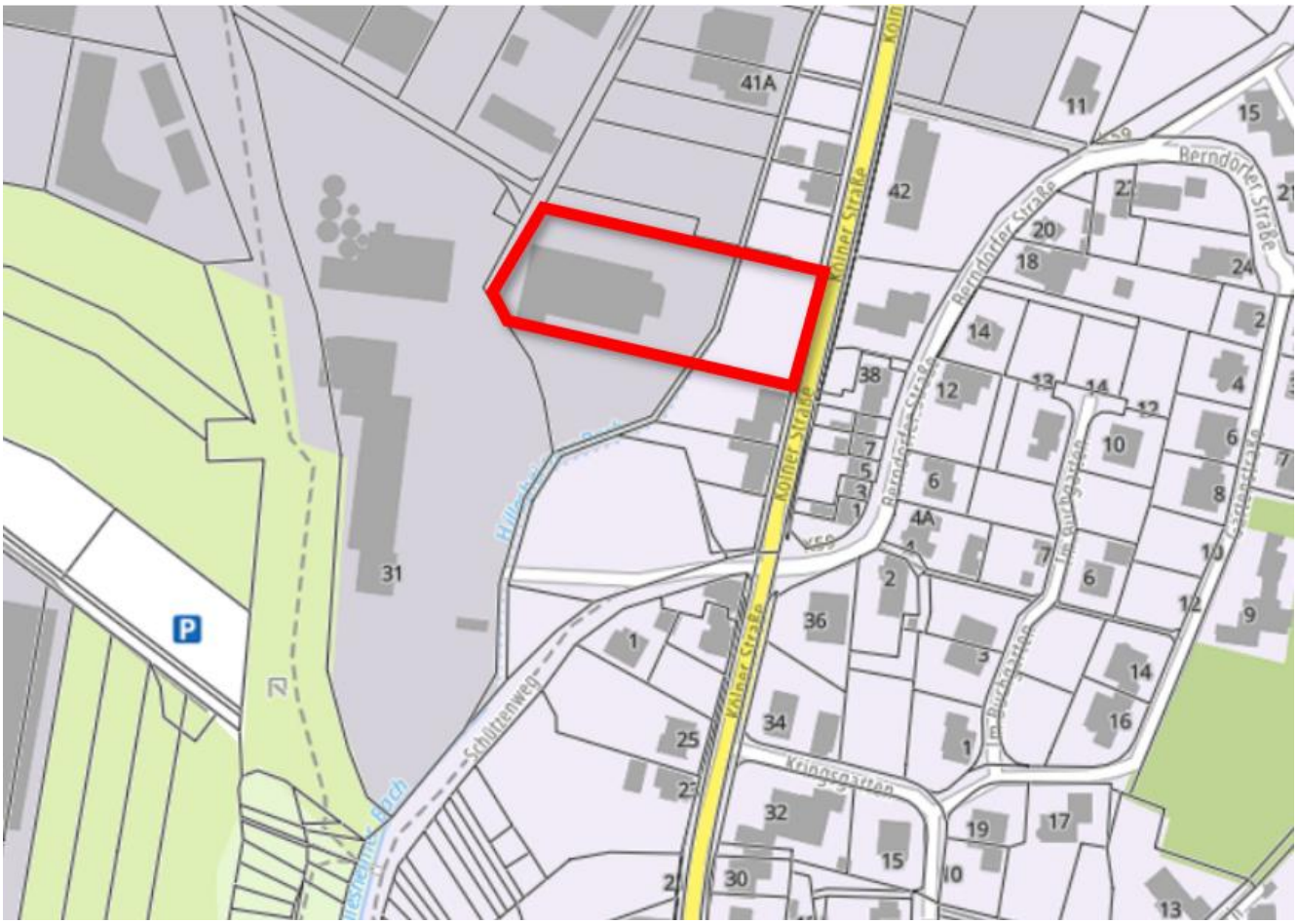


Abbildung 2: **Übersichtsplan mit Lage des Vorhabengrundstücks an der Kölner Straße in der Stadt Hillesheim**
(Quellen: LANIS I Zugriff: September 2026 I eigene Darstellung I ohne Maßstab).

Hillesheim ist war ehemals Verwaltungssitz der selbständigen Verbandsgemeinde Hillesheim, gehört seit 2019 aber der Verbandsgemeinde Gerolstein an. Zur Stadt gehören die Ortsbezirke Bolsdorf und Niederbettingen sowie die Wohnplätze Weber-Hof, Alter Bahnhof, Am Breitstein, Am Liehr, Am Rosenberg, Crumps Mühle, Domäne, Eichholz und Bergfelder-Hof.

Die verkehrstechnische Anbindung der Stadt erfolgt im Wesentlichen über die Bundestraße B 421, die das Stadtgebiet in Ost-West-Richtung durchquert, sowie die Landesstraßen L 10 und L 26. Letztere führt in Richtung Norden zur Autobahn A 1 bei Blankenheim. Im Westen sind die B 51 und die A 60 über die B 421 zu erreichen.

Die nächstgelegenen Mittelzentren sind die Städte Gerolstein (in ca. 10 Kilometern Entfernung), Daun (in ca. 20 Kilometern Entfernung), Prüm (in ca. 25 Kilometern Entfernung) und Adenau (in ca. 30 Kilometern Entfernung). Die nächstgelegenen Oberzentren sind Bonn in ca. 80 km sowie Koblenz und Trier in jeweils ca. 85 km Entfernung.

2.2 Objektplanung

Für das Vorhaben liegt derzeit noch keine konkrete Projektplanung vor.

Es ist jedoch geplant, den vorhandenen Baukörper entweder umzubauen und zu erweitern oder ggf. auch abzureißen und neu zu errichten.

Um beide Optionen offenzuhalten ist im Bebauungsplan ein großzügiges Baufenster ausgewiesen, das in Richtung Norden über das jetzige Grundstück hinausgeht.

Für das gesamte Plangebiet soll künftig ein Sondergebiet (SO) mit der Zweckbestimmung „großflächiger Einzelhandel“ festgesetzt werden.

Die Verkaufsfläche ist im Bebauungsplan auf maximal 1.200 m² begrenzt.

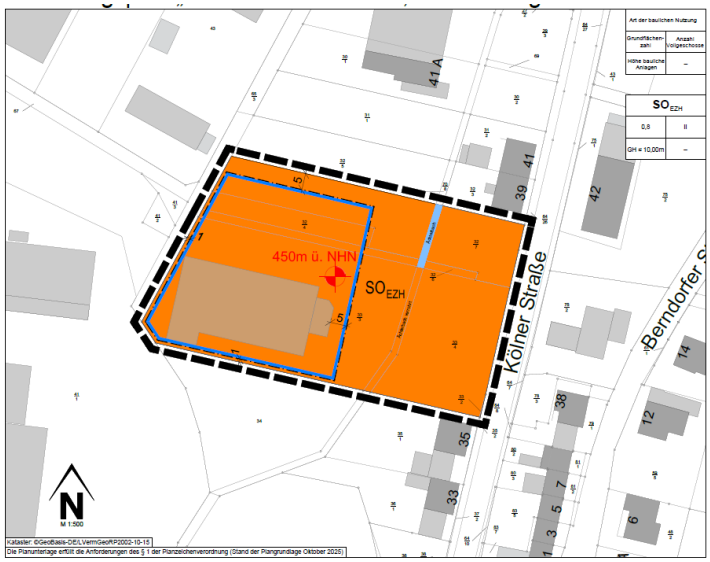


Abbildung 3: Bebauungsplan „In der Kuhhol, 3. Änderung“, Vorentwurf
(Quelle: ISU GmbH I ohne Maßstab)

Im ersten Schritt sollen nach Angaben des Betreibers jedoch zunächst nur bis zu 1.000 m² Verkaufsfläche (VK) realisiert werden.

Im vorhandenen NETTO-Lebensmitteldiscountmarkt werden vorwiegend Nahrungs- und Genussmittel mit einem Flächenanteil von ca. 80 % der Verkaufsfläche angeboten. Es ist davon auszugehen, dass sich dieser Anteil auch nach der Erweiterung nicht wesentlich ändert. Darüber hinaus nehmen Drogeriewaren, die wie Nahrungs- und Genussmittel zu den nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten zählen, rund 10 % der Verkaufsfläche ein. Der Anteil der sonstigen Sortimente (zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente) wird maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche betragen. Bei den sonstigen Sortimenten handelt es sich überwiegend um wöchentlich wechselnde sogenannte „Aktionswaren“[1].

1 Die Aktionswaren wechseln bei Lebensmitteldiscounter regelmäßig. Daher ist die Zuordnung der Flächen und Umsätze zu einzelnen Warengruppen kaum möglich. Grundsätzlich ist festzuhalten, dass das Warenangebot dieser Aktionswaren im Grunde alle Warengruppen des Einzelhandels umfasst, wobei insbesondere die Sortimentsbereiche „Bekleidung/ Textilien“, „Schuhe/ Lederwaren“, „Haushaltswaren“, „Papier, Schreibwaren und Bücher“ sowie „Spielwaren und Sportartikel“, aber auch „Elektrogeräte und Unterhaltungselektronik“, „Heimwerkerbedarf“ sowie saisonal auch „Gartenmöbel und Gartenbedarf“ angeboten werden.

3. Planerische Zielvorgaben

3.1 Landesentwicklungsprogramm IV (LEP IV)[2]

Das Landesentwicklungsprogramm IV (LEP IV) des Bundeslandes Rheinland-Pfalz schafft einen langfristigen und zukunftsorientierten Gestaltungsrahmen der Raumstruktur des Landes. Aufgabe des LEP IV ist es, eine gleichwertige Entwicklung aller Landesteile zu sichern.

Im Zuge der Untersuchung ist darzulegen, ob und ggf. wie sich die Erweiterung des NETTO-Marktes in der Stadt Hillesheim auf die Umgebungsstruktur auswirken kann. Dem LEP IV sind unter Kapitel 3.2.3 Öffentliche Einrichtungen und Dienstleistungen (großflächiger Einzelhandel) folgende Zielaussagen zu entnehmen, die über die Bestimmungen des § 1 Abs. 4 BauGB als „Ziele der Raumordnung“ bei der Aufstellung von Bauleitplänen verbindlich zu beachten sind:

Z 57 Die Errichtung und Erweiterung von Vorhaben des großflächigen Einzelhandels ist nur in zentralen Orten zulässig **(Zentralitätsgebot)**. Betriebe mit mehr als 2.000 m² Verkaufsfläche kommen nur in Mittel- und Oberzentren in Betracht. Ausnahmsweise sind in Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion mit mehr als 3.000 Einwohnerinnen und Einwohnern großflächige Einzelhandelsvorhaben bis zu insgesamt 1.600 m² Verkaufsfläche zulässig, wenn dies zur Sicherung der Grundversorgung der Bevölkerung erforderlich ist.

Z 57 definiert eine absolute Obergrenze der Verkaufsfläche bzw. eine bindende Orientierung für großflächige Einzelhandelsbetriebe an der zentralörtlichen Funktion der Gemeinde.

Die geplante Erweiterung eines vorhandenen Discountmarktes Hillesheim dient der wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung innerhalb des Grundzentrums. Damit liegt kein Verstoß gegen das Ziel Z 57 des Landesentwicklungsprogramms Rheinland-Pfalz vor.

Z 58 Die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten ist nur in städtebaulich integrierten Bereichen, das heißt in Innenstädten und Stadt- sowie Stadtteilzentren, zulässig **(städtebauliches Integrationsgebot)**. Die städtebaulich integrierten Bereiche („zentrale Versorgungsbereiche“ im Sinne des BauGB) sind von den zentralen Orten in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festzulegen und zu begründen. Diese Regelungen müssen auch eine Liste innenstadtrelevanter und nicht innenstadtrelevanter Sortimente umfassen.

Z 58, das sogenannte „städtebauliche Integrationsgebot“ gibt an, dass sich großflächige Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten nur innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ansiedeln dürfen.

Das Planvorhaben liegt innerhalb eines im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Hillesheim ausgewiesenen Zentralen Versorgungsbereichs (vgl. Punkt 3.3).

Z 59 Die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten ist auch an Ergänzungsstandorten der zentralen Orte zulässig. Diese sind ebenfalls von den Gemeinden in Abstimmung mit der Regionalplanung festzulegen und zu begründen. Innenstadtrelevante Sortimente sind als Randsortimente auf eine innenstadtverträgliche Größenordnung zu begrenzen.

[2] Ministerium des Inneren und für Sport – Oberste Landesplanungsbehörde Rheinland-Pfalz. Beschlossen vom Ministerrat am 07. Oktober 2008, rechtsverbindlich seit dem 14. Oktober 2008. Mainz.

Z 59 definiert Vorgaben, die für die Ansiedlung von Betrieben mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten (z.B. Baustoffmärkte o.ä.) von Relevanz sind. Durch die Erweiterung eines vorhandenen Discount-Marktes ist die Zielaussage vorliegend nicht weiter zu prüfen.

Z 60 Durch die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben dürfen weder die Versorgungsfunktion der städtebaulich integrierten Bereiche der Standortgemeinden noch die Versorgungsbereiche (Nah- und Mittelbereiche) benachbarter zentraler Orte wesentlich beeinträchtigt werden **(Nichtbeeinträchtigungsgebot)**. Dabei sind auch die Auswirkungen auf Stadtteile von Ober- und Mittelzentren zu beachten.

Im Zuge der Untersuchung ist darzulegen, wie sich die geplante Verkaufsflächenerweiterung auf andere Betriebe auswirken kann. Das Nichtbeeinträchtigungsgebot ist dabei ein Nachweis, der betriebswirtschaftliche und regionalplanerische Auswirkungen vereinen muss. Auf der Grundlage der vorliegenden Auswirkungsanalyse lässt sich schlussfolgern, ob zentrale Versorgungsbereiche (insbesondere der Zentrale Versorgungsbereich „Innenstadt“ in Hillesheim sowie Zentrale Versorgungsbereiche in anderen zentralen Orten) beeinträchtigt werden und ob damit ein raumordnerischer Konflikt ausgelöst wird. Ein entsprechender Nachweis wird im Folgenden erbracht.

Z 61 Der Bildung von Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche ist durch Verkaufsflächenbegrenzungen in der Bauleitplanung entgegenzuwirken **(Agglomerationsverbot)**. Haben sich bereits Agglomerationsbereiche außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche gebildet, so sind diese als Sondergebiete des großflächigen Einzelhandels in der Bauleitplanung auszuweisen und in ihrem Bestand festzuschreiben.

Z 61 zielt darauf ab, dass durch die Häufung nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches oder städtebaulich integrierten Bereichs keine räumliche Agglomeration entstehen soll, deren Auswirkungen vergleichbar mit großflächigen Einzelhandelsbetrieben sind. Aufgrund der konkreten Umstände des Einzelfalls ist diese Zielvorgabe vorliegend nicht explizit zu prüfen.

3.2 Regionaler Raumordnungsplan

Für die Stadt Hillesheim ist der Regionale Raumordnungsplan der Region Trier maßgeblich. Dieser stammt aus dem Jahr 1985 und weist der Stadt die Funktion eines Unterzentrums zu.

Die Regionalvertretung der Planungsgemeinschaft Region Trier hat am 20. August 2026 den Entwurf des regionalen Raumordnungsplans Region Trier i.d.F. des 2. Änderungsentwurfes August 2026 für das erneute, dritte Anhörungsverfahren unter Beteiligung der Öffentlichkeit gemäß § 9 Abs. 3 ROG im Zuge der Neuaufstellung des Regionalplans beschlossen. Gemäß § 6 Abs. 4 des Landesplanungsgesetzes (LPlG) wird der 2. Änderungsentwurf vom 08. September bis einschließlich 07. Oktober 2026 öffentlich ausgelegt und online zur Einsichtnahme bereitgestellt.

Dem Entwurf des Raumordnungsplans (ROPneu), kommt Grundsatzcharakter zu, sodass seine Aussagen im Zusammenhang mit der vorliegenden Aufgabenstellung zu beachten sind.

Der ROPneu weist der Stadt Hillesheim die Funktion eines Grundzentrums zu.

Bezüglich der Ansiedlung / Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben sind laut dem ROPneu folgende Grundsätze ergänzend zu den Vorgaben des LEP IV von Relevanz:

G 78 In allen Regionsteilen soll eine bedarfsgerechte und gleichwertige Versorgung der Bevölkerung und der Wirtschaft mit Gütern und Dienstleistungen angestrebt werden. Der Bestand von Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben in den zentralen Orten soll insbesondere in den zentralen Versorgungsbereichen und an den Ergänzungsstandorten gesichert und die Weiterentwicklung gefördert werden.

G 79 Kooperierende zentrale Orte und solche mit überlappenden Versorgungs- und Einzugsbereichen sollen durch interkommunale Vereinbarungen die Versorgung in der Fläche entsprechend ihrer Größe und Funktion abstimmen und sicherstellen.

G 80 Die Deckung des täglichen Bedarfs soll in allen Gemeinden wohnstandortnah möglich sein, damit sich auch weniger mobile Bevölkerungsgruppen selbstständig versorgen können. Hierzu sollen am örtlichen Bedarf orientierte Versorgungseinrichtungen, die Verknüpfung des örtlichen Einzelhandels mit Zusatzfunktionen, die Gründung von Nachbarschaftsläden, der mobile Handel sowie die Einrichtung von Liefer- und Dienstleistungsservices gefördert werden.

G 81 Die zentralen Versorgungsbereiche und die Ergänzungsstandorte der zentralen Orte sowie die wohnortnahe Einzelhandelsversorgung sollen in örtliche bzw. regionale ÖPNV-Netze eingebunden werden.

G 82 Für eine regional abgestimmte, nachhaltige, verträgliche und wettbewerbsfähige Einzelhandelsentwicklung in der Region Trier soll die Erarbeitung eines regionalen Einzelhandelskonzeptes (REHK) geprüft und bei bekundetem Bedarf und Interesse ein regionaler Einzelhandelsdialog initiiert und verstetigt werden.

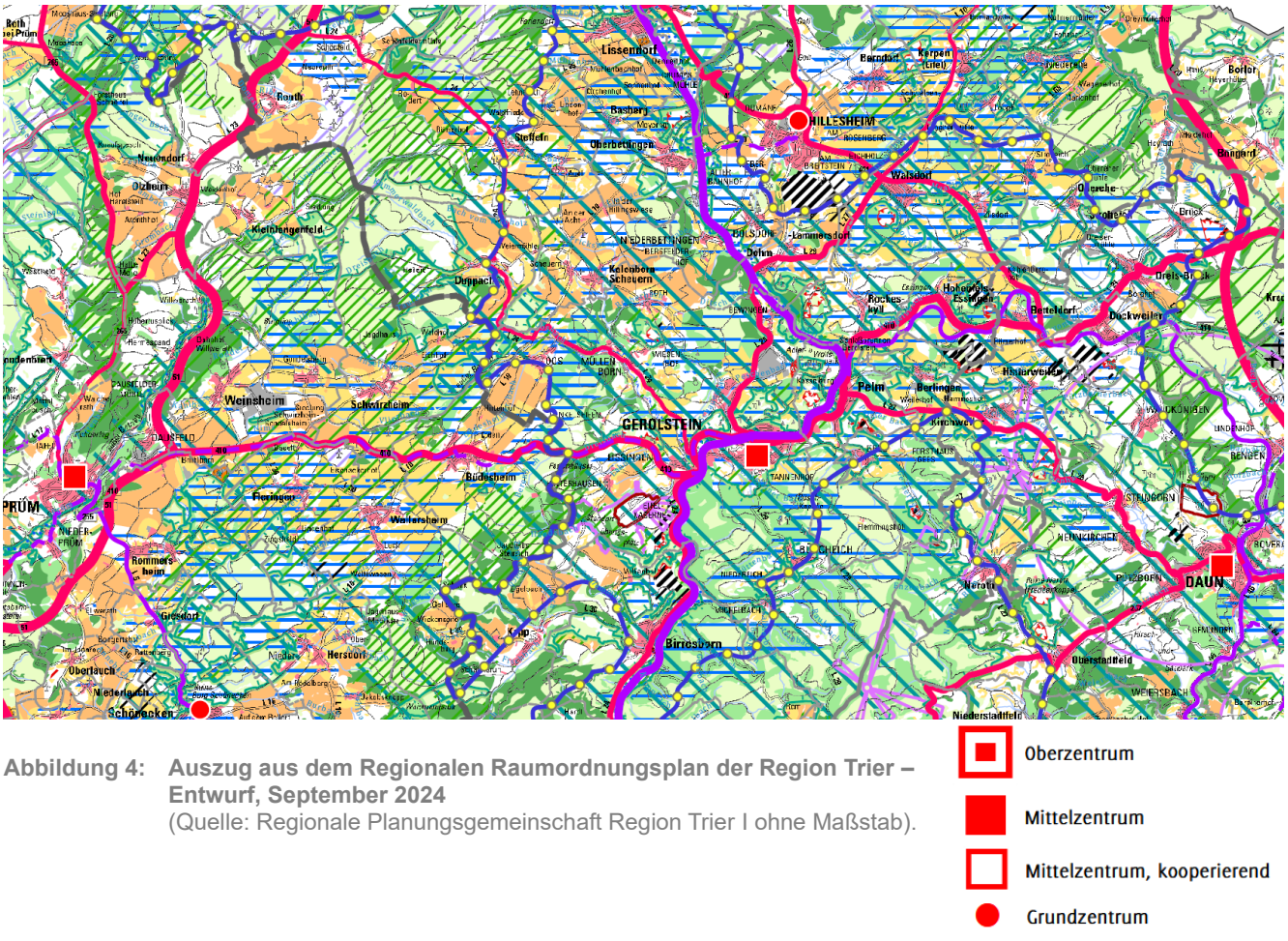


Abbildung 4: Auszug aus dem Regionalen Raumordnungsplan der Region Trier – Entwurf, September 2024
(Quelle: Regionale Planungsgemeinschaft Region Trier I ohne Maßstab).

In Bezug auf das **Nichtbeeinträchtigungsgebot** wird zusätzlich wird folgendes ausgeführt:

Z_{N60}90 Durch die Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben dürfen weder die Versorgungsfunktion der städtebaulich integrierten Bereiche der Standortgemeinde noch die der Versorgungsbereiche (Nah- und Mittelbereiche) benachbarter zentraler Orte wesentlich beeinträchtigt werden. Dabei sind auch die Auswirkungen auf Stadtteile von Ober- und Mittelzentren zu beachten.

G 91 Auch von der Ansiedlung und Erweiterung nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe soll weder die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung noch die Versorgungsfunktion der zentralen Versorgungsbereiche der Standortgemeinde oder anderer zentraler Orte beeinträchtigt werden.

Der Entwurf des Regionalen Raumordnungsplans enthält damit ähnliche Vorgaben wie die des LEP IV. Daher werden die Zielvorgaben der Regional- und Landesplanung im Weiteren zusammenfassend mit denen des LEP IV bewertet.

3.3 Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Hillesheim

Als Grundzentrum kommt der Stadt Hillesheim die Aufgabe einer überörtlichen Grundversorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen zu.

Gemäß der „Hillesheimer Sortimentsliste“ im Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist die Versorgung mit den folgenden nahversorgungsrelevanten Sortimenten sicherzustellen:

- Nahrungs- und Genussmittel (NuG)
- Gesundheits- und Körperpflege (GuK)
- Schnittblumen
- Zeitschriften
- Papier- und Schreibwaren

Typischerweise werden in Discountmärkten vorwiegend Waren aus den Sortimentsgruppen Nahrungs- und Genussmittel (NuG) sowie Gesundheits- und Körperpflege (GuK) angeboten. Schnittblumen, Zweitschriften sowie Papier und Schreibwaren sind teilweise als ergänzende Sortimente vorhanden, nehmen aber nur einen untergeordneten Teil der Verkaufsfläche ein.

Gemäß der **Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Hillesheim** (Stand: Januar 2023) verfügt die Stadt Hillesheim über zwei Zentrale Versorgungsbereiche (ZVB). Dies sind die „Innenstadt Hillesheim“ und das „Nahversorgungszentrum Kölner Straße“. Hier konzentriert sich der städtische Einzelhandel.

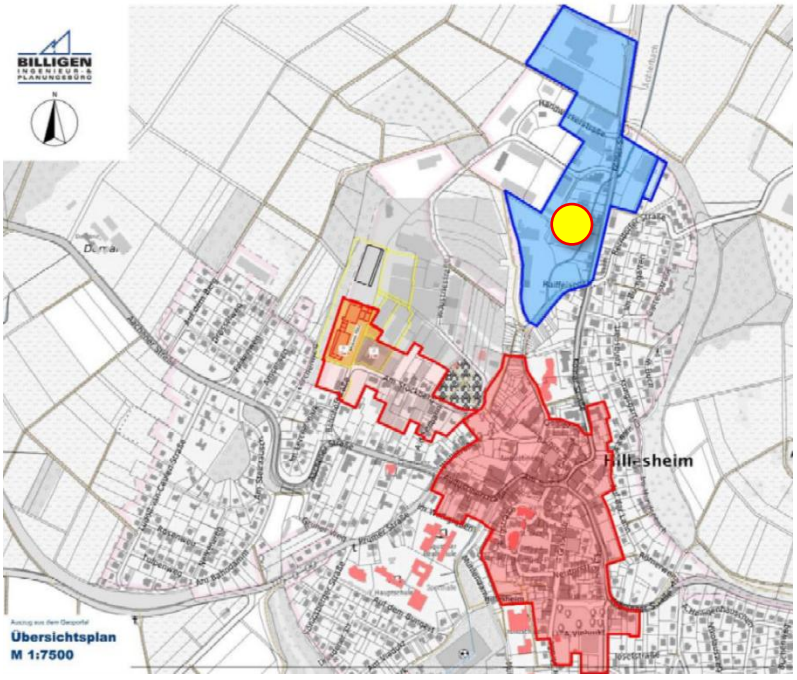


Abbildung 5: **Auszug aus der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Hillesheim**
(Quellen: VGV Gerolstein I ohne Maßstab)

Das Planvorhaben ● liegt innerhalb des „Nahversorgungszentrums Kölner Straße“.

3.4 Bauleitplanung

Für das Vorhaben wird ein Bebauungsplan im sogenannten „beschleunigten Verfahren“ gemäß § 13a Baugesetzbuch (BauGB) aufgestellt, der das Plangebiet als „Sondergebiet großflächiger Einzelhandel“ (SO) ausweist.

In den textlichen Festsetzungen wird zur Art der baulichen Nutzung folgendes ausgeführt:

SO_{EZH}= Sonstiges Sondergebiet gemäß § 11 Abs. 2 und 3 BauNVO mit der Zweckbestimmung „Großflächiger Einzelhandel“

Im Sondergebiet „Großflächiger Einzelhandel“ (SO_{EZH}) sind großflächige Einzelhandelsbetriebe mit einer maximalen Verkaufsfläche von **1.200 m²** zulässig, deren Warensortiment sich gemäß der Sortimentsliste ZVB Hillesheim, Kölner Straße auf folgende nahversorgungsrelevante Sortimente beschränkt:

- Nahrungs- und Genussmittel,
- Gesundheits- und Körperpflege,
- sonstige nahversorgungsrelevante Sortimente,
- wechselnde Güter des mittel- bis langfristigen Bedarfs (sog. Aktionswaren).

Unter dem Begriff „Aktionswaren“ sind solche Artikel zu verstehen, die nicht dauerhaft Teil des Kernsortiments sind, in regelmäßigen Abständen wechseln und in ihrer Gesamtheit eine den Nahversorgungsartikeln nur untergeordnete Verkaufsfläche einnehmen.

Randsortimente, die dauerhaft angeboten werden aber nicht zum Kernsortiment gezählt werden, sind auf einem Anteil von maximal 10 % der Verkaufsfläche zulässig.

Der Bebauungsplan hat zwischenzeitlich eine freiwillige frühzeitige Beteiligung der Behörden und sonstigen Träger öffentlicher Belange durchlaufen und soll zeitnah förmlich offengelegt werden.

Im beschleunigten Verfahren kann der Flächennutzungsplan im Zuge der Berichtigung angepasst werden, was vorliegend vorgesehen ist. Damit wird auch der Flächennutzungsplan (FNP) der Verbandsgemeinde (VG) Gerolstein den Standort künftig als Sondergebiet (S) darstellen.

3.5 Einzelhandels- und Zentrenkonzepte umliegender Kommunen

Für die Mittelzentren Gerolstein und Prüm, die potenziell im Einzugsbereich des Vorhabens liegen, bestehen Einzelhandels- und Zentrenkonzepte, worauf im weiteren Verlauf der Untersuchung eingegangen wird.

Auch für das Grundzentrum Kelberg liegt eine entsprechende Konzeption vor.

4. Bestands- und Versorgungssituation

4.1 Allgemeine Beschreibung der Wettbewerbssituation

Der vorhandene NETTO-Lebensmitteldiscountmarkt konkurriert mit allen Anbietern in der Umgebung, die Sortimentsüberschneidungen mit dem Vorhaben aufweisen.

Die Wettbewerbssituation wird sich auch nach der Vergrößerung der Verkaufsfläche nicht grundlegend ändern. Im nahversorgungsrelevanten Kernsortiment (Nahrungs- und Genussmittel - NuG) sind die wesentlichen Wettbewerber die vorhandenen Lebensmittelmärkte in der Umgebung (Vollsortimenter

und Discounter), während der kleinteilige Einzelhandel, wenn überhaupt, so nur in sehr geringem Umfang von der Verkaufsflächenvergrößerung betroffen sein wird.

4.2 Maximale Abgrenzung des Einzugsbereichs

Zunächst geht es bei den Betrachtungen in Bezug auf mögliche schädliche Auswirkungen um die Frage des potenziellen Einzugsbereichs des Vorhabens.

Üblicherweise ist der Einzugsbereich eines Discountmarktes auf einen Radius von 10 bis 15 (maximal 20) Pkw-Fahrminuten beschränkt.

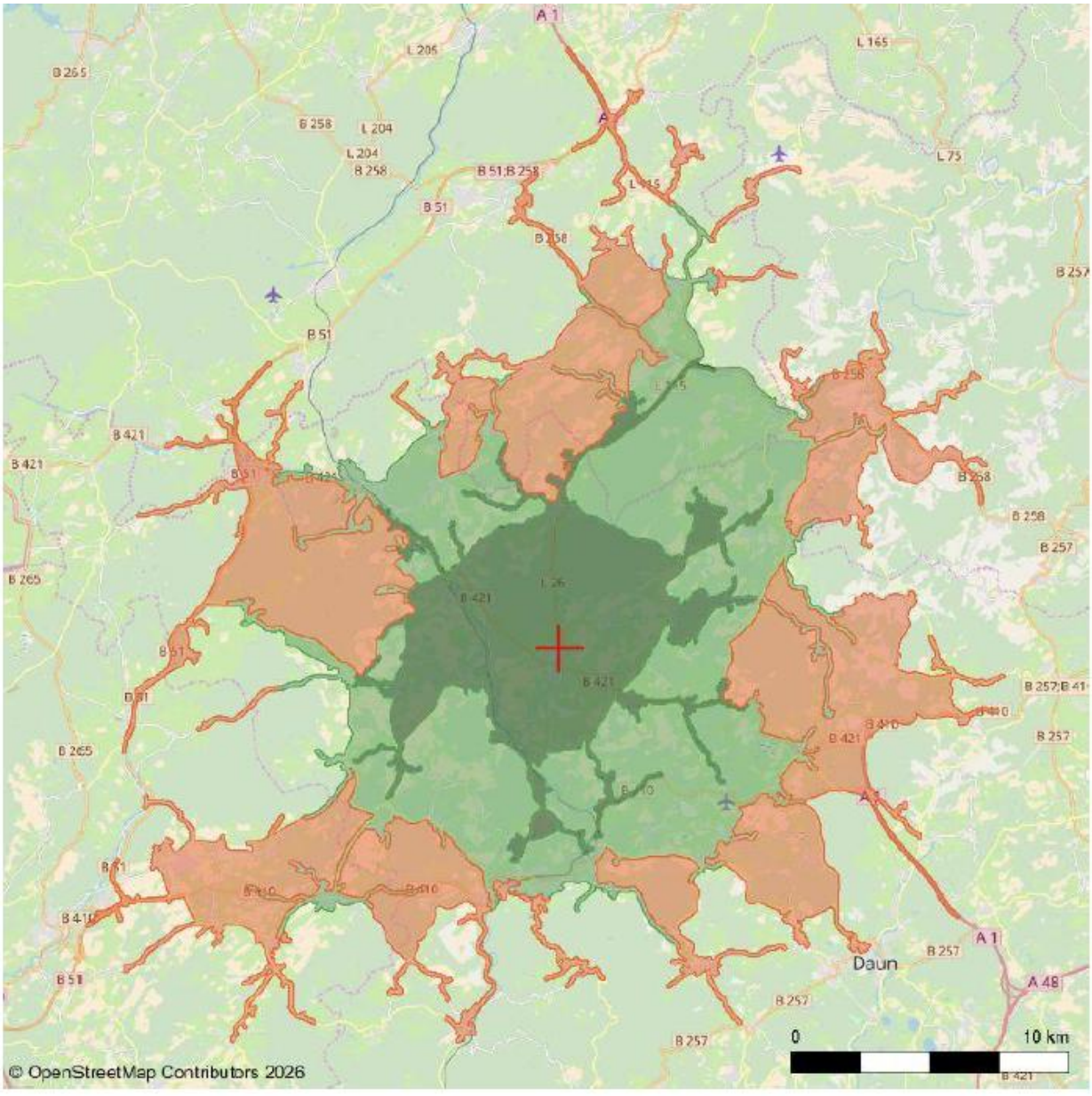


Abbildung 6: Maximaler Einzugsbereich des Planvorhabens bis 20 Minuten Pkw-Fahrminuten
(Quelle: on geo GmbH – geoport, September 2026)

Nur in Ausnahmefällen erstreckt sich dieser auch auf einen größeren Radius, z.B. dann, wenn entsprechende Angebote im ländlichen Raum in geringerer Entfernung nicht zu erreichen sind oder wenn der betreffende Markt besonders groß ist oder ein sehr spezialisiertes Angebot bereithält. Dies ist vorliegend nicht der Fall, denn der NETTO-Markt wird auch künftig kein anderes Angebot bereithalten als im Augenblick. Auch die maximale Verkaufsflächengröße von 1.200 m² liegt nicht über der vergleichbarer Anbieter.

Mit 20 Pkw-Fahrminuten ist das Untersuchungsgebiet zunächst sehr groß abgegrenzt. Vermutlich ist der tatsächliche Einzugsbereich kleiner, was nachfolgend noch näher beleuchtet wird.

Außerhalb des potenziellen Einzugsbereichs befindet sich im Nordwesten von Hillesheim das Mittelzentrum Prüm. Auch die Einzelhandelsangebote im Mittelzentrum Daun im Südosten werden nicht tangiert. Das Mittelzentrum Adenau liegt deutlich außerhalb des definierten Radius von 20 Pkw-Fahrminuten. Das im Süden gelegene Mittelzentrum Gerolstein liegt hingegen innerhalb der relevanten Fahrentfernung. Betroffen sind zudem die Grundzentren Jünkerath, Stadtkyll und Kelberg, wohingegen Schönecken nicht in 20 Minuten erreichbar ist.

4.3 Eingrenzung des Einzugsbereichs

Das Einzugsgebiet der Stadt Hillesheim als Grundzentrum umfasst im Wesentlichen den seitens Regionalplanung zugewiesenen Nahbereich. Allerdings suchen aufgrund der Attraktivität der Stadt auch Verbraucherinnen und Verbraucher aus weiter entfernt liegenden Orten die Einkaufsmöglichkeiten in Hillesheim auf. Dies dürfte auch für den NETTO-Markt nach seiner Erweiterung zutreffen.

Discountmärkte werden regelmäßig (meist mindestens einmal pro Woche) aufgesucht. Der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand beträgt zwischen 10 und maximal 20 Fahrminuten, wobei Fahrtzeiten von mehr als 15 Minuten mit dem Pkw i.d.R. nur dann akzeptiert werden, wenn in der unmittelbaren Umgebung keine vergleichbaren Angebotsstrukturen vorhanden sind. Dies trifft vorliegend jedoch nicht zu.

Die Attraktivität des Einzelhandelsstandortes, ist insbesondere durch die Sortimentsstruktur, die Betriebsgrößen, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad der Betreiber bestimmt. Die Qualität des Mikrostandortes, ergibt sich zudem aus der (verkehrlichen) Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten und aus ggf. vorhandenen Agglomerationseffekten innerhalb der Stadt und ihrer Zentralen Versorgungsbereichen (hier vor allen Dingen ZVB „Innenstadt“ der Stadt Hillesheim).

Mitunter spielen auch traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung eine Rolle, weswegen eine reine Verkaufsflächenerweiterung, wie vorliegend geplant, erfahrungsgemäß nur dann zu erheblichen Umlenkungseffekten führen wird, wenn der Markt künftig in seiner Gesamtheit deutlich attraktiver erscheint.

Zur theoretischen Abgrenzung des Einzugsgebietes des Vorhabens wird auf Abbildung 6 verwiesen. Hier ist ein Umkreis von bis zu 20 Pkw-Fahrminuten erfasst. Da der vom Kunden akzeptierte Zeitaufwand für einen Einkauf mit zunehmender Häufigkeit der Bedarfsdeckung und abnehmendem Wert der nachgefragten Erzeugnisse abnimmt, ist der tatsächliche Aktionsradius vermutlich kleiner als aus der Abbildung zu entnehmen.

Das vorliegende Erweiterungsvorhaben profitiert von der guten Lage an der Kölner Straße, inmitten des dortigen Zentralen (Nah-)Versorgungsbereichs, was seine Attraktivität erhöht. Die Hillesheimer

Innenstadt übernimmt zudem wichtige Versorgungsfunktionen für den gesamten Nahbereich des Grundzentrums, so dass auch sogenannte Kopplungskäufe zu berücksichtigen sind.

In den Umlandkommunen sind insbesondere in Gerolstein, aber auch in Jünkerath umfangreiche Versorgungsstrukturen vorhanden. Die dort lebende Bevölkerung kann sich somit wohnortnah versorgen, sodass hier eine größere Umorientierung auf den erweiterten NETTO-Markt unwahrscheinlich ist. Das Vorhaben steht damit vor allen Dingen zu den in Hillesheim vorhandenen, nahezu gleichartigen Strukturen in Konkurrenz. Aufgrund der in Zukunft geplanten Verkaufsflächengröße sowie des nach wie vor auf Nahrungs- und Genussmittel orientierten Angebots wird das Vorhaben voraussichtlich kaum ein über den Status quo hinausgehendes Einzugsgebiet ansprechen.

Da es vorliegend lediglich um die Verkaufsflächenerweiterung eines bereits bestehenden Lebensmitteldiscountmarktes geht, wird das voraussichtliche Einzugsgebiet des NETTO-Marktes auch nach dessen Erweiterung ein Einwohnerpotenzial von insgesamt nicht mehr als etwa 10.000 Personen[3] umfassen. Hinzuzurechnen sind sogenannte „diffuse Umsatzzuflüsse“ die z.B. durch Berufspendler hervorgerufen werden. Auch Touristen oder Geschäftsreisende tragen zu einer geringfügigen Erhöhung der Kundenzahl bei.

Somit sind auch Einkäufe von Personen zu berücksichtigen, die von der Regionalplanung nicht mehr zum Nahbereich der Stadt Hillesheim gezählt werden. Erhebungen zur Kundenherkunft durch den Marktbetreiber bestätigen dieses Phänomen.

In der ca. 10 Kilometern vom Projektstandort entfernten Stadt Gerolstein sind die Lebensmittelmärkte von HIT, EDEKA, ALDI Süd, LIDL sowie ein dm-Drogeriemarkt vorhanden, die das nahversorgungsrelevante Einzelhandelsangebot NuG und GuK prägen. Sie befinden sich im zentralen (Nah-) Versorgungsbereiche „Sarresdorfer Straße“. Im ZVB „Innenstadt“ ist zudem im sogenannten “Rondell“ ein NORMA-Lebensmitteldiscountmarkt vorhanden. Da Gerolstein sich innerhalb des abgegrenzten Einzugsbereichs von ca. 10 Pkw-Fahrminuten befindet, sind diese Angebote für die Beurteilung zu berücksichtigen.

Innerhalb des Einzugsbereichs von 20 Pkw-Fahrminuten liegt zudem das Grundzentrum Jünkerath. Hier konzentriert sich der projektrelevante Einzelhandel auf den faktischen zentralen Versorgungsbereich „Auf dem Werth“, wo sich ein EDEKA-Markt sowie eine ALDI und eine LIDL-Filiale befinden. Zudem ist ein Rossmann-Drogeriemarkt vorhanden.

Die Mittelzentren Daun und Prüm befinden sich in einer Entfernung von mehr als 20 Pkw-Fahrminuten. In deren Innenstädten bzw. Zentralen Versorgungsbereichen sind zwar zahlreiche Einzelhandelsbetriebe ansässig, die Sortimentsüberscheidungen mit dem Planvorhaben aufweisen, aufgrund der großen Entfernung können diese bei den weiteren Untersuchungen aber außer Acht gelassen werden.

---

[3] Dies wird nach Auswertung der „Auswirkungsanalyse zum Einzelhandelsvorhaben ‚Molkereiplatz‘ in der Stadt Hillesheim“ vom Juli 2023, vorgelegt durch die BBE Handelsberatung GmbH, Köln, dem Grunde nach bestätigt.
Hier heißt es zur Abgrenzung des Einzugsbereichs der Stadt Hillesheim:
„Vor allem aufgrund der bestehenden Wettbewerbsstrukturen, der Lage des Planstandortes [Anmerkung: Hier ging es um den „Molkereiplatz“]*, des Bevölkerungspotenzials im Standortumfeld und der Versorgungsfunktion des Vorhabens lässt sich unter Berücksichtigung der am Planstandort vorliegenden und zu erwartenden Agglomerationseffekte ein Einzugsgebiet mit zwei Zonen unterschiedlicher Einkaufsintensitäten abgrenzen:*

- *Zone I: Dem Kerneinzugsgebiet mit der höchsten Einkaufsintensität ist die Stadt Hillesheim mit rd. 3.210 Einwohnern zuzurechnen, in der sich der Projektstandort befindet.*
- *Zone II: Als erweitertes Einzugsgebiet wird der weitere Nahbereich des Grundzentrum (Basberg, Berndorf, Dohm-Lammersdorf, Kerpen (Eifel), Nohn, Oberbettingen, Oberehe-Stroheich, Üxheim, Walsdorf und Wiesbaum-Mirbach) definiert.*
  In Zone II leben derzeit rd. 5.550 Einwohner.

Das so abgegrenzte Einzugsgebiet weist ein Einwohnerpotenzial von insgesamt ca. 8.760 Personen auf.“

4.4 Detaillierte Ausstellung der vorhandenen Einzelhandelsangebote im Einzugsbereich

Im Zuge der vorliegenden Verträglichkeitsuntersuchung beziehen sich die nachfolgenden Betrachtungen auf Anbieter mit vergleichbaren Warenangeboten innerhalb des engeren Einzugsbereichs von 10 Pkw-Fahrminuten. Zudem wird der erweiterte Bereich von 20 Pkw-Fahrminuten betrachtet. Hier befinden sich nachfolgend aufgelistete potenzielle Wettbewerber des Planvorhabens.

EKZ	Einkaufszentrum	DIS	Discounter	RG	SB-Geschäft (bis 399 m²)
SM	Supermarkt (400 - 799 m²)	VMK	Verbrauchermarkt (800 - 1499 m²)	VMG	Verbrauchermarkt (1500 - 4999 m²)
TS	Tankstellen	DM	Drogeriemarkt	GAM	Getränke-EH

Angaben zum Einzelhandel am Standort

Nr		Betreiber/ Marktname	Adresse	Typ	Q¹	Entfernung	VK-Fläche (m²)
1		Netto Marken-Discount Netto	Kölner Str. 37 54576 Hillesheim	DIS	H	0,05	620
2		Doetsch ED Quick-Shop	Kölner Str. 40 54576 Hillesheim	TS	H	0,07	60
3		RWZ Rhein-Main Raiffeisen Tankstelle	Raiffeisenstr. 2 54576 Hillesheim	TS	H	0,16	0
4		Lidl -	Kölner Str. 44 54576 Hillesheim	DIS	H	0,17	800
5		Hundertmark Rewe XL Hundertmark	Kölner Str. 57 54576 Hillesheim	VMG	H	0,37	2.297
6		Norma -	Wallstr. 19 54576 Hillesheim	DIS	H	0,45	385
7		Doetsch ED	Kölner Str. 41 54578 Walsdorf	TS	H	2,67	80
8		sonst. Mineralöl-GH Tankstelle Demary	Hauptstr. 41 54587 Birgel	TS	H	4,25	0
9		Trinkkontor Trinkbar Ihr Getränkefachmarkt	Gartenstr. 5 54579 Üxheim	GAM	H	6,03	100
10		Norma -	Rondell 1 54568 Gerolstein	DIS	H	7,08	1.300
11		Präg Aral Shop	Gerolsteiner Str. 47 54570 Pelm	TS	H	8,03	80
12		dm -	Sarresdorfer Str. 59b 54568 Gerolstein	DM	S	8,15	800
13		Lidl -	Sarresdorfer Str. 48 54568 Gerolstein	DIS	H	8,26	500
14		Gefromm Getränkeparadies (Gefromm)	Sarresdorfer Str. 54 54568 Gerolstein	GAM	H	8,27	300
15		Doetsch ED Quick-Shop	Sarresdorfer Str. 91 54568 Gerolstein	TS	H	8,33	100
16		Hit -	Sarresdorfer Str. 87 54568 Gerolstein	VMG	H	8,36	2.337
17		Edeka Südwest Edeka Thömmes	Sarresdorfer Str. 57 54568 Gerolstein	VMG	H	8,36	1.800
18		Aldi Süd -	Sarresdorfer Str. 65 54568 Gerolstein	DIS	H	8,38	799
19		Lentz Getränkeparadies (Gefromm)	Kölner Str. 28 54584 Jünkerath	GAM	H	8,62	170
20		sonst. Mineralöl-GH DK Tankstellen	Kölner Str. 20 54584 Jünkerath	TS	H	8,74	35
21		Cames SB-Markt Jaax	Hauptstr. 15 54578 Nohn	RG	H	8,9	100
22		Bund Freier Tankstellen bft	Adenauer Str. 5 54578 Nohn	TS	H	9,12	20

Tabelle 1 - Fortsetzung …

… Fortsetzung - Tabelle 1

23		Lidl -	Auf dem Wehrt 11 54584 Jünkerath	DIS	H	9,45	900
24		Aldi Süd -	Auf dem Wehrt 13 54584 Jünkerath	DIS	H	9,52	600
25		Rossmann -	Auf dem Wehrt 17 54584 Jünkerath	DM	H	9,56	450
26		Edeka Südwest Edeka Berang	Auf dem Wehrt 21 54584 Jünkerath	VMK	H	9,58	1.360
27		Bund Freier Tankstellen Rewe Tankstelle	Im Hahnborn 5 54589 Stadtkyll	TS	H	11,08	20
28		Rewe West Rewe Wolf	Im Hahnborn 5 54589 Stadtkyll	VMG	H	11,08	1.800
29		Lidl -	Hauptstr. 4 53539 Kelberg	DIS	H	11,18	900
30		BP/Aral Aral	Auelstr. 27-29 54589 Stadtkyll	TS	H	11,93	100
31		RWZ Rhein-Main Raiffeisen Tankstelle	Nippes 22-24 53945 Blankenheim	TS	H	14,1	0
32		Kuttenkeuler Aral Petit Bistro	An der Bundesstr. 258 53534 Barweiler	TS	H	14,82	65
33		Lühmann Classic	An der Bundesstr. 53534 Barweiler	TS	S	14,82	0

Tabelle 1: **Relevante Einzelhandelsgebote im erweiterten Einzugsbereich des Vorhabenstandorts**
(Quelle: on geo GmbH - geoport September 2026)

In der summarischen Auswertung ergibt sich in der Zone 1 (10 Pkw-Fahrminuten) eine Verkaufsfläche von 4.342 m², in der Zone 2 (15 Pkw-Fahrminuten) von 15.714 m² und in der Zone 3 (20 Pkw-Fahrminuten) von 18.878 m².

Im unmittelbaren Umfeld des Vorhabenstandortes (Nr. 1) sind im Bereich der Kölner Straße folgende Anbieter vorhanden:

1		Netto Marken-Discount	Kölner Str. 37 54576 Hillesheim
2		Doetsch ED Quick-Shop	Kölner Str. 40 54576 Hillesheim
3		RWZ Rhein-Main Raiffeisen Tankstelle	Raiffeisenstr. 2 54576 Hillesheim
4		Lidl -	Kölner Str. 44 54576 Hillesheim
5		Hundertmark Rewe XL Hundertmark	Kölner Str. 57 54576 Hillesheim
6		Norma -	Wallstr. 19 54576 Hillesheim



Tabelle 2: **Anbieter im näheren Umfeld des Vorhabenstandorts**
(Quelle: on geo GmbH - geoport September 2026 mit eigener Darstellung)

Während der NETTO-Markt (Nr. 1) derzeit lediglich über rund 620 m² Verkaufsfläche (VK) verfügt, haben die übrigen Anbieter (Nr. 2 bis 6) zusammen mehr als 3.500 m² VK.

Der ED-Tankstellenshop liegt direkt gegenüber dem Vorhabenstandort an der Kölner Straße. Typischerweise werden Einkäufe in solchen kleinen Verkausstellen aber im Zusammenhang mit dem Tankvorgang getätigt, weswegen die Betroffenheit des Shops zwar betrachtet wird, jedoch in der Realität kaum eine Rolle spielen dürfte. Die Raiffeisentankstelle verfügt über keinen Shop und wird daher nachfolgend nicht weiter untersucht.

5. Umsatz- und Nachfrageanalyse

5.1 Einwohner und Kaufkraft im Einzugsbereich

Die wesentlichen statistischen Daten für den betrachteten erweiterten Einzugsbereich von maximal 20 Pkw-Fahrtminuten sind nachfolgend wiedergegeben. Die Vergleichsdaten (Indexdaten) beziehen sich auf die gesamte Bundesrepublik Deutschland (Quelle: on geo GmbH – geoport, September 2026).

Im erweiterten Einzugsbereich von 20 Pkw-Fahrminuten leben insgesamt knapp 30.000 Menschen. Im 10 Minuten-Radius sind es knapp 7.000. Der tatsächliche Einzugsbereich dürfte bis maximal 10.000 Einwohner*innen umfassen (vgl. vor).

	Zeit, KFZ, 10 min	Zeit, KFZ, 20 min	Gemeinde
Bevölkerung gesamt	6.909	29.097	3.165
Fläche (km²)	77,84	430,39	20,53
Bevölkerungsdichte (EW/km²)	88,75	67,61	154,18
Ausländeranteil in %	6,33	7,98	7,27
Ausländeranteil Absolut	437	2.322	230

Tabelle 3: Bevölkerungszahlen im Einzugsbereich des Vorhabenstandortes
(Quelle: on geo GmbH - geoport September 2026)

Die einzelhandlsrelevante Kauftraft beträgt im 20 Minuten-Radius fast 180 Millionen €. Im Umkreis von 10 Pkw-Fahrminuten sind es knapp 42 Millionen €.

	Zeit, KFZ, 10 min	Zeit, KFZ, 20 min	Gemeinde
Absolute private Kaufkraft (in Mio. €)	184,49	768,09	87,85
Durchschnittliche private Kaufkraft pro Einwohner (in €)	26.242	26.334	27.756
Index - private Kaufkraft*	92	93	98
EH-relevante Kaufkraft (in Mio. €)	41,68	178,26	19,7
Durchschnittliche EH-relevante Kaufkraft pro Einwohner (in €)	5.947	6.153	6.223
Index EH-relevante Kaufkraft*	86	89	90

Tabelle 4: Kaufkraft im Einzugsbereich des Vorhabenstandortes
(Quelle: on geo GmbH - geoport September 2026)

Die Kaufkraftbindung im Einzelhandel innerhalb des Einzugsbereichs liegt bei 54 % (10 Pkw-Fahrminuten) bzw. 53 % (20 Pkw-Fahrminuten). Für die Stadt selbst beträgt sie hingegen 175 %.

	Zeit, KFZ, 10 min	Zeit, KFZ, 20 min	Gemeinde
Einzelhandelsumsatz pro Jahr (Mio. €)	39,46	136,23	34,49
Einzelhandelsumsatz pro Einwohner und Jahr (in €)	3.268	3.320	10.896
Index Einzelhandelsumsatz*	58	59	193
Kaufkraftbindung im Einzelhandel*	54	53	175
Bonitätsindex*	74	75	88

Tabelle 5: **Kaufkraftbindung im Einzugsbereich des Vorhabenstandortes**
(Quelle: on geo GmbH - geoport 2026)

5.2 Analyse der Wettbewerbssituation

Allgemeines

Die Analyse der Wettbewerbssituation ergibt sich im Wesentlichen aus dem vorgenannten Zahlenwerk. Es wurde im Zuge einer Ortsbegehung im September 2026 überprüft.

Der Vorhabenstandort befindet sich an der Kölner Straße (Hausnr. 37). Nördlich (auf dem Luftbild links) schließt eine stark begrünte Brachfläche an. Auf der gegenüberliegenden Seite der Straße ist die ED-Tankstelle vorhanden.



Abbildung 7: **Luftbild des Vorhabenstandortes** (Quelle: ISU GmbH)

Etwas weiter nördlich liegen der LIDL-Discountmarkt mit einer Verkaufsfläche (VK) von rund 800 m² sowie der REWE-XL-Markt mit ca. 2.300 m² VK. In geringfügig größerer Entfernung befindet sich mit NORMA ein weiterer Discountmarkt mit knapp 400 m² VK.

NETTO, LIDL und REWE-XL sowie die ED Tankstelle liegen im Nahversorgungszentrum „Kölner Straße“. Der NORMA-Markt befindet sich innerhalb des Zentralen Versorgungsbereichs „Innenstadt“.



Abbildung 8: Luftbild mit Blick vom Vorhabenstandort Richtung Norden zum LIDL-Markt (Quelle: ISU GmbH)

Die Abgrenzung des tatsächlichen Untersuchungsgebietes erfolgt unter Berücksichtigung der Zeit-Wege-Distanzen (Pkw-Fahrminuten), wie unter Punkt 4.1 beschrieben.

Hieraus ergibt sich die Lage der Hauptwettbewerber zum Vorhabenstandort.

Relevante Wettbewerber

Im Rahmen der Bewertung der Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum sind grundsätzlich all diejenigen Betriebe relevant, die eine Sortimentsüberschneidung mit dem Vorhaben besitzen. Der vorhandene NETTO-Discountmarkt wird auch nach seiner Verkaufsflächenerweiterung als Lebensmitteldiscountmarkt grundsätzlich mit allen Anbietern konkurrieren, die entsprechende Sortimentsüberschneidungen aufweisen.

Vorliegend betrachtet wird hauptsächlich die Wettbewerbssituation im nahversorgungsrelevanten Kernsortiment „Nahrungs- und Genussmittel“ (NuG). „Gesundheits- und Körperpflege“ (GuK) sowie Waren aus anderen Sprtimentsgruppen, die z.B. als Aktionsartikel nur zu bestimmten Zeiten angeboten

werden oder Waren, die nur einen sehr geringen Teil des Sortimentes ausmachen (z.B. Blumen) bleiben außer Betracht, da sie nur einen geringen Teil der Verkaufsfläche einnehmen. Im Wesentlichen wird die Konkurrenzsituation damit durch die vorhandenen Lebensmittelmärkte (Vollsortimenter und Discounter) sowie ggf. vorhandene kleinteilige Angebote (z.B. Lebensmittelhandwerker und Getränkehändler, Obst- und Gemüsehändler) geprägt, wobei letztere jedoch nur in sehr geringem Umfang von der Erweiterung des NETTO-Marktes betroffen sein dürften.

Aus städtebaulicher Sicht ist vor allen Dingen das Angebot in den zentralen Versorgungsbereichen (ZVB) – insbesondere im ZVB „Innenstadt“ in der Stadt Hillesheim selbst, sowie im den Zentralen Versorgungsbereichen im Mittelzentrum Gerolstein von Bedeutung. Die Mittelzentren Prüm und Daun sowie Adenau liegen außerhalb des 20 minütigen Radius und sind daher von Ansiedlungen oder Erweiterungen (hier um bis zu 580 m² VK) nicht betroffen. Gleiches gilt bis auf Jünkerath für die Ortskerne der Grundzentren in der Umgebung (z.B. Kelberg).

Das Untersuchungsgebiet ist in der nachfolgenden Abbildung (rechts) abgegrenzt. Es umfasst neben der Stadt Hillesheim auch das Mittelzenztrum Gerolstein sowie das Grundzentrum Jünkerath, so dass auch mögloiche negative Auswirkungen auf die dortigen Zentralen Versordungsbereiche getroffen werden können. Der LIDL-Markt in Kelberg sowie der REWE-Markt in Stadtkyll liegen bereits außerhalb des eigentlichen Untersuchungsgebiets und wurden nur der Vollständigkeit halber erfasst.

Alle relevanten Wettbewerber im Untersuchungsgebiet wurden differenziert nach Standort, Verkaufsfläche und Sortimentsschwerpunkt erhoben. Sie sind nachfolgend in der Übersicht dargestellt.

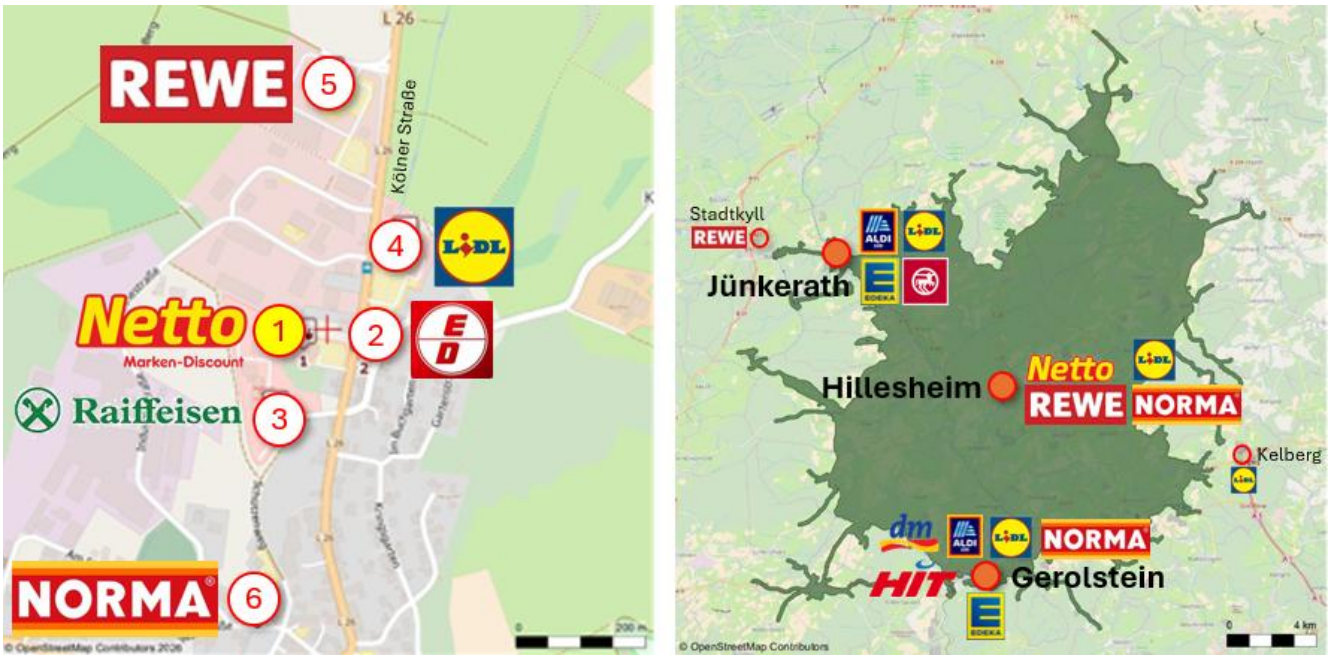
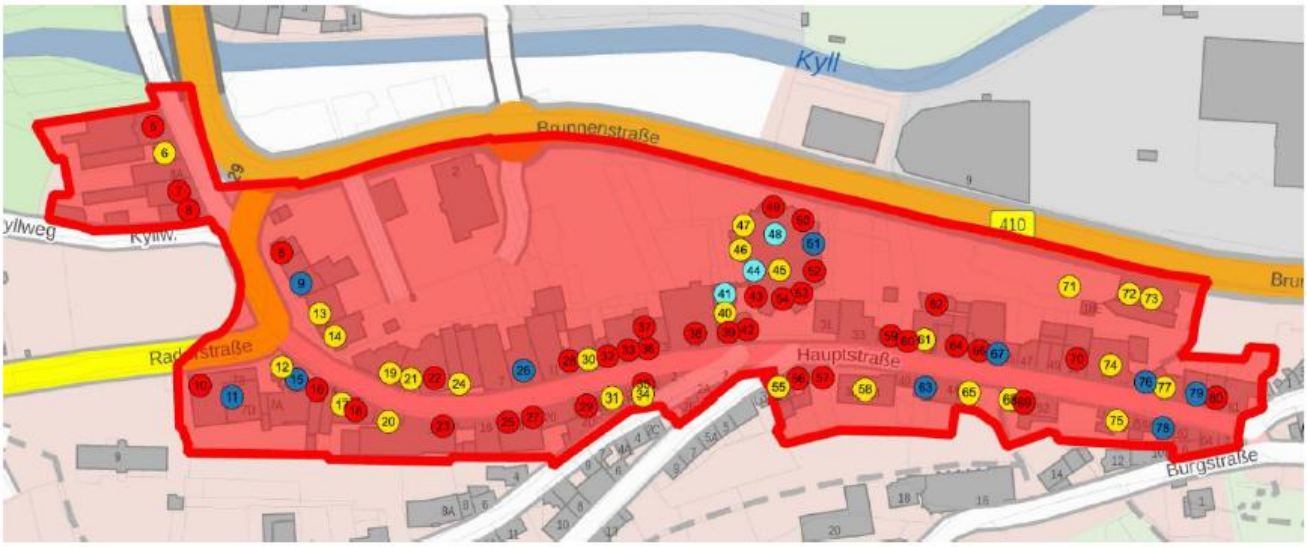


Abbildung 9: Konkurrenzstandorte im näheren Umfeld des Vorhabenstandortes sowie in der erweiterten Umgebung
(Quelle: Google Maps (links) sowie geoport (recht), jeweils mit eigener Darstellung, ohne Maßstab)

5.3 Einzelhandels- und Zentrenkonzepte der umliegenden zentralen Orte

Im betrachteten Einzugsbereich befindet sich das Mittelzentrum Gerolstein, die über ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept verfügt, das aufgrund aktueller Entwicklungen im Jahr 2023 aktualisiert und fortgeschrieben wurde. Es unterscheidet den ZVB „Innenstadt“ sowie den ein geschränkten ZVB „Sarresdorfer Straße“.



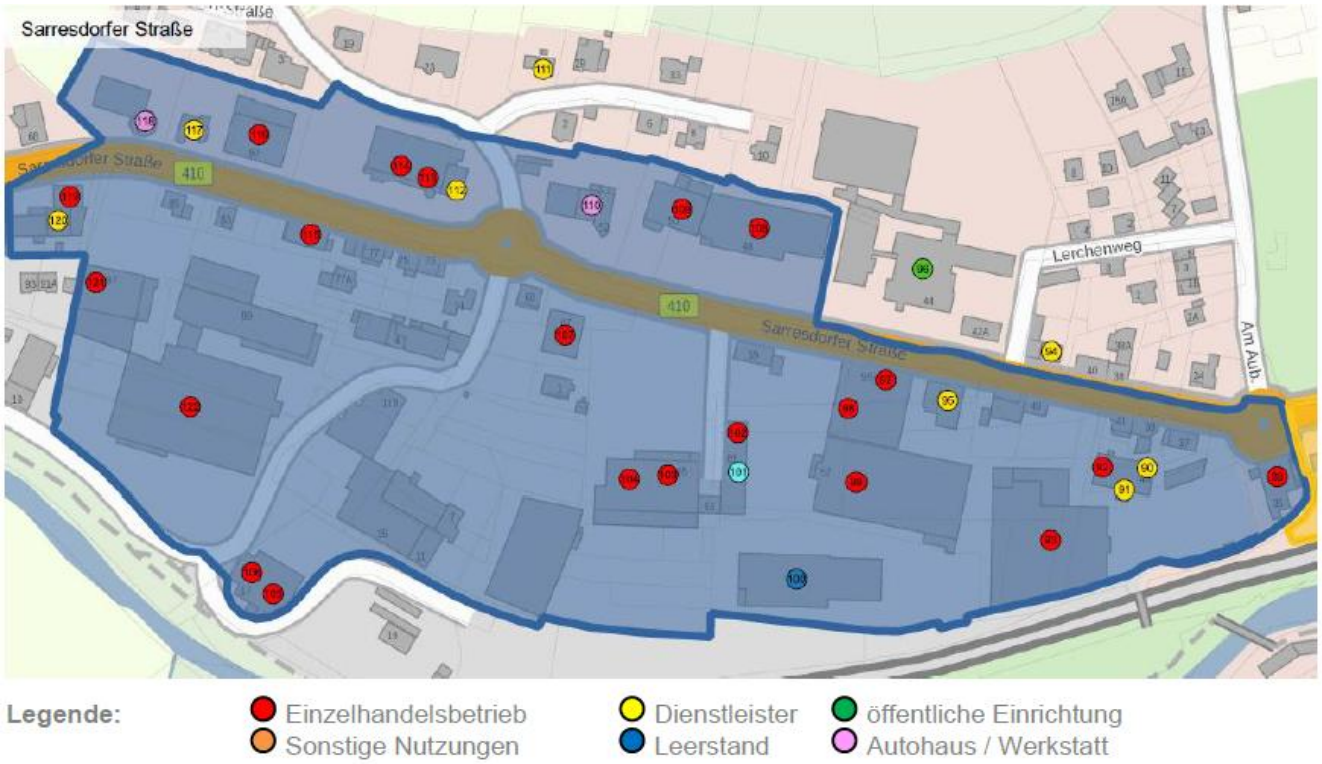


Abbildung 10: Auszug aus dem EZK der Stadt Gerolstein, oben Teilbereich „Innenstadt“ und unten Teilbereich „Sarresdorfer Straße“ (Quelle: VGV Gerolstein))

Das in Tabelle 1, Seite 17 aufgeführte Vorhaben Nr. 10 liegt innerhalb des Zentralen Versorgungsbereichs (ZVB) „Innenstadt“, die Nrn. 12 bis 18 befinden sich ausnahmslos im ZVB „Sarresdorfer Straße“. Sie haben eine Gesamtverkaufsfläche von zusammen von mehr als 6.600 m².

Die in Jünkerath und Stadtkyll gelegenen Märkte (Tabelle 1, Nrn. 19, 20, 23 bis 28, und 30) befinden sich zwar nicht innerhalb eines in einem Einzelhandels- und Zentrenkonzept ausgewiesenen ZVB, jedoch innerhalb städtebauulich integrierter Lagen, so dass für sie ebenfalls ein Schutzstatus angenommen wird. Allerdings dürfte das Grundzentrum Jünkerath aufgrund seiner Entfernung und den

traditionellen Einkaufsbeziehungen von der Erweiterung des NETTO-Marktes kaum beeinflusst werden.

Jünkerath liegt in einer Entfernung von etwas mehr als 15 Pkw-Fahrminuten vom Vorhabenstandort entfernt. Der Einzelhandel konzentriert sich hier im faktischen zentralen Versorgungsbereich „Auf dem Werth“. Dort sind folgende Einzelhandelsbetriebe aus den untersuchten Warensortimenten NuG und GuK vorhanden:

- EDEKA-Lebensmitteldiscountmarkt, Auf dem Werth, ca. 1.360 m² Verkaufsfläche
- Aldi Süd-Lebensmitteldiscountmarkt, Auf dem Werth, ca. 1.000 m² Verkaufsfläche
- Lidl-Lebensmitteldiscountmarkt, Auf dem Werth, ca. 800 m² Verkaufsfläche
- Zudem eingeschränk: Rossmann-Drogeriemarkt, Auf dem Werth, ca. 450 m² Verkaufsfläche.

Damit verfügt Jünkerath über eine sehr gute eigene Ausstattung, die von den Kunden aus der Umgebung genutzt wird. Es bestehen keine ausgeprägten traditionellen Einkaufsbeziehungen in Richtung Hillesheim. Damit haben die Angebote in Jünkerath, ebenso wie die in noch weiter entfernt liegenden Orten wie Stadtkyll vorhandenen Märkte als mögliche Konkurrenten nur eine untergeordnete Bedeutung. Dies wird bei den nachfolgenden Berechnungen durch eine entsprechend geringere Gewichtung berücksichtigt.

5.4 Einwohner- und Nachfragepotenzial

Im Folgenden wird das theoretische Nachfragepotential im tatsächlichen Einzugsbereich mit dem aktuell erzielten Einzelhandelsumsatz verglichen, um Rückschlüsse auf die Marktstärke, die Kaufkraftbindung und mögliche Abfluss- und Zuflusswirkungen ziehen zu können.

Der engere Einzugsbereich mit einer Pkw-Fahrtzeit von bis zu 10 Pkw-Fahrminuten um den Vorhabenstandort umfasst knapp 7.000 Einwohnerinnen und Einwohner. Die private Kaufkraft beträgt hier nahezu 185 Millionen €, die einzelhandelsrelevante Kaufkraft etwa 42 Millionen €, was einem Durchschnittswert von rund € 5.900 pro Kopf entspricht.

Daraus ergibt sich eine Kaufkraftbindung im Einzelhandel von 54 % im 10 Minuten-Radius. In Hillesheim selbst liegt die Kaufkraftbindung hingegen bei 175 %.

Erfahrungsgemäß macht der Anteil der Warengruppe „Nahrungs- und Genussmittel“ mit rund 38 % bis 40 % den mit Abstand größten Block der gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Deutschland aus. Somit ist davon auszugehen, dass im hier betrachteten engeren Einzugsbereich etwa 17 Millionen € an Kaufkraft im Warensortiment NuG zur Verfügung stehen.

Die bundesdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben für den gesamten Einzelhandel i. e. S. betragen zwischen 6.500 und 7.000 € pro Jahr. Für die vorliegende Untersuchung relevant ist hiervon jedoch nur ein durchschnittlicher Pro-Kopf-Betrag von rund 2.500 € pro Jahr für Nahrungs- und Genussmittel.

Maßgeblich geprägt ist der vorgenannte Sortimentsbereich in der unmittelbaren Umgebung des Vorhabenstandortes insbesondere durch die Lebensmittelmärkte REWE-XL, LIDL, und NORMA. Die Kaufkraftbindung in der Warengruppe „Nahrungs- und Genussmittel“ ist im Nahbereich (Stadtgebiet Hillesheim) sehr hoch.

Die hier nicht näher betrachtete Warengruppe „Gesundheits- und Körperpflege“ weist im Vergleich eine mit nur rund 20 % deutlich niedrigere Kaufkraftbindung auf, was auf das Fehlen eines eigenständigen

Marktes (z.B. dm oder Rossmann) im Stadtgebiet zurückzuführen ist. Die nächsten Drogeriefachmärkte finden sich erst in Gerolstein (dm) und Rossmann (Jünkerath).

5.5 Schlussfolgerungen

Im Falle der geplanten Erweiterung des vorhandenen NETTO-Lebensmitteldiscountmarktes wird sich das relevante Wettbewerbsumfeld im Wesentlichen in Hillesheim selbst verändern. Hievon sind die größeren Nahversorgungsanbieter innerhalb des Stadtgebietes am stärksten betroffen.

Aufgrund des ausgeprägten Angebotsschwerpunktes „Nahrungs- und Genussmittel“ des NETTO-Marktes und der zunehmenden räumlichen Entfernungen zu den Wettbewerbern außerhalb des Stadtgebietes und der damit einhergehenden höheren Pkw-Fahrzeiten sind nur geringe Wettbewerbsbeziehungen zu den weiter entfernten Umlandkommunen anzunehmen. Betroffen sein könnte allenfalls das Mittelzentrum Gerolstein, wenn auch nur in deutlich geringerem Umfang als das Stadtgebiet von Hillesheim selbst.

6. Wirkungsanalyse und Verträglichkeitsprüfung

6.1 Grundlagen für die Berechnung der Umsatzumlenkung

Vorliegend relevant sind, wie bereits zuvor erläutert, lediglich die Sortimente „Nahrungs- und Genussmittel“ (NuG) und in untergeordnetem Umfang „Gesundheits- und Körperpflege“ (GuK). Andere Sortimente (z.B. Bekleidung, Haushaltwaren, Elektrogeräte, …) werden in Discountmärkten meist nur als Aktionsware für einen begrenzten Zeitraum oder als kleinflächiges Randsortiment angeboten.

Insofern kann sich die vorliegende Untersuchung im Wesentlichen auf das Warensortiment NuG beschränken. Unschärfen, die sich z.B. dadurch ergeben, dass größere Vollsortimenter z.B. zusätzlich, wenn auch meist nur in begrenzten Umfang, Randsortimente führen oder Tankstellen z.B. teils auch Autozubehör bzw. -Ersatzteile, Schmierstoffe u.Ä. anbieten, wird durch einen Multiplikationsfaktor für die „Systemgleichheit“ (oder -ungleichheit) berücksichtigt. Die beiden Drogeriemärkte (dm in Gerolstein und Rossmann in Jünkerath) fließen zwar in die Berechnungen ein, jedoch werden hier aufgrund der Sortimentsstruktur nur sehr geringe Faktoren bezüglich des Anteils an Nahrungs- und Genussmitteln sowie der „Systemgleichheit“ angesetzt. Gleiches gilt für die Getränkemärkte in der Umgebung.

6.2 Nachfragevolumen

Das Nachfragevolumen ergibt sich aus der Multiplikation der Einwohnerzahl im Einzugsgebiet mit den branchenspezifischen Pro-Kopf-Ausgaben, gewichtet mit der standortbezogenen Kaufkraftkennziffer.

Vorliegend wurden bei der Recherche zunächst die vorhandenen Betriebe innerhalb des engeren Einzugsbereichs von 10 Pkw-Fahrminuten mit knapp 7.000 Einwohnern mit ihrer Gesamt-Verkaufsfläche erfasst. Daraus wurde der Anteil der maßgeblichen Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (NuG) abgeleitet und mit einem rechnerischen Umsatz pro m² Verkaufsfläche multipliziert. Aus diesen Zahlen ergeben sich folgende Umsätze bei Nahrungs- und Genussmitteln, die die Grundlage für die nachfolgenden Berechnungen zur Umsatzumverteilung bilden.

Für die weiteren Berechnungen zur Umsatzumverteilung wird auch der Radius von 20 Pkw-Fahrminuten unberücksichtigt, allerdings nur mit einer deutlich geringeren Gewichtung, da sich ansonsten unrealistisch niedrige Umlenkungseffekte ergeben würden.[4]

Die Abschätzung der durch die Erweiterung des NETTO-Marktes auf bis zu 1.200 m² Verkaufsfläche zu erwartenden (Mehr-)Umsätze bildet die Voraussetzung für die Ermittlung der Umsatzumlenkungen und der damit verbundenen möglichen städtebaulichen Auswirkungen.

Die Kaufkraftkennziffer beträgt für die Stadt Hillesheim und ihren Nahbereich 97,1 % und liegt damit leicht unter dem Bundesdurchschnitt.[5] Die Kennziffer beschreibt das Verhältnis des verfügbaren Nettoeinkommens je Einwohner im Einzugsbereich im Verhältnis zum Gesamteinkommen in der Bundesrepublik Deutschland, das für die Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.

Alle relevanten Wettbewerber in der Umgebung werden nachfolgend im Einzelnen aufgelistet. Die vorhandenen Tankstellenshops bleiben jedoch aufgrund ihrer geringen Größe unberücksichtigt. Manche der erfassten Tankstellen haben gar keinen eigenständigen Verkaufsbereich.

[4] Je mehr Betriebe mit ihren Verkaufsflächen in die Berechnungen einfließen, desto größer ist die Masse, auf die sich die zu erwartenden Umsatzverluste verteilen. Dadurch verringert sich die rechnerische Umverteilungsquote in der Umgebung.

[5] Der deutschlandweite Durchschnitt wird mit 100,0 angegeben.

Umsätze
bis 10 Pkw-Fahrminuten

Nr	Betreiber	VK-Fläche (m²)	Anteil NuG Verkaufsfläche in m²	Umsatz pro m²	Umsatz NuG in €
1	NETTO Hillesheim, Kölner Str.	620	496,00	5.000,00	2.480.000,00
2	ED Tankstelle Hillesheim, Kölner Str.	60	42,00	5.000,00	210.000,00
3	RWZ Tankstelle Hillesheim, Raiffeisenstr.	0	0,00	3.000,00	0,00
4	LIDL Hillesheim. Kölner Str.	800	640,00	12.000,00	7.680.000,00
5	REWE-XL Hundertmark Hillesheim, Kölner Stra.	2.300	1.725,00	7.000,00	12.075.000,00
6	NORMA Hillesheim, Wallstr.	385	308,00	5.000,00	1.540.000,00
7	ED Tankstelle Walsdorf	80	56,00	5.000,00	280.000,00
8	Tankstelle Demary Birgel	0	0,00	3.000,00	0,00
9	Trinkkontor Üxheim	100	95,00	3.000,00	285.000,00
10	NORMA Gerolstein, Forum	1.300	1.040,00	5.000,00	5.200.000,00
11	ARAL Tankstelle Pelm	80	56,00	5.000,00	280.000,00
12	dm Dorgeriemarkt Gerolstein, Sarresdorfer Str.	800	120,00	10.000,00	1.200.000,00
13	LIDL Gerolstein, Sarresdorfer Str.	800	640,00	12.000,00	7.680.000,00
14	Gefromm Getränkemarkt Gerolstein, Sarresdorfer Str.	300	285,00	3.000,00	855.000,00
15	ED Tankstelle Gerolstein, Sarresdorfer Str.	100	70,00	5.000,00	350.000,00
16	HIT Gerolstein, Sarresdorfer Str.	2.300	1.725,00	6.500,00	11.212.500,00
17	EDEKA Südwest Gerolstein, Sarresdorfer Str.	1.800	1.350,00	6.000,00	8.100.000,00
18	ALDI Süd Gerolstein, Sarresdorfer Str.	800	640,00	12.000,00	7.680.000,00

Tabelle 6: **Umsätze in der Sortimentsgruppe NuG im Einzugsbereich des Vorhabenstandortes**
(Quelle: Eigene Berechnungen auf der Grundlage on geo GmbH - geoport 2026)

Für den Umkreis von 20 Pkw-Fahrminuten ergeben sich folgende Zahlen:

Umsätze
bis 20 Pkw-Fahrminuten

Nr	Betreiber	VK-Fläche (m²)	Anteil NuG Verkaufsfläche in m²	Umsatz pro m²	Umsatz NuG in €
19	Lentz Getränkemarkt Jünkerath, Kölner Str.	170	161,50	3.000,00	484.500,00
20	DK Tankstelle Jünkerath, Kölner Str.	35	24,50	3.000,00	73.500,00
21	Cames SB-Markt Nohn Hauptstraße	100	80,00	5.000,00	400.000,00
22	bft Tankstelle Nohn, Adenauer Straße	20	14,00	3.000,00	42.000,00
23	LIDL Jünkerath, Auf dem Werth	900	720,00	12.000,00	8.640.000,00
24	ALDI Süd Jünkerath, Auf dem Werth	600	480,00	12.000,00	5.760.000,00
25	Rossmann Jünkerath, Auf dem Werth	450	67,50	10.000,00	675.000,00
26	EDEKA Südwest Jünkerath, Auf dem Werth	1.360	1.088,00	6.500,00	7.072.000,00
27	bft Tankstelle Stadtkyll	20	14,00	3.000,00	42.000,00
28	REWE West Stadtkyll, Im Hahnborn	1.800	1.440,00	6.500,00	9.360.000,00
29	LIDL Kelberg	900	720,00	12.000,00	8.640.000,00
30	ARAL Tankstelle Stadtkyll	100	70,00	5.000,00	350.000,00
31	RWZ Tankstelle Blankenheim	0	0,00	3.000,00	0,00
32	ARAL Tankstelle Barweiler	65	45,50	5.000,00	227.500,00
33	Lühmann Tankstelle Barweiler	0	0,00	3.000,00	0,00

Tabelle 7: **Umsätze in der Sortimentsgruppe NuG im erweiterten des Vorhabenstandortes**
(Quelle: Eigene Berechnungen auf der Grundlage on geo GmbH - geoport 2026)

6.3 Umsatzerwartung des erweiterten Vorhabenstandortes

Der vorhandene NETTO-Markt weist nach Angaben des Betreibers nur einen unterdurchschnittlichen Umsatz pro m² VK aus. Er wurde in den Berechnungen mit € 5.000/m² angenommen. Gleichzeitig mit der Verkaufsflächenerweiterung soll der Markt insgesamt modernisiert werden, weshalb künftig möglicherweise ein höherer Umsatz erzielt werden kann. Er wird mit € 6.500/m² VK für die gesamte Verkaufsfläche (und nicht nur für die Erweiterung) angesetzt, was einer Zunahme des Flächenumsatzes von 30 % und einer ungefähren Verdoppelung des Gesamtumsatzes entspricht.

Unter Berücksichtigung der bestehenden Wettbewerbsstrukturen in der Stadt Hillesheim und im weiteren Umland wird die zu erwartende Umsatzleistung ermittelt. Die Umsatzerwartung des Planvorhabens nach seiner Erweiterung hängt maßgeblich von der Gesamtattraktivität des Standortes ab und kann nur grob geschätzt werden. Im Sinne einer „worst-case-Betrachtung“ wird jedoch angenommen, dass sich der Umsatz bei einer Verkaufsflächenvergrößerung um bis zu 580 m² und einer grundlegenden Modernisierung des Marktes und seines Umfelds nahezu verdoppeln könnte.

6.4 Umsatzumverteilung durch die Erweiterung des Vorhabenstandortes

Als Grundlage für die Berechnung möglicher Umsatzumverteilungen hat der Wissenschaftler David L. Huff in den Jahren 1962/63 das sogenannte „Huff'sche Gravitationsmodell" entwickelt. Dieses hat sich seitdem als Modell der Standortplanung und Marktgebietsanalyse etabliert. Das Modell dient dazu, die Wahrscheinlichkeit zu berechnen, mit der Konsumenten aus bestimmten (Wohn-)Gebieten einen Einzelhandelsstandort (z.B. ein einzelnes Geschäft oder auch ein Einkaufszentrum) aufsuchen, um dort ihre Einkäufe zu tätigen. Daraus lassen sich dann potenzielle Einzugsgebiete ableiten und Umsatzpotenziale berechnen.

Das Grundprinzip des Modells beschreibt die „Anziehungskraft", also die Attraktivität eines Standortes. Sie ist bestimmt durch das Angebot an einem bestimmten Einzelhandelsstandort und nimmt mit zunehmender Entfernung oder Reisezeit eines Standortes zum Kunden nahezu proportional ab.

Das Modell berücksichtigt die Konkurrenzstandorte in der Umgebung (hier z.B. bis 10 oder zu 20 Pkw-Fahrminuten), wobei ein Kunde einen solchen Standort bevorzugt, der für ihn den „höchsten Nutzen", basierend auf Attraktivität und Distanz im Vergleich zu allen anderen Alternativen bietet.

Vereinfacht gesagt spielt dabei die „Systemgleichheit" einzelner Anbieter eine entscheidende Rolle, denn der Kunde bevorzugt i.d.R. solche Standorte, die ein vergleichbares oder gar besseres Angebot aufweisen als der neu anzusiedelnde oder im vorliegenden Fall zu erweiternde Betrieb. Je weniger die vorhandenen Angebote also dem am neuen Standort gleichen, desto geringer ist die Wahrscheinlichkeit, dass der Kunde diese aufsucht. Demnach ist die Betroffenheit eines Anbieters in der Umgebung eines neuen Vorhabenstandortes umso größer, je vergleichbarer sein Angebot ist und je näher er zum Vorhabenstandort liegt.

In der Praxis spielen bei der Berechnung auch noch weitere Faktoren eine Rolle, insbesondere die Attraktivität eines Standortes, die durch dessen Rahmenbedingungen, wie z.B. durch die Verkehrsanbindung, die Anzahl der vorhandenen Stellplätze, das Vorhandensein zusätzlicher, spezialisierter Einzelhandelsangebote in der Umgebung usw., bestimmt wird. So werden i.d.R. Standorte, an denen nicht nur ein Markt (z.B. Vollsortimenter oder Discounter) vorhanden ist, sondern auch weitere Angebote zu finden sind (z.B. zusätzlicher Drogeriemarkt, Bäckerei, Fachgeschäfte) vom Kunden bevorzugt. Das ist auch der Grund dafür, warum bestimmte Märkte (z.B. Vollsortimenter und Discounter oder auch Lebensmittel-Discounter und Drogeriemarkt) häufig an einem Standort zu finden sind, obwohl sich ihre Sortimente teilweise überschneiden.

Die Attraktivität eines bestimmten Marktes wird zudem über seine Verkaufsfläche und die damit verbundene Breite und Tiefe seines Angebotes, die Produktpreise und das Image des Standortes definiert.

Die Entfernung wird im Rahmen des Modells nicht linear (also z.B. mit Kilometer-Kreisen) sondern nach Fahrminuten (mit dem Pkw) berechnet. Zu berücksichtigen ist dabei, dass Menschen eher bereit sind, weite Strecken für seltene Einkäufe (z.B. Möbel) zurückzulegen als für den täglichen Lebensmittelbedarf.

Zur Beurteilung der städtebaulichen und wettbewerblichen Verträglichkeit der geplanten Erweiterung eines bereits vorhandenen Discounters am Standort Hillesheim wurde eine rechnerische Umsatzverlagerungsanalyse durchgeführt. Ziel der Berechnung ist es, die umsatzseitigen Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Einzelhandelsbetriebe im relevanten Einzugsbereich systematisch und nachvollziehbar zu quantifizieren.

Ausgangspunkt der Berechnung ist der zu erwartender Umsatz des geplanten Vorhabens nach seiner Erweiterung. Dieser ergibt sich aus der vorgesehenen Verkaufsfläche von bis zu 1.200 m² und einer durch die Modernisierung erhöhten Flächenproduktivität von 6.500 €/m², woraus sich ein Jahresumsatz von rund 7,5 bis 7,8 Millionen € ergibt. Abzuziehen ist der Umsatz, den der NETTO-Markt bereits heute generiert. Dieser Wert wird auf ca. 3,75 Millionen € geschätzt, womit als „worst-case-Betrachtung“ eine Umsatzverdoppelung zugrunde gelegt wird.

Da das zur Verfügung stehende Einkommen sich nicht erhöhen lässt, wird der Einzelhandelsumsatz durch die geplante Verkaufsflächenerweiterung lediglich verlagert, also durch Umlenkung bestehender Nachfrage generiert.

Der Untersuchungsraum wurde zur realitätsnahen Abbildung des Einkaufsverhaltens nach Pkw-Fahrzeiten (in Minuten) gegliedert (vgl. weiter vorne). Unterschieden werden drei Zonen:

- ein Nahbereich mit bis 10 Minuten Fahrzeit,
- ein erweiterter Bereich von 10 bis 15 Minuten Fahrtzeit sowie
- ein Randbereich von 15 bis 20 Minuten.

Weiter entfernt gelegene Standorte (z.B. die Mittelzentren Daun oder Prüm) wurden bei den Berechnungen außer Acht gelassen, da die Attraktivität eines potenziellen Konkurrenzstandortes mit zunehmender Entfernung deutlich abnimmt. Hier sind allenfalls sehr geringe Umverteilungseffekte spürbar, die sich jedoch in Bezug auf die geplante Verkaufsflächenvergrößerung wenn überhaupt nur äußerst schwach auswirken dürften.

Mit zunehmender Entfernung nimmt die Bedeutung eines Standorts für die Kaufentscheidung erfahrungsgemäß ab, was in der weiteren Berechnung berücksichtigt wird. Für die Berechnung der tatsächlichen Verteilung des Umsatzverlustes auf die Betriebe wird das zusätzliche Umsatzvolumen von 3,75 Millionen € jährlich zunächst anteilig auf die o.g. Radien in Pkw-Fahrminuten aufgeteilt. Um eine möglichst ungünstige Situation abzubilden, bei der die Umsatzverluste in der näheren Umgebung des Vorhabenstandortes gemäß dem zuvor beschriebenen Verteilungsmodell deutlich stärker ausfallen als in weiter entfernt gelegenen Orten, wird entsprechend der Bedeutung der einzelnen Entfernungszonen folgendes angenommen:

- 2/3 des Umsatzverlustes entfallen auf den Nahbereich bis 10 Fahrminuten und 1/3 auf den erweiterten Bereich von bis zu 20 Minuten.

Innerhalb dieser Zonen wurden alle relevanten Bestandsbetriebe erfasst, die aufgrund ihres Sortiments und ihrer Marktstellung in einem Wettbewerbsverhältnis zum NETTO-Markt stehen. Für jeden Betrieb wurden Verkaufsfläche und Jahresumsatz als maßgebliche Strukturkennziffern herangezogen (vgl. vor). Diese bilden die Grundlage für die Gewichtung der potenziellen Betroffenheit.

Ein zentrales Element der Berechnung ist der sogenannte Gleichwertigkeitsfaktor. Dieser beschreibt, in welchem Maße ein bestehender Betrieb hinsichtlich Sortimentstiefe, Angebotsbreite und Einkaufsfunktion mit dem vorhandenen NETTO-Markt nach dessen Erweiterung vergleichbar ist. Andere Discounter weisen hierbei die höchste Gleichwertigkeit auf, da sie das gleiche Marktsegment bedienen. Vollsortimenter, wie zum Beispiel REWE, EDEKA, HIT usw., verfügen über eine größere Sortimentstiefe und werden daher mit einem geringeren Faktor berücksichtigt, während Drogeriemärkte aufgrund ihres spezialisierten Sortiments nur eine untergeordnete Gleichwertigkeit aufweisen. Zusätzlich wird der Gleichwertigkeitsfaktor mit zunehmender Fahrzeit abgestuft, da die funktionale Austauschbarkeit mit wachsender Entfernung abnimmt.

Zur Abbildung der räumlichen Marktstärke eines Betriebs wird ergänzend ein Flächenfaktor gebildet. Dieser setzt die Verkaufsfläche des jeweiligen Betriebs ins Verhältnis zur gesamten Verkaufsfläche aller Betriebe innerhalb der jeweiligen Fahrzeitzone. Der Flächenfaktor verdeutlicht damit den relativen Flächenanteil eines Betriebs am lokalen Angebotsvolumen und dient als Maß für seine potenzielle Marktpräsenz.

Darüber hinaus wird das Umsatzgewicht berechnet, das die ökonomische Bedeutung eines Betriebs innerhalb des Untersuchungsraums widerspiegelt. Das Umsatzgewicht ergibt sich aus dem Verhältnis des Einzelumsatzes eines Betriebs zum Gesamtumsatz aller erfassten Betriebe innerhalb der jeweiligen Zone. Auf diese Weise wird berücksichtigt, dass umsatzstarke Betriebe tendenziell stärker von Umsatzverlagerungen betroffen sind als kleinere, spezialisierte Anbieter.

Aus der multiplikativen Verknüpfung von Gleichwertigkeitsfaktor, Flächenfaktor und Umsatzgewicht ergibt sich für jeden Betrieb ein sogenanntes Gesamtgewicht. Dieses Gesamtgewicht stellt eine zusammenfassende Kennziffer dar, die sowohl die funktionale Vergleichbarkeit als auch die räumliche sowie wirtschaftliche Bedeutung eines Betriebs berücksichtigt und damit seine relative Betroffenheit im Wettbewerbsgefüge abbildet.

Zur Berechnung des Umsatzvolumens wird zunächst die Summe aller Gesamtgewichte innerhalb der jeweiligen Fahrzeitzone ermittelt. Der Anteil eines einzelnen Betriebs am Umsatzverlust ergibt sich aus dem Verhältnis seines Gesamtgewichtes zur Summe aller Gesamtgewichte innerhalb der Zone. Dieser prozentuale Anteil wird anschließend auf das für die Fahrzeitzone anteilig festgelegte Umsatzverlagerungsvolumen (hier 3,75 Millionen €) angewendet, wodurch sich der absolute Umsatzverlust in Euro für jeden Betrieb ergibt.

Beispiel:

Der in unmittelbarer Nähe des Vorhabenstandortes gelegene LIDL-Markt, der nahezu systemgleich mit dem NETTO-Markt ist wird bei den Berechnungen zu Umsatzumverteilung mit einem Gesamtfaktor 3,3 höher gewichtet als z.B. der REWA-XL-Markt, der zwar auch in geringer Entfernung zu finden ist, dessen Warenangebot jedoch deutlich größer ist. Er geht mit einem Gesamtgewicht von nur 1,5 ein.

Der LIDL-Markt in Gerolstein ist deutlich weiter entfernt. Der Faktor beträgt hier nur noch 1,8. Das gilt auch für die dortigen ALDI-Filiale. EDEKA und HIT werden hier nur noch mit einem Faktor von 0,9 gewichtet.

Zur abschließenden Bewertung wird der ermittelte Umsatzverlust ins Verhältnis zum jeweiligen Jahresumsatz des Betriebs gesetzt. Der so berechnete gewichtete Umsatzverlust in Prozent stellt eine zentrale Kennziffer dar, da er die relative wirtschaftliche Belastung eines Betriebs durch die Erweiterung des vorhandenen NETTO-Marktes widerspiegelt. Auf dieser Grundlage kann beurteilt werden, ob die zu erwartenden Umsatzrückgänge eine Größenordnung erreichen, die als städtebaulich relevant einzustufen ist.

6.5 Ergebnis der Berechnung

Im Rahmen der Verträglichkeitsanalyse wird untersucht, wie sich die Realisierung des Vorhabens in Hillesheim auf die bestehenden Einzelhandelsbetriebe im Einzugsbereich auswirken könnte. Grundlage hierfür ist die Analyse der heutigen Versorgungssituation (vgl. vor). Ziel ist es, die erwarteten Umsatzverschiebungen auf die bestehenden Lebensmittel- und Nahversorgungsstandorte zu quantifizieren und mögliche Veränderungseffekte zu identifizieren. Die Ergebnisse liefern damit eine wesentliche Entscheidungsgrundlage für die Beurteilung der städtebaulichen und wirtschaftlichen Verträglichkeit des Projekts.

Durch die Erweiterung des vorhandenen NETTO-Marktes in Hillesheim wird ein jährlicher Umsatz von rund 7,5 Millionen € generiert, was einer Umsatzerhöhung von 3,75 Millionen € entspricht. Davon

werden etwa 2/3 als umverteilungsrelevanter Umsatz aus bestehenden Einzelhandelsbetrieben in Hillesheim und dem Einzugsbereich von bis zu 10 Pkw-Fahrminuten abgeschöpft. Das entspricht etwa 2,5 Millionen €.

Die Umsatzverteilung betrifft vorrangig systemähnliche Betriebe wie Discounter und Vollsortimenter, da zwischen diesen Betriebstypen eine hohe Sortiments- und Nachfragesubstitution besteht. Die Auswirkungen wurden unter Berücksichtigung von Gleichwertigkeits-, Flächen- und Umsatzfaktoren differenziert gewichtet, um eine realistische Abbildung der wettbewerblichen Effekte zu gewährleisten, was zuvor ausführlich beschrieben wurde.

Mit zunehmender Entfernung vom Vorhabenstandort nimmt die Wettbewerbsintensität erwartungsgemäß ab.

Zusammengefasst ergeben sich folgende Umsatzverluste bei den Betrieben im Einzugsbereich von 10 Pkw-Fahrminuten:

Umsatzumverteilung bis 10 Pkw-Fahrminuten

Nr		Betreiber	VK-Fläche (m²)	Entfernung in km Luftlinie	Anteil NuG Verkaufsfläche in m²	Umsatz pro m²	Umsatz NuG in €	Anteil an der Gesamt VK NuG im Untersuchungsbereich	Verlust durch Neuansiedlung in €	gewichteter Gesamtverlust in %
1		NETTO Hillesheim, Kölner Str.	620		496,00	5.000,00	nach Erweuterung ca. 7.500.00	9,505%		
2		ED Tankstelle Hillesheim, Kölner Str.	60	0,,07	42,00	5.000,00	210.000,00	0,452%	11.304,91 €	4,04%
4		LIDL Hillesheim. Kölner Str.	800	0,17	640,00	12.000,00	7.680.000,00	6,891%	172.265,29 €	7,40%
5		REWE-XL Hundertmark Hillesheim, Kölner Stra.	2.300	0,37	1.725,00	7.000,00	12.075.000,00	18,572%	464.308,79 €	5,50%
6		NORMA Hillesheim, Wallstr.	385	0,45	308,00	5.000,00	1.540.000,00	3,316%	82.902,67 €	9,47%
9		Trinkkontor Üxheim	100	6,03	95,00	3.000,00	285.000,00	1,023%	25.570,63 €	2,69%
10		NORMA Gerolstein, Forum	1.300	7,08	1.040,00	5.000,00	5.200.000,00	11,197%	279.931,09 €	5,38%
12		dm Dorgeriemarkt Gerolstein, Sarresdorfer Str.	800	8,15	120,00	10.000,00	1.200.000,00	1,292%	32.299,74 €	0,43%
13		LIDL Gerolstein, Sarresdorfer Str.	800	8,26	640,00	12.000,00	7.680.000,00	6,891%	172.265,29 €	3,95%
14		Gefromm Getränkemarkt Gerolstein, Sarresdorfer Str.	300	8,27	285,00	3.000,00	855.000,00	3,068%	76.711,89 €	2,15%
16		HIT Gerolstein, Sarresdorfer Str.	2.300	8,36	1.725,00	6.500,00	11.212.500,00	18,572%	464.308,79 €	4,97%
17		EDEKA Südwest Gerolstein, Sarresdorfer Str.	1.800	8,36	1.350,00	6.000,00	8.100.000,00	14,535%	363.372,09 €	5,38%
18		ALDI Süd Gerolstein, Sarresdorfer Str.	800	8,38	640,00	12.000,00	7.680.000,00	6,891%	172.265,29 €	3,95%

Tabelle 8: **Zu erwartende Umsatzverluste im Einzugsbereich von 10 Pkw-Fahrminuten um den Vorhabenstandort**
(Quelle: eigene Berechnungen)

Die größten Verluste ergeben sich erwartungsgemäß für die Betriebe in der unmittelbaren Umgebung, nämlich die Betriebe LIDL und REWE-XL an der Kölner Straße, die jedoch deutlich unterhalb der 10%-Schwelle liegen. Lediglich der NORMA-Markt in der Wallstraße hat mit ungefähr 9,5 % einen höheren Umsatzverlust zu erwarten. Dies liegt an seiner geringen Größe und Attraktivität und zeigt, dass der Standort in der Wallstraße, auch wenn er im Zentralen Versorgungsbereich „Innenstadt“ liegt, suboptimal ist. Aus diesem Grund wurde auch bereits über eine Verlagerung nachgedacht, die aber noch nicht realisiert wurde. Die Verluste des gegenüber des Vorhabenstandortes liegenden ED-Tankstellenshops dürften eher theoretischer Natur sein, da hier insbesondere Kopplungskäufe im Zuge von Tankvorgängen getätigt werden. Eine wesentliche Verlagerung in Richtung des erweiterten NETTO-Marktes ist unwahrscheinlich. Die übrigen Tankstellen in der weiteren Umgebung wurden daher bei den Berechnungen ausgeblendet und können ähnlich wie sonstige Verluste unter dem Begriff „diffuse Umverteilungen“ subsummiert werden.

Eine Schwelle von 10 % Umsatzverlust wird häufig als Indiz für nachteilige betriebswirtschaftliche Auswirkungen herangezogenen. Der Wert ist damit als Beurteilungsgrundlage für mögliche schädliche Auswirkungen in betriebswirtschaftlicher Hinsicht anzusehen, allerdings ist er lediglich als Orientierungsrahmen und keinesfalls als eine Art Grenzwert einzustufen.

Auch wenn Einbußen für einen einzelnen Betrieb möglicherweise erheblich sein mögen, so haben sie aber keinen unmittelbaren Einfluss auf den Fortbestand oder die Gefährdung eines Zentralen Versorgungsbereiches. Dies trifft aufgrund der vielfältigen Angebotsstruktur auch auf den ZVB „Innenstadt“ in Hillesheim zu.

Die Rechtsprechung bestätigt im Übrigen durchgängig, dass § 34 Abs. 3 BauGB wegen der grundsätzlichen Wettbewerbsneutralität des Planungsrechts (vgl. bereits Beschluss vom 26. Februar 1997 - BVerwG 4 NB 5.97 - Buchholz 310 § 47 VwGO Nr. 117 m.w.N.) nur vor schädlichen städtebaulichen Auswirkungen schützt. Damit sollen Zentrale Versorgungsbereiche erhalten werden, weil ihnen eine herausragende Bedeutung für Bestand und Entwicklung von Städten und Gemeinden zukommt. Bezweckt wird dagegen nicht der Schutz der vorhandenen Einzelhandelsbetriebe um ihrer selbst willen; schon gar nicht geht es um die Verhinderung von Konkurrenz.[6] Insofern können auch Kaufkraftverluste von 10 % oder mehr nicht als Schwelle herangezogen werden, die in keinem Fall überschritten werden darf. Gefährdungen einzelner Vollsortimenter oder Discounter im Einzugsgebiet von 10 Pkw-Fahrminuten durch die neue Wettbewerbssituation, also die Erweiterung der Verkaufsfläche eines Wettbewerbers, sind aufgrund der Berechnungsergebnisse nicht zu erwarten.

Im Umkreis von 20 Pkw-Fahrminuten ergeben sich, wie zu erwarten war, keine nennenswerten Umsatzverluste. Die theoretischen Höchstwerte liegen alle unter 5 %.

Umsatzumverteilung
bis 20 Pkw-Fahrminuten

Nr	Betreiber	VK-Fläche (m²)	Entfernung in km Luftlinie	Anteil NuG Verkaufsfläche in m²	Umsatz pro m²	Umsatz NuG in €	Anteil an der Gesamt VK NuG im Untersuchungsbereich	Verlust durch Neuansiedlung in €	gewichteter Gesamtverlust in %
19	Lentz Getränkemarkt Jünkerath, Kölner Str.	170	8,62	161,50	3.000,00	484.500,00	3,28%	40.989,85 €	2,03%
21	Cames SB-Markt Nohn Hauptstraße	100	8,9	80,00	5.000,00	400.000,00	1,62%	20.304,57 €	0,00%
23	LIDL Jünkerath, Auf dem Werth	900	9,45	720,00	12.000,00	8.640.000,00	14,62%	182.741,12 €	3,26%
24	ALDI Süd Jünkerath, Auf dem Werth	600	9,52	480,00	12.000,00	5.760.000,00	9,75%	121.827,41 €	3,26%
25	Rossmann Jünkerath, Auf dem Werth	450	9,56	67,50	10.000,00	675.000,00	1,37%	17.131,98 €	0,36%
26	EDEKA Südwest Jünkerath, Auf dem Werth	1.360	9,58	1.088,00	6.500,00	7.072.000,00	22,09%	276.142,13 €	4,10%
28	REWE West Stadtkyll, Im Hahnborn	1.800	11,08	1.440,00	6.500,00	9.360.000,00	29,24%	365.482,23 €	3,51%
29	LIDL Kelberg	900	11,18	720,00	12.000,00	8.640.000,00	14,62%	182.741,12 €	2,56%

Tabelle 9: **Zu erwartende Umsatzverluste im Einzugsbereich von 20 Pkw-Fahrminuten um den Vorhabenstandort**
(Quelle: eigene Berechnungen)

Schädliche Auswirkungen auf die Zentralen Versorgungsbereiche – vorliegend den Nahversorgungsschwerpunkt „Kölner Straße“ oder den Zentralen Versorgungsbereich „Innenstadt“ in Hillesheim oder die Zentralen Versorgungsbereiche in Gerolstein sind ebenso ausgeschlossen, wie für die weiter entfernt liegenden zentralen Orte.

Das Vorhaben ist somit insgesamt als verträglich zu bewerten.

6 Vgl. hierzu im Einzelnen: Urteil des BVerwG vom 17.12.2009 - 4 C 1.08

Es ist daher festzustellen, dass die durch das Vorhaben ausgelöste Umsatzumverteilung insgesamt verträglich ist und keine schädlichen Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit bestehender zentraler Versorgungsbereiche oder Nahversorgungszentren zu erwarten sind. Die Wettbewerbseffekte bewegen sich im Rahmen einer marktüblichen Neuverteilung und sind städtebaulich unbedenklich.

Für das Vorhaben ist die Aufstellung eines Bebauungsplans notwendig, der den Vorhabenstandort als „Sondergebiet“ (SO) für „großflächigen Einzelhandel“ festsetzt. Details der zulässigen Nutzungen, Sortimente und Verkaufsflächen sind im Zuge des Bauleitplanverfahrens zu klären.

7. Zusammenfassung und abschließende Beurteilung

In der vorliegenden Verträglichkeitsuntersuchung zur Erweiterung der Verkaufsfläche eines bereits ansässigen Lebensmitteldiscountmarktes in der Stadt Hillesheim, geht es um die Untersuchung möglicher schädlicher Auswirkungen des Vorhabens im Sinne des § 34 Abs. 3 Baugesetzbuch (BauGB) bzw. § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) auf die Zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt sowie den umliegenden zentralen Orten.

Im Zuge des Planvorhabens soll der NETTO-Discountmarkt in der Kölner Straße, der momentan eine Verkaufsfläche von ca. 620 m² aufweist, perspektivisch auf bis zu 1.200 m² erweitert werden. Das Vorhaben umfasst eine Modernisierung und Erweiterung des Marktes, entweder durch Umbau oder (Teil-)Neubau.

Die Realisierung setzt die Änderung des Bebauungsplans „In der Kohhol“ der Stadt Hillesheim voraus. Hier soll künftig ein „Sondergebiet großflächiger Einzelhandel“ (SO) ausgewiesen werden. Die Erweiterung entspricht den Zielen des Landesentwicklungsprogramms Rheinland-Pfalz und dem Entwurf des Regionalen Raumordnungsplan der Region Trier, da sie innerhalb eines durch die Regionalplanung ausgewiesenen Grundzentrum Hillesheim erfolgt.

Der potenzielle Einzugsbereich liegt bei 10 bis 20 Minuten Pkw-Fahrzeit, und umfasst in etwa 10.000 Einwohner, hauptsächlich aus Hillesheim und umliegenden Gemeinden. Das Vorhaben liegt innerhalb des im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Hillesheim ausgewiesenen „Nahversorgungszentrum Kölner Straße“ und dient der wohnortnahen Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs. Der Änderungsentwurf des Bebauungsplans enthält entsprechende konkrete Festsetzungen.

Im Untersuchungsgebiet befinden sich zahlreiche vergleichbare Angebote, die vor allem durch Wettbewerber wie ALDI, EDEKA, LIDL, NORMA, REWE usw. in Form von Discountern und Vollsortimentern geprägt sind.

Der bestehende NETTO-Markt generiert derzeit einen Umsatz von ca. 3,75 Millionen€ pro Jahr. Dieser kann sich bei einer Erweiterung auf 1.200 m² nahezu verdoppeln. Die hierdurch entstehenden Verluste betreffen im Wesentlichen die bestehenden Betriebe in der Stadt Hillesheim selbst. Sie bleiben aber (meist sehr deutlich) unter 10 %. Dieser Wert wird häufig als eine Schwelle zur Beurteilung möglicher schädlicher Auswirkungen herangezogen, ist jedoch keinesfalls als „Grenzwert“ zu verstehen.

Die Berechnungen zeigen, dass durch das Erweiterungsvorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Stadt Hillesheim oder den umliegenden zentralen Orten zu erwarten sind und deren Funktionsfähigkeit nicht beeinträchtigt wird.

Das Planvorhaben wird daher insgesamt als verträglich bewertet.