



# AUSWIRKUNGSANALYSE ZUM ABRISS, NEUBAU UND ZUR ERWEITERUNG EINES ALDI-MARKTES IN VELLMAR

AUFTRAGGEBER: Aldi GmbH & Co. KG, Hann. Münden

PROJEKTLEITUNG: Monika Kollmar, Niederlassungsleiterin

PROJEKTBEARBEITUNG: Simone Kraft, M. Sc. Humangeogr.

Köln, den 22.12.2022

**GMA**  
Forschen. Beraten. Umsetzen.

## Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Im vorliegenden Dokument wird aus Gründen der besseren Lesbarkeit bei Personenbezeichnungen die männliche Schriftform verwendet. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

Foto Deckblatt: GMA



**Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH**  
**Ludwigsburg / Dresden / Hamburg / Köln / München**

Büro Köln  
Siegburger Straße 215  
50679 Köln

Geschäftsführer: Oliver Matzek, Birgitt Wachs

Tel 0221 989438-0 / Fax 0221 989438-19  
office.koeln@gma.biz / www.gma.biz

## Vorbemerkung

Im Dezember 2022 erteilte die Firma Aldi GmbH & Co. KG, Hann. Münden, der GMA (Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH), Büro Köln, den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse zur Bewertung eines großflächigen Einzelhandelsvorhabens an der Straße Zum Feldlager in der Stadt Vellmar. Hier ist der Abriss und Neubau inklusive einer Erweiterung der Verkaufsfläche eines Aldi Lebensmitteldiscounters geplant. Hierfür muss der Bebauungsplan geändert und ein Sondergebiet für großflächigen Einzelhandel mit der entsprechenden Verkaufsflächenbegrenzung ausgewiesen werden. Der Stadt Vellmar liegt bereits ein entsprechender Einleitungsbeschluss zur Änderung des Flächennutzungsplanes des Zweckverbandes Raum Kassel für das Sondergebiet „SO-Läden“ am Standort „Lange Wedler“ in Vellmar für Aldi mit 1.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche vor.

Mit der angestrebten Verkaufsfläche (VK) von ca. 1.300 m<sup>2</sup> für den Aldi Lebensmitteldiscounter liegt das Gesamtvorhaben über der allgemein anerkannten Grenze der Großflächigkeit von 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bzw. 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche. Entsprechend sind die städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen gemäß §11 Abs. 3 BauNVO i.V.m. den landesplanerischen Vorgaben in Hessen zu prüfen.

Für die Bearbeitung dieser Untersuchung standen der GMA Veröffentlichungen des Hessischen Statistischen Landesamtes, Branchenkenntzahlen des EHI und des Hahn-Verlages, Erhebungsdaten der GMA sowie Angaben der Stadt Vellmar und des Auftraggebers zur Verfügung. Zudem wurden im Dezember 2022 eine Standortbesichtigung und eine Erhebung der wettbewerbsrelevanten Einzelhandelsbetriebe im Untersuchungsraum vorgenommen.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für das anstehende Genehmigungsverfahren. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller Inhalte kann die GMA dennoch keine Gewähr übernehmen.

G M A  
Gesellschaft für Markt- und  
Absatzforschung mbH

Köln, den 22.12.2022  
KO/KTS/aw

Inhaltsverzeichnis	Seite
<b>I. Grundlagen</b>	<b>5</b>
1. Aufgabenstellung	5
2. Rechts- und Planungsrahmen	5
2.1 Landes- und Regionalplanung	6
2.2 Kommunalen Entwicklungsplan Zentren (KEP-Zentren)	7
3. Definition und ausgewählte Marktdaten	8
<b>II. Standortbeschreibung</b>	<b>12</b>
1. Makrostandort Vellmar	12
2. Mikrostandort Zum Feldlager	14
<b>III. Angebotssituation</b>	<b>19</b>
1. Wettbewerbssituation innerhalb des Einzugsgebietes	19
2. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes	21
<b>IV. Nachfragesituation</b>	<b>22</b>
1. Abgrenzung des Einzugsgebietes und Ermittlung des Bevölkerungspotenziales	22
2. Kaufkraft im Einzugsgebiet	23
<b>V. Auswirkungsanalyse</b>	<b>25</b>
1. Methodischer Ansatz	25
2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft	25
3. Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen	26
4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen des Vorhabens	28
5. Vereinbarkeit mit den Vorgaben der Landes- und Regionalplanung	29
6. Vereinbarkeit mit den Zielen des Kommunalen Entwicklungsplans Zentren (KEP-Zentren)	31
<b>VI. Zusammenfassung</b>	<b>33</b>
Verzeichnisse	35

## I. Grundlagen

### 1. Aufgabenstellung

Die Aldi GmbH & Co. KG, Hann. Münden, plant in Vellmar den Abriss und Neubau des Aldi-Marktes am Standort Zum Feldlager. Im Zuge dessen ist eine Erweiterung des Aldi-Marktes von derzeit ca. 980 m<sup>2</sup> auf 1.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche geplant. Für das Vorhaben am Standort Zum Feldlager ist ein Bebauungsplan mit Ausweisung eines Sondergebietes für großflächigen Einzelhandel vorgesehen. Hierfür liegt der Stadt Vellmar bereits ein entsprechender Einleitungsbeschluss zur Änderung des Flächennutzungsplanes des Zweckverbandes Raum Kassel für das Sondergebiet „SO-Läden“ am Standort „Lange Wedler“ in Vellmar vor. Die Gesamtverkaufsfläche soll in diesem Zuge auf 1.300 m<sup>2</sup> angehoben werden. Nach der geplanten Erweiterung auf 1.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche liegt der Aldi Lebensmitteldiscounter – wie bereits heute – über der allgemein anerkannten Grenze der Großflächigkeit von 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bzw. 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche. Dementsprechend sind die städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen des Vorhabens gemäß § 11 Abs. 3 Bau NVO zu untersuchen sowie die Vereinbarkeit des Vorhabens mit den Anforderungen der Raumordnung und Landesplanung (LEP Hessen 2021, Regionalplan Nordhessen) und des KEP-Zentren zu prüfen.

Im Einzelnen werden in dieser Analyse folgende Untersuchungsschritte bearbeitet:

- /// Darlegung des Rechts- und Planungsrahmens
- /// Darstellung des Planvorhabens
- /// Darstellung und Bewertung des Makrostandortes Vellmar und des Mikrostandorts zum Feldlager
- /// Darstellung der Wettbewerbssituation in Vellmar und der Nachbarstadt Kassel
- /// Abgrenzung des betrieblichen Einzugsgebietes des Vorhabens und Ermittlung der dortigen projektrelevanten Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale
- /// Berechnung der Umsatzerwartung des Vorhabens (anhand des Marktanteilkonzeptes)
- /// Darlegung der von dem Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen
- /// Untersuchung der zu erwartenden städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen des Vorhabens in Vellmar und in Kassel
- /// Prüfung der raumordnerischen Verträglichkeit des Vorhabens anhand der Kriterien des Landesentwicklungsplans Hessen, des Regionalplans Nordhessen und des KEP-Zentren
- /// Zusammenfassung und abschließende Bewertung.

### 2. Rechts- und Planungsrahmen

Als großflächig gelten Einzelhandelsbetriebe nach herrschender Rechtsprechung ab einer Geschossfläche von 1.200 m<sup>2</sup> bzw. ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche<sup>1</sup>. Gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO<sup>2</sup> und der dazu ergangenen Rechtsprechung ist für großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach

<sup>1</sup> Vgl. BVerwG 4 C 3.05 und 4 C 10.04 vom 24.11.2005.

<sup>2</sup> Baunutzungsverordnung von 1990; zuletzt geändert durch Art. 2 des Gesetzes vom 11.06.2013 / 1548.

ihrer Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können, in der Regel die Festsetzung eines Kern- oder Sondergebietes erforderlich. Die Beurteilung des vorliegenden großflächigen Einzelhandelsvorhabens unterliegt maßgeblich den folgenden Rechtsnormen:

- /// Landesentwicklungsplan Hessen (LEP) von 2021
- /// Regionalplan Nordhessen von 2009
- /// Kommunalen Entwicklungsplan Zentren (KEP-Zentren) von 2015.

## 2.1 Landes- und Regionalplanung

Gemäß Abschnitt 6 im LEP Hessen 2021 müssen großflächige Einzelhandelsvorhaben in Hessen folgende Ziele und Grundsätze einhalten:

### „6-1 (Z) Zentralitätsgebot:

- *Großflächige Einzelhandelsvorhaben sind nur in Ober- und Mittelzentren zulässig.*
- *Zur Grundversorgung sind großflächige Einzelhandelsvorhaben bis zu einer Verkaufsfläche von 2.000 m<sup>2</sup> auch in den zentralen Ortsteilen von Grundzentren zulässig. Die zentralen Ortsteile sind in den Regionalplänen festzulegen.*

### 6-2 (G) Kongruenzgebot:

*Großflächige Einzelhandelsvorhaben sollen sich nach Verkaufsfläche, Einzugsbereich und Sortimentsstruktur in das zentralörtliche System einfügen. Gegebenenfalls sollen interkommunale Vereinbarungen getroffen werden.*

### 6-3 (Z) Integrationsgebot:

- *Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO dürfen nur in den im Regionalplan festgelegten Vorranggebieten Siedlung an städtebaulich integrierten Standorten dargestellt bzw. festgesetzt werden. Ausnahmen sind möglich, soweit diese im unmittelbaren räumlichen Zusammenhang mit städtebaulich integrierten Standorten festgelegt werden (teilintegrierte Standorte). ...*
- *Bei großflächigen Einzelhandelsvorhaben, die weder in Vorranggebieten Siedlung an städtebaulich integrierten Standorten noch an teilintegrierten Standorten errichtet oder erweitert werden, sind die in der Begründung aufgeführten innenstadtrelevanten Randsortimente auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche, höchstens 800 m<sup>2</sup>, zu begrenzen.*
- *Bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben sind deren Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung sowie deren Umweltauswirkungen vertieft zu untersuchen.*

### 6-4 (Z) Beeinträchtungsverbot:

*Großflächige Einzelhandelsvorhaben dürfen nach ihrer Art, Lage und Größe die Funktionsfähigkeit städtebaulich integrierter Versorgungslagen der Standort- und Nachbarkommunen nicht beeinträchtigen.*

*6-6 (Z) Agglomerationen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe, deren Verkaufsfläche in der Summe die Großflächigkeit erreicht, sind raumordnerisch wie großflächiger Einzelhandel zu behandeln.*

*6-7 (G) Bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben soll eine Anbindung an den ÖPNV erfolgen.<sup>3</sup>*

Im LEP Hessen 2021 sind Nahrungs- und Genussmittel als innenstadtrelevante Sortimente für die Grundversorgung eingeordnet.

Die in Kapitel 3.1.3 des Regionalplanes Nordhessen von 2009 genannten Ziele und Grundsätze entsprechen weitgehend denen des LEP 2021. Das Kongruenzgebot ist – anders als im Regionalplan Nordhessen 2009 – im LEP Hessen 2021 nicht als Ziel sondern als Grundsatz formuliert.

## 2.2 Kommunalen Entwicklungsplan Zentren (KEP-Zentren)

Nicht zuletzt ist auch die Vereinbarkeit des Vorhabens mit dem Kommunalen Entwicklungsplan Zentren (KEP-Zentren) zu prüfen. Um eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung mittel- bis langfristig zu gewährleisten, wurde die Fortschreibung des KEP-Zentren 2015 von der Versammlungsversammlung beschlossen und ist somit für die Städte und Gemeinden des Zweckverbandes Raum Kassel (ZRK) verbindlich (§ 4 der Satzung des Zweckverbandes Raum Kassel). Basierend auf den Konzeptaussagen sollen zukünftige Einzelhandelsentwicklungen gezielt gesteuert und für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen verträglich gestaltet werden.

Der KEP-Zentren formuliert im Wesentlichen bindende Vorgaben für

- /// die Flächennutzungsplanung (Neuaufstellung und Änderung),
- /// die Festsetzungen von zentralen Versorgungsbereichen und
- /// die Festlegung von zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten,

welche im Rahmen der Bauleitplanung zu beachten sind. Im Gebiet des Zweckverbandes Raum Kassel werden

- /// drei A-Zentren (A1-Zentrum Kassel-City / Innenstadt, A2-Zentrum Kassel-Bad Wilhelmshöhe, A2-Zentrum Baunatal-Mitte),
- /// sechs B-Zentren (Kassel-Bettenhausen, Kassel-Friedrich-Ebert-Straße, Kassel-Südstadt, Kassel-Vorderer Westen, Kassel-Wehlheiden, Vellmar-Rathausplatz) sowie
- /// zwölf C-Zentren (u.a. Vellmar-Obervellmar)
- /// siebzehn Nahversorgungslagen (u.a. NVL Kassel-Jungfernkopf)

ausgewiesen. Des Weiteren stellen Nahversorgungslagen ein Grundelement der weiteren Einzelhandelsentwicklung dar. Diese besitzen aufgrund des vorhandenen Angebotes unterschiedlicher Nutzungen eine hohe Bedeutung für die wohnortnahe Versorgung und sind daher ebenfalls bei der Standortentwicklung zu berücksichtigen und nach Möglichkeit zu sichern. Außerdem befinden sich Anbieter des täglichen Bedarfs in weiteren siedlungsräumlich integrierten Lagen (iL). Dezentrale Ansiedlungen mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten an rein autokundenorientierten Lagen (aL) sollen hingegen verhindert bzw. begrenzt werden, da diese zu Kaufkraftabflüssen aus den zentralen Versorgungsbereichen führen und diese schwächen können.

<sup>3</sup> Quelle: Nr. 31 – Gesetz- und Verordnungsblatt für das Land Hessen – 3. September 2021: Fünfte Verordnung zur Änderung der Verordnung über den Landesentwicklungsplan Hessen 2000, S. 443 f.

Der KEP-Zentren hat sich als Bewertungsinstrument seit Anfang der 1980er Jahre als interkommunales Steuerungsinstrument zur Einzelhandelsentwicklung im Verbandsgebiet bewährt und wurde seitdem auf der Grundlage von Fachgutachten fünfmal fortgeschrieben.<sup>4</sup>

### 3. Definition und ausgewählte Marktdaten

Im Einzelhandel wird zwischen verschiedenen **Betriebstypen** unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die Differenzierung nach Betriebstypen wird dabei neben der Verkaufsfläche v. a. die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

Als **Verkaufsfläche** eines Handelsbetriebes wird in diesem Bericht die Fläche definiert, auf welcher der Verkauf abgewickelt wird und die dem Kunden zugänglich ist. Hierzu gehören zum einen die tatsächlich mit Waren belegten Flächen (= Nettoverkaufsfläche) im Inneren und im Außenbereich des Gebäudes, zum anderen die hierfür erforderlichen Verkehrs- und Funktionsflächen, also Gangflächen, Thekenbereiche, Kassenzone, Kassenvorzone (inkl. Bereiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Einkaufswagenzone, Leergutautomaten und Windfang.<sup>5</sup> Ausgenommen sind Läger, Sozialräume, Kunden-WC und Parkierungsflächen, soweit diese als solche genutzt werden.

Bezüglich der **Sortimente** ist zwischen dem Kernsortiment (bei Lebensmittelmärkten Nahrungs- und Genussmittel) und ergänzenden Randsortimenten (= „Nonfood“) zu unterscheiden. Nahrungs- und Genussmittel (= „Food“) umfassen Lebensmittel, also Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost und Trockensortiment, Getränke, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren sowie Tabakwaren. Als „Nonfood“ sind Waren definiert, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird zwischen Nonfood I (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung) und Nonfood II (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.) unterschieden<sup>6</sup>.

Die Definitionen für **Betriebstypen** liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Zur Einordnung und Charakteristik der in Deutschland vorhandenen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels werden die Betriebsformen nachfolgend kurz definiert:<sup>7</sup>

#### **Supermarkt:**

*Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel<sup>8</sup> führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.*

<sup>4</sup> Das Gutachten zur Fortschreibung des aktuellen KEP-Zentren hat die GMA im April 2015 vorgelegt; GMA, Gutachten zur Fortschreibung des Kommunalen Entwicklungsplans Zentren (KEP-Zentren), 2015.

<sup>5</sup> vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04, Rd. Nr. 26.

<sup>6</sup> Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2021, Seite 366.

<sup>7</sup> Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2021, Seite 364.

<sup>8</sup> Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

### **Großer Supermarkt:**

*Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel<sup>9</sup> führt.*

### **SB-Warenhaus:**

*Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m<sup>2</sup>, das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood-II-Angebot führt.*

### **Discounter:**

*Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m<sup>2</sup>, das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood-I-Sortimente sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II führt.*

### **LEH-Fachgeschäft:**

*Ein LEH-Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft, das auf eine Warengruppe spezialisiert ist und ein tiefes Sortiment führt. Dazu zählen u. a. Spezialitäten-Fachgeschäfte, Getränkeabholmärkte, Obst- und Gemüse-, Süßwarenläden sowie handwerklich orientierte Einzelhandelsgeschäfte wie Feinkostgeschäfte, Bäckereien und Fleischereien.*

### **Convenience Store:**

*Ein Convenience Store ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche unter 400 m<sup>2</sup>, das ein begrenztes Sortiment aus den Warenbereichen Tabakwaren, Süßwaren, Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte bietet. Ein Convenience Store zeichnet sich durch seine bequeme Erreichbarkeit und übliche Sonntagsöffnung aus. Zu den Convenience Stores gehören Kioske und Tankstellenshops.*

### **Kleines Lebensmittelgeschäft:**

*Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood-I-Sortiment anbietet.*

### **Cash & Carry:**

*Ein Cash & Carry-Betrieb ist ein Großhandelsbetrieb, der Einzelhändlern und gewerblichen Kunden ein breites Sortiment an Nahrungs- / Genussmitteln und Gebrauchsartikeln anbietet. Der Begriff Cash & Carry weist darauf hin, dass der Kunde die Ware sofort bezahlt und abtransportiert.*

Die Betriebstypen unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentsstruktur, was v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich wird. Während ein Supermarkt in der Größenordnung von 1.500 – 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zwischen 15.000 – 25.000 Artikel offeriert, ist bei Lebensmitteldiscountern heutzutage von ca. 2.500 bis 4.500 Artikeln im Stammsortiment auszugehen. Lebensmitteldiscounter heben sich im Vergleich zu Lebensmittelvollsortimentern insbesondere durch ein vergleichsweise schmales Sortiment mit einem hohen Anteil an Eigenmarken und durch eine konsequente Niedrigpreisstrategie ab. Als weitere Besonderheit sind wechselnde Randsortimente, sog. Aktionswaren, zu nennen, deren Artikel nicht kontinuierlich geführt werden. Bei Aktionswaren handelt es sich überwiegend, aber nicht ausschließlich, um Angebote außerhalb des Lebensmittelbereichs. Hier kommen ganz

<sup>9</sup> Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

unterschiedliche Artikel zum Verkauf, wobei ein gewisser Schwerpunkt bei Bekleidung, Haushaltswaren und Elektrowaren liegt. Letztlich ist die Artikelzusammensetzung jedoch äußerst heterogen.

Dem Lebensmitteleinzelhandel kommt eine besondere Bedeutung für die Versorgung der Bevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs zu. Die Dynamik in der Branche ist nach wie vor ungebrochen. So optimieren derzeit nahezu alle wesentlichen Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels ihre Standortnetze. Hiermit verbunden ist häufig auch eine Flächenausweitung der einzelnen Betriebe bzw. Standorte, da aufgrund der steigenden Anforderung an die Warenpräsentation, an die interne Logistik sowie des demographischen Wandels die Flächeninanspruchnahme zunimmt. Im Discountsegment werden für Neubauten und Modernisierungen mittlerweile Verkaufsflächen zwischen 800 – 1.500 m<sup>2</sup> seitens der Betreiber als marktgerecht angesehen.

Ebenso hat der Umsatz mit Nahrungs- und Genussmitteln sowie Waren der Gesundheit und Körperpflege, also den typischen nahversorgungsrelevanten Sortimenten, in den vergangenen Jahren eine Steigerung erfahren. 2020 wurde mit diesen Warenbereichen in Deutschland insgesamt ein Umsatz von 256,4 Mrd. € erzielt<sup>10</sup>. Den Anteil am Einzelhandelsumsatz insgesamt konnte der Lebensmitteleinzelhandel dabei in den vergangenen Jahren leicht steigern. Hierin kommt auch der zunehmende Wunsch der Kunden nach qualitativvolleren Lebensmitteln zum Ausdruck.

Ein weiterer Entwicklungstrend der Branche, der ebenfalls seit Jahren zu beobachten ist, ist die starke Konzentration im Lebensmitteleinzelhandel. So schrumpft nach wie vor die Anzahl der Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels. Bei den Discountern scheint der lang anhaltende Wachstumstrend gebrochen. Seit 2012 hat die Zahl der Discounter tendenziell abgenommen, während sich die Zahl der Supermärkte noch leicht erhöht hat.<sup>11</sup>

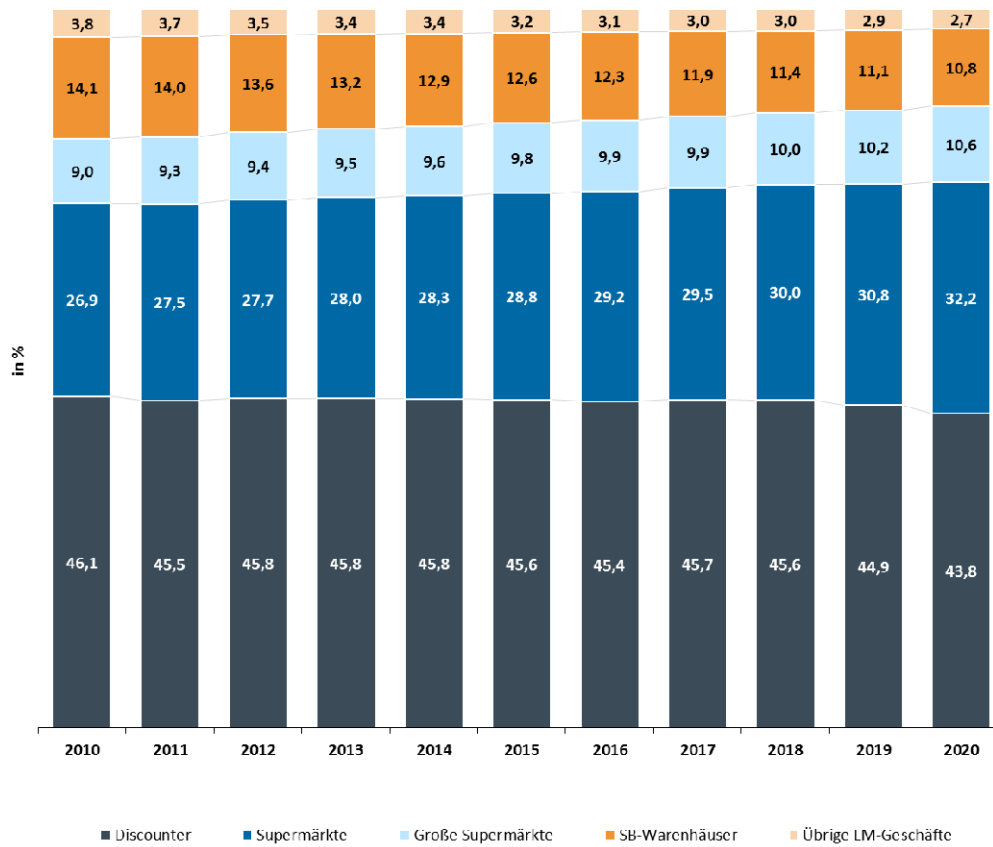
Gleichwohl konnte der Betriebstyp „Discounter“ in den vergangenen Jahren seine Marktposition am gesamten Lebensmitteleinzelhandel weiter behaupten (vgl. Abbildung 1).

---

<sup>10</sup> Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2021, Seite 61.

<sup>11</sup> Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2021, Seite 77.

Abbildung 1: Entwicklung der Umsatzanteile im Lebensmittelhandel



Quelle: EHI Retail Institute 2021

## II. Standortbeschreibung

### 1. Makrostandort Vellmar

Die nordhessische **Stadt Vellmar** liegt im Landkreis Kassel und übernimmt laut Regionalplan Nordhessen (2009) die zentralörtliche Funktion eines Mittelzentrums. Die gegenwärtig rd. **18.830 Einwohner**<sup>12</sup> zählende Stadt grenzt unmittelbar an die Grundzentren Fulda, Espenau, Calden und Ahnatal an. Das Oberzentrum Kassel ist direkt südlich von Vellmar gelegen. Zusammen mit weiteren Kommunen ist die Stadt Vellmar Mitglied im Zweckverband Raum Kassel (ZRK).

Das Stadtgebiet von Vellmar gliedert sich in **vier Stadtteile**: Frommershausen: rd. 2.630 Einwohner; Obervellmar: ca. 8.000 Einwohner; Niedervellmar: rd. 5.250 Einwohner; Vellmar-West: ca. 2.950 Einwohner<sup>13</sup>.

Im Zeitraum von 2016 – 2021 verzeichnete Vellmar eine recht konstante bzw. insgesamt leicht positive **Bevölkerungsentwicklung** (ca. +0,5 %) <sup>14</sup>. Nach Prognosen des Hessischen Statistischen Landesamtes wird die Bevölkerung von Vellmar bis zum Jahr 2025 um ca. 3,5 % zurückgehen<sup>15</sup>.

Als **Wirtschaftsstandort** bietet die Stadt Vellmar im Juni 2021 Arbeitsplätze für rd. 3.320 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte. Die wirtschaftliche Entwicklung verlief in den zurückliegenden Jahren positiv. Von 2016 bis 2021 stieg die Zahl der der Beschäftigten um ca. 16 %. Dabei weist die Stadt einen negativen Pendlersaldo von ca. -3.470 Pendlern auf, am 30.06.2021 standen ca. 5.960 Auspendler 2.490 Einpendlern gegenüber<sup>16</sup>.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** erfolgt in Nord-Süd-Richtung über die Bundesstraße 7 / 83 (Kassel – Vellmar – Warburg / Höxter). Diese stellt südlich des Kasseler Stadtgebiets eine Verbindung zur Bundesstraße 251 sowie zu den Bundesautobahnen 7 und 49 her. Im ÖPNV ist Vellmar durch drei Bahnhaltepunkte im Stadtgebiet (Bf. Vellmar-Obervellmar, Vellmar-Osterberg / EKZ, Vellmar-Niedervellmar) an das Schienennetz der Deutschen Bahn angebunden. Außerdem ist die Stadt durch die Bahnlinie 1 an das Straßenbahnnetz der Stadt Kassel angeschlossen. Ergänzend zur Straßenbahn sind weitere Buslinien um Stadtgebiet anzuführen.

Für die **Einzelhandelsstruktur** in Vellmar können gemäß KEP-Zentren 2015 verschiedene wesentliche Einzelhandelslagen festgehalten werden. Im Stadtzentrum ist das B-Zentrum Vellmar-Rathausplatz ausgewiesen. In diesem befinden sich neben einem tegut-Markt weitere Einzelhandelsbetriebe (z.B. Drogeriemarkt Rossmann), gastronomische Betriebe und die Stadtverwaltung Vellmar. Des Weiteren ist nach dem KEP-Zentren 2015 das C-Zentrum Vellmar-Obervellmar im Stadtteil Obervellmar zu verorten. Hier ist unter anderem eine Filiale des Anbieters Edeka angesiedelt. Darüber hinaus liegen im Stadtgebiet die Nahversorgungslage (NVL) Niedervellmar, das Einkaufszentrum Lange Wender (u.a. E Center Herkules) sowie ergänzende Solitärstandorte von Fachgeschäften und Fachmärkten.

<sup>12</sup> Quelle: Stadt Vellmar, Stand 30.11.2022, Hauptwohnsitze.

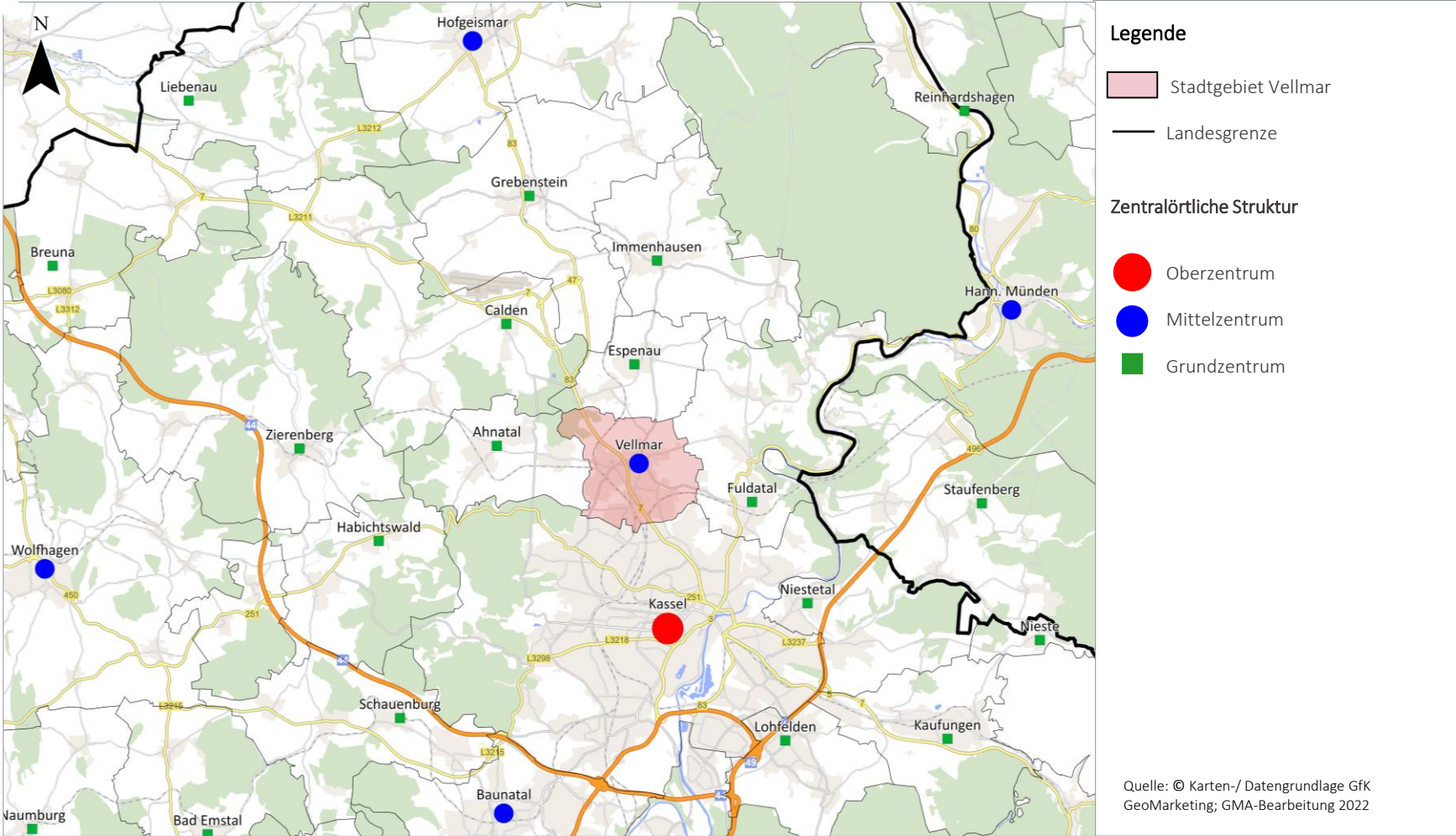
<sup>13</sup> Quelle: Stadt Vellmar, Stand 30.11.2022, Hauptwohnsitze.

<sup>14</sup> Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Stand 31.12.2016.

<sup>15</sup> Quelle: Hessen Agentur GmbH; Datenblatt für Vellmar; Basis der Berechnungen bildet der Einwohnerbestand zum 31.12.2021.

<sup>16</sup> Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand 30.06.2016 sowie 30.06.2021.

Karte 1: Lage von Vellmar und zentralörtliche Struktur in der Region



## 2. Mikrostandort Zum Feldlager

Der **Standort** des zu erweiternden Aldi Lebensmitteldiscountmarktes befindet sich in Scharnierlage zwischen den Stadtteilen Obervellmar, Niedervellmar und Vellmar-West südlich des Stadtzentrums. Bei dem Standort handelt es sich um eine überwiegend autokundenorientierte Gewerbegebietslage. Der Aldi-Markt in der Straße zum Feldlager liegt in einem regionalplanerisch ausgewiesenen „Vorranggebiet Industrie u. Gewerbe Bestand“. Im bisherigen Flächennutzungsplan des Zweckverbandes Raum Kassel ist der Bereich bereits als SO Läden dargestellt. Dies soll auch künftig beibehalten werden, wobei ein Einleitungsbeschluss zur Änderung des Flächennutzungsplanes für den Standort „Lange Wedler“ in Vellmar vorliegt, nach dem die Gesamtverkaufsfläche auf 1.300 m<sup>2</sup> angehoben werden darf.

Das **direkte Standortumfeld** wird überwiegend durch gewerbliche Nutzungen geprägt. Im Norden befindet sich eine ATU Werkstatt sowie ein weiterer gewerblicher Betrieb. An diesen schließen weiter nördlich die Filialen der Anbieter dm-Drogeriemarkt und Herkules Getränkemarkt sowie das E Center Herkules an. Westlich des Aldi-Marktes liegen das Gelände der Firma PBS GmbH und der Baustoffmarkt Haubenthal. Diese werden im Westen durch die Bahntrasse begrenzt. Im Süden, jenseits der Straße zum Feldlager, befinden sich Gebäude des TÜV Hessen und die DRK Rettungswache, an die westlich und östlich jeweils landwirtschaftliche Nutzflächen angrenzen. Östlich wird der Erweiterungsstandort durch die Bundesstraße B 7 / B 83 eingegrenzt. Im **näheren Standortumfeld** sind außerdem Wohngebiete zu verorten. Diese liegen ca. 200 – 300 m südwestlich des Standorts im Stadtteil Vellmar-West und ca. 200 m östlich im Stadtteil Niedervellmar (vgl. Karte 3). Außerdem entsteht ein neues Wohnquartier am Standort „Alte Ziegelei“ ca. 300 m südöstlich des Erweiterungsstandorts mit perspektivisch rd. 340 Wohneinheiten<sup>17</sup>.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Standortes für den motorisierten Individualverkehr erfolgt über die Straße Zum Feldlager. Diese stellt 100 m östlich bzw. 200 m nördlich (über die Straße Lange Wender) eine Verbindung zur Bundesstraße B 7 / B 83 her. Letztere stellt eine wichtige innerörtliche Verkehrsachse und Ein- bzw. Ausfallstraße dar. Die Straße Zum Feldlager führt zudem direkt in die südwestlich gelegenen Wohngebiete des Stadtteils Vellmar-West. Für den ruhenden Pkw-Verkehr steht eine ausreichend dimensionierte Stellplatzanlage vor dem Marktgebäude zur Verfügung.

Die **Straßenbahn- und Bushaltestelle** Dörnbergerstraße befindet sich in ca. 150 m Entfernung jenseits der B 7 / 83 und bindet den Standort an den ÖPNV an. Die Straßenbahnhaltestelle der Kasseler Straßenbahnlinie 4 wird die ganze Woche über in regelmäßigen Abständen (4-mal stündlich) angefahren. Die Bushaltestelle wird von zwei innerstädtischen Linien (Linien 11 und 43) bedient, die eine ÖPNV-Verbindung zu den restlichen Stadtteilen von Vellmar herstellen. Weitere Bushaltestellen befinden sich ca. 300 m nördlich (Linie 48, Herkules Einkaufszentrum, Vellmar) bzw. ca. 300 m südwestlich (Linie 43, Hessenring) vom Erweiterungsstandort entfernt und bieten eine Alternative zur Haltestelle Dörnbergerstraße. Ca. 500 m nordwestlich ist darüber hinaus die Bahnhaltestelle Vellmar-Obervellmar / EKZ gelegen.

Der Standort ist aus den **umliegenden Wohnquartieren** (im Osten, Südosten und Südwesten) fußläufig und mit dem Fahrrad gut zu erreichen. Hierfür stehen beidseitige straßenbegleitende Gehwege zur Verfügung. Zur Überquerung der Straßen Zum Feldlager und Lange Wender gibt

<sup>17</sup> Quelle: JH Immobilien, Bauatelier 24, Quartiersentwicklung Alte Ziegelei, Stand 2020.

es Ampeln und Verkehrsinseln. Aus diesem Grund kann der zu erweiternde Aldi-Markt auch eine fußläufige Nahversorgungsfunktion übernehmen. Für die umliegenden Stadtteile können in einer fußläufigen Entfernung von rd. 10 Minuten ca. 1.400 Einwohner und ca. 3.180 Einwohner in einem 700 m-Radius<sup>18</sup> ermittelt werden (vgl. Karte 2). Allerdings wird die Fußwegeverbindung durch trennende Elemente (Verkehrsachsen: Bahn, Bundesstraße; hohe Verkehrsbelastung; Höhengefälle) etwas gehemmt. Durch die Entwicklung des Wohnquartiers auf dem Areal der Alten Ziegelei wird sich die Einwohnerzahl im fußläufigen Umfeld des Aldi-Marktes künftig noch erhöhen.

Der Projektstandort ist von der Bundesstraße Holländische Straße aus nicht optimal einsehbar, da diese topographisch abgesenkt am Standort vorbei führt und eine Brücke zusätzlich die Sicht versperrt. Von der Straße Zum Feldlager aus ist eine **Sichtbarkeit** der Aldi-Filiale aus beiden Fahrtrichtungen gewährleistet.

Die standortspezifischen Eigenschaften haben einen wesentlichen Einfluss auf die Ausstrahlung, die Marktdurchdringung und die damit korrespondierende Umsatzerwartung des Planobjektes:

- /// über die Straßen Zum Feldlager und Lange Wender Anschluss an die Bundesstraße B 7 / 83 (Holländische Straße), die eine wichtige Verkehrsachse im Stadtgebiet sowie Ein- und Ausfallstraße darstellt, damit sehr gute Pkw-Erreichbarkeit
- /// fußläufige Erreichbarkeit aus den südwestlichen und östlichen Wohngebieten, allerdings Hemmung der Fußwegeverbindung durch die Bundesstraße und die Bahntrasse, das hohe Verkehrsaufkommen und das Höhengefälle zwischen den Wohngebieten und dem Aldi-Markt
- /// gute Erreichbarkeit mit dem Fahrrad aus den südwestlich und östlich gelegenen Wohngebieten
- /// sehr gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV (Straßenbahn, Bus), regelmäßige Taktung
- /// Lage in einem regionalplanerisch ausgewiesenen „Vorranggebiet Industrie u. Gewerbe Bestand“

Zusammenfassend lässt sich hervorheben, dass das Standortumfeld weitgehend durch gewerbliche Nutzungen sowie weitere Einzelhandelsbetriebe (u.a. E Center Herkules) geprägt ist. Der Standort ist aus den südwestlichen und östlichen Wohngebieten durch beidseitige straßenbegleitende Gehwege erreichbar und somit für einen Teil der Vellmarer Bevölkerung fußläufig, innerhalb von 10 Minuten erreichbar. Allerdings wird die Fußwegeverbindung unter anderem durch die Barrierewirkung der Bundesstraße (im Osten) und der Bahntrasse (im Westen) etwas gehemmt. Im direkten Standortumfeld besteht außerdem Anschluss an den ÖPNV in Form eines Straßenbahn- und Busanschlusses. Für den Aldi-Markt besteht keine räumlich-funktionale Anbindung an die Ortsmitte oder sonstige integrierte Einzelhandelslagen. Er befindet sich an einem langjährigen etablierten, autokundenorientierten Standort innerhalb der Vellmarer Einzelhandelsstruktur.

<sup>18</sup> Ermittlung der Einwohnerzahlen auf Blockebene mit WIGeoGIS (GfK-Daten, Stand 2021), GMA-Berechnung 2022.

**Karte 2: 10 Minuten fußläufiges Einzugsgebiet und 700 Meter Radius um Aldi**

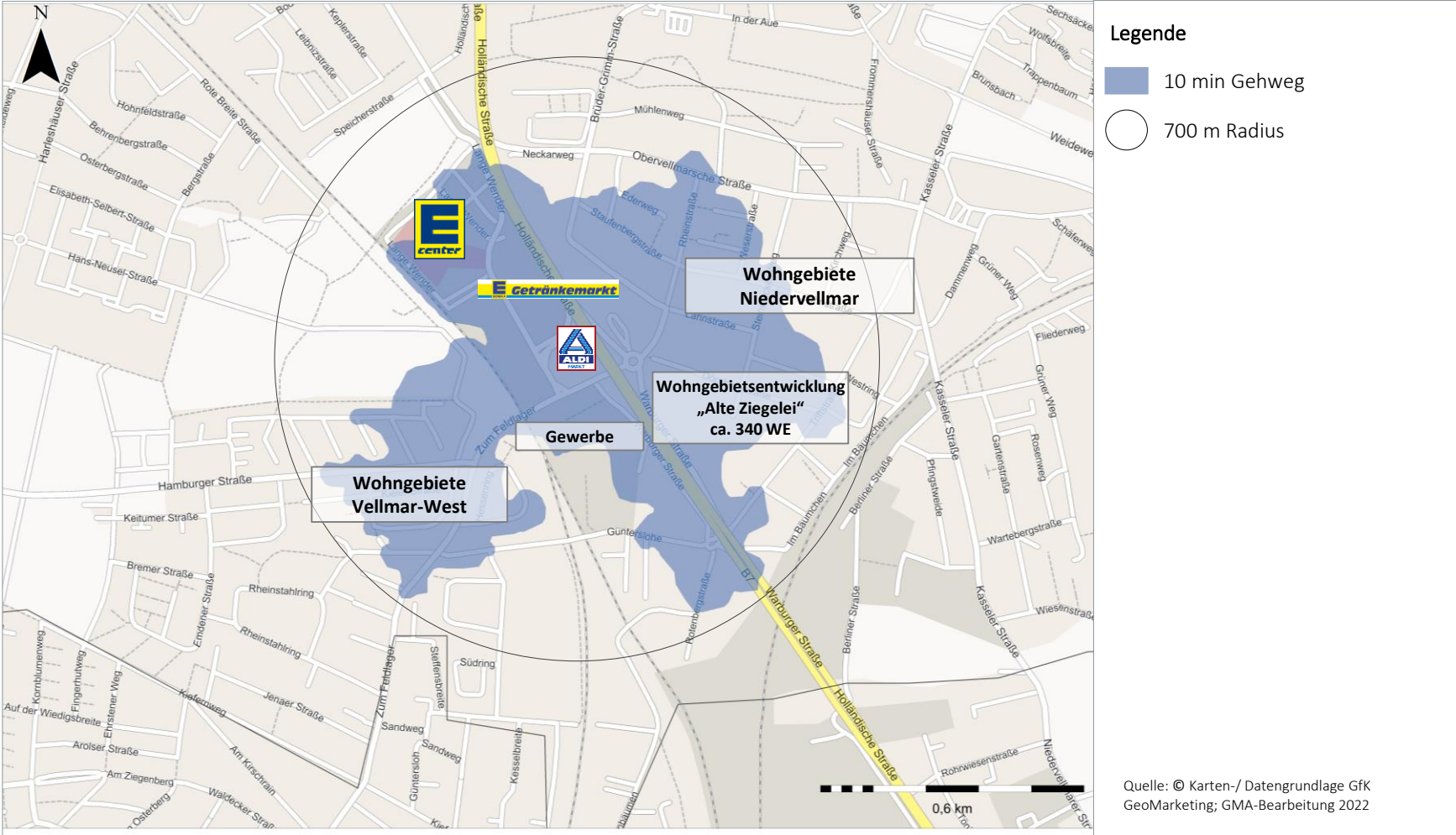


Foto 1: Aldi-Markt



Foto 2: Hauptzufahrt zum Projektstandort, Straße Zum Feldlager, Blick Richtung Westen



Foto 3: Straßenbahn- und Bushaltestelle Dörnbergerstraße (ÖPNV-Anschluss)

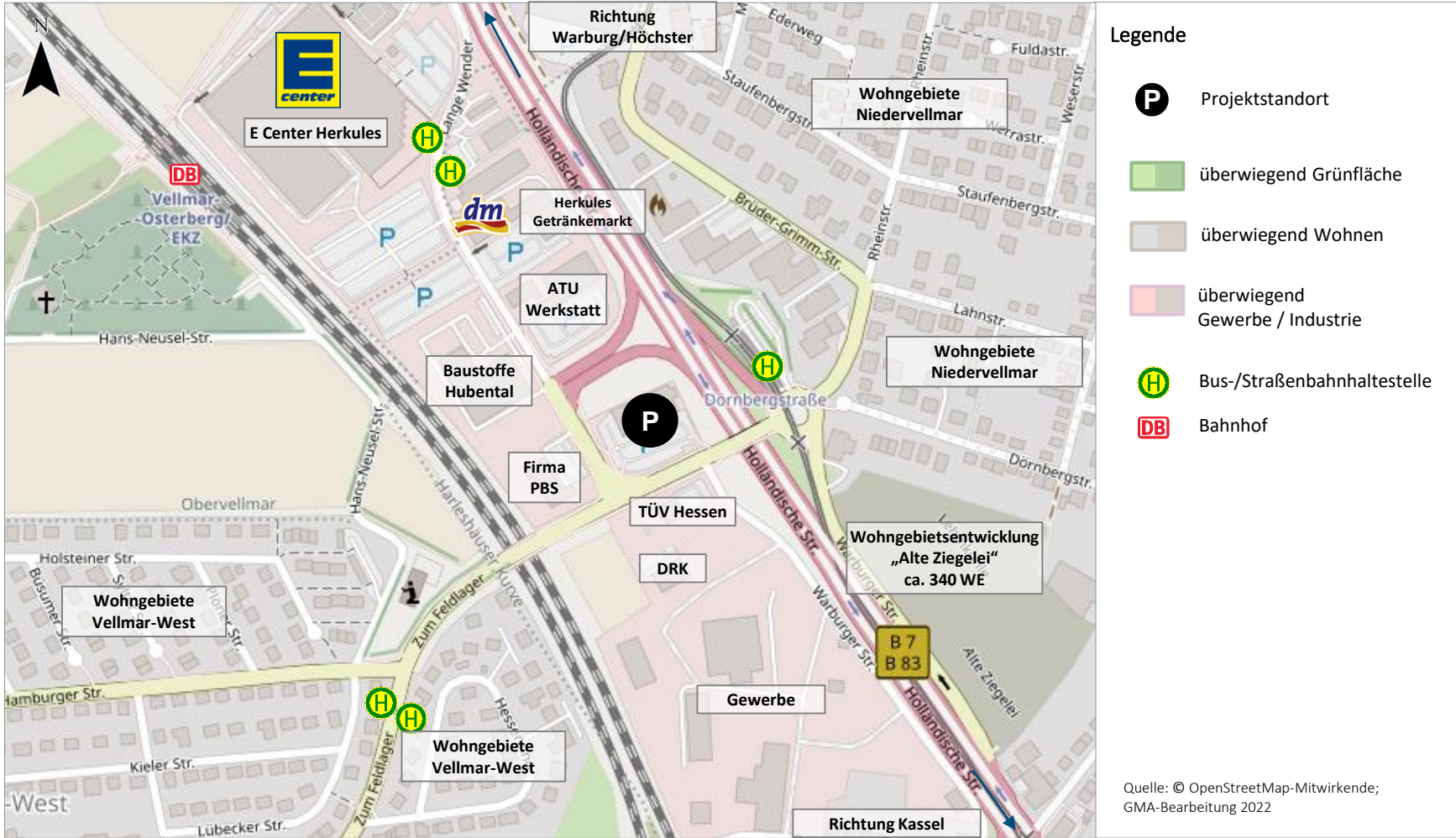


Foto 4: zukünftiges Wohnquartier „Alte Ziegelei“, südöstlich des Projektstandortes



GMA-Aufnahmen Dezember 2022

Karte 3: Mikrostandort Zum Feldlager



### III. Angebotssituation

Im Rahmen der vorliegenden Analyse erfolgte im Dezember 2022 eine Erhebung des relevanten Einzelhandelsbestandes im Untersuchungsraum (vgl. Karte 4). Da der Angebotsschwerpunkt im Nahrungs- und Genussmittelsektor liegt, wurden in diesem Zusammenhang die wesentlichen Lebensmittelanbieter, d. h. vor allem Discounter, Supermärkte sowie Getränkemärkte berücksichtigt. Die Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum wird neben dem zu erweiternden Aldi-Markt in der Straße Zum Feldlager maßgeblich durch die unten aufgeführten Anbieter bestimmt. Zur Abgrenzung des Einzugsgebietes siehe Kapitel IV.

#### 1. Wettbewerbssituation innerhalb des Einzugsgebietes

In **Zone I** sind als nächstgelegene Wettbewerber die Anbieter E Center Herkules und Herkules Getränkemarkt zu nennen. Der Getränkemarkt befindet sich unmittelbar nördlich des Projektstandortes in einem Standortverbund mit einem dm-Drogeriemarkt in autokundenorientierter Gewerbegebietslage. Das SB-Warenhaus E Center Herkules ist ca. 400 m nördlich des zu erweiternden Aldi-Marktes ansässig. Der leistungsstarke Magnetbetrieb präsentiert sich auf ca. 5.200 m<sup>2</sup> in einer Mall. Innerhalb der Mall sind weitere Einzelhandelsbetriebe (u.a. Ulla poken, Ernsting's Family, Apollo Optik) sowie verschiedene gastronomische Betriebe und Dienstleister ansässig. Im Standortverbund sind außerdem Filialen der Anbieter Herkules Bau und Garten und Herkules Sporttreff angesiedelt.

Foto 5: E-Center Herkules

Foto 6: Herkules Getränkemarkt



GMA-Aufnahmen Dezember 2022

In **Zone II** befinden sich mehrere Standorte von Lebensmittelmärkten (Discounter, Supermärkte). Diese übernehmen im Wesentlichen die Nahversorgungsfunktion für die jeweiligen Siedlungsbereiche von Vellmar und Kassel-Jungfernkopf. Im Stadtzentrum von Vellmar ist zum einen ein tegut-Supermarkt angesiedelt. Dieser befindet sich voll integriert im zentralen Versorgungsbereich Vellmar-Rathausplatz. Im direkten Umfeld sind außerdem weitere Einzelhandelsbetriebe sowie die Stadtverwaltung von Vellmar, gastronomische Betriebe und Dienstleister gelegen. Zum anderen ist auf einen Edeka-Supermarkt im zentralen Versorgungsbereich Vellmar-Obervellmar hinzuweisen. Dieser ist aufgrund der integrierten Lage und der Lage an der Holländischen Straße sowohl zu Fuß als auch mit dem Pkw gut erreichbar. Darüber hinaus ist ein integrierter Nahkauf-Markt im Stadtteil Frommershausen zu berücksichtigen. Mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.250 m<sup>2</sup> übernimmt er die Nahversorgung im nordöstlich gelegenen

Stadtteil Frommershausen. Im Stadtteil Obervellmar sind in integrierter Lage mit guter verkehrlicher Erreichbarkeit die Systemwettbewerber Netto und Lidl gelegen. Der Lidl-Discountmarkt befindet sich in einem Standortverbund mit einer Filiale des Anbieters Getränke Quelle. Die Märkte übernehmen vorrangig die Nahversorgung des Stadtteils Obervellmar. Im Stadtteil Kassel-Jungfernkopf sind die Anbieter tegut und Penny vertreten. Sie sind durch die Lage an der Landstraße Obervellmarer Straße mit dem Pkw gut erreichbar. Darüber hinaus übernehmen sie eine wichtige Nahversorgungsfunktion für den Stadtteil Kassel-Jungfernkopf.

**Tabelle 1: Untersuchungsrelevanter Einzelhandel innerhalb des Einzugsgebietes**

Name Betrieb	Lage	VK-Größenklasse in m <sup>2</sup>	Bemerkung
<b>Zone I</b>			
E Center Herkules	sonstige Lage Einkaufszentrum Lange Wender	ca. 5.200	Magnetbetrieb in autokundenorientierter Gewerbegebietslage, Konzessionäre in vorgelagerter Mall
Herkules Getränkemarkt	sonstige Lage Obervellmar	ca. 650	durchschnittlicher Marktauftritt, autokundenorientierte Gewerbegebietslage, Standortverbund mit dm-Drogeriemarkt
<b>Zone II</b>			
tegut	ZVB Vellmar-Rathausplatz	ca. 1.350	zeitgemäßer Marktauftritt, voll integrierte Lage im ZVB B-Zentrum Vellmar-Rathausplatz
Edeka Neukauf Möller	ZVB Vellmar-Obervellmar	ca. 1.550	durchschnittlicher Marktauftritt, integrierte Lage im ZVB C-Zentrum Vellmar-Obervellmar
Nahkauf	sonstige Lage Frommershausen	ca. 1.250	durchschnittlicher Marktauftritt, integrierte Lage mit guter Pkw-Anbindung
Netto	sonstige Lage Obervellmar	ca. 800	integrierte Lage mit guter Pkw-Erreichbarkeit
Lidl	sonstige Lage Obervellmar	ca. 1.150	integrierte Lage mit guter Pkw-Erreichbarkeit, Standortverbund mit Getränke Quelle
Getränke Quelle	sonstige Lage Obervellmar	ca. 300	integrierte Lage mit guter Pkw-Erreichbarkeit, Standortverbund mit Lidl
tegut	NVL Kassel-Jungfernkopf	ca. 1.150	integrierte Lage mit guter Pkw-Erreichbarkeit, Standortverbund mit tegut Getränkemarkt, verschiedenen Dienstleistungen
tegut Getränkemarkt	NVL Kassel-Jungfernkopf	ca. 200	integrierte Lage mit guter Pkw-Erreichbarkeit, Standortverbund mit tegut, verschiedenen Dienstleistungen
Penny	NVL Kassel-Jungfernkopf	ca. 800	integrierte Lage mit guter Pkw-Erreichbarkeit, räumliche Nähe zu tegut und tegut Getränkemarkt

GMA-Zusammenstellung 2022, Werte leicht gerundet

Insgesamt nehmen die in Tabelle 1 dargestellten Anbieter eine Verkaufsfläche von ca. 14.400 m<sup>2</sup>, davon entfallen ca. 5.850 m<sup>2</sup> auf Zone I und ca. 8.550 m<sup>2</sup> auf Zone II.

Die Umsatzleistung innerhalb des Einzugsgebietes (ohne Verlagerungs- / Erweiterungsvorhaben Aldi) beträgt insgesamt rd. **60,5 Mio. €** im Bereich Nahrungs- und Genussmittel (davon ca. 20,8 Mio. € in Zone I und 39,7 Mio. € in Zone II).

## 2. Wettbewerbssituation außerhalb des Einzugsgebietes

Außerhalb des Einzugsgebietes sind die räumlich nächstgelegenen Wettbewerber (ca. 2 km Luftliniendistanz) in der Nachbarkommune **Kassel** im Stadtteil **Nord-Holland** zu berücksichtigen. Eine Filiale des Systemwettbewerbers Aldi-Nord ist in autokundenorientierter Lage an der Niedervellmarer Straße ansässig. Er präsentiert sich mit einem modernen Neubau auf rd. 1.220 m<sup>2</sup>. Östlich des Aldi-Marktes befindet sich, ebenfalls in autokundenorientierter Lage, eine Lidl-Filiale in der Bunsenstraße. Der Marktauftritt lässt sich als durchschnittlich beschreiben. Darüber hinaus ist auf einen modernen Rewe-Markt in autokundenorientierter Lage an der Bundesstraße 7 / 83 hinzuweisen. Etwas weiter nördlich liegt zudem eine Filiale des Anbieters Netto an der Schenkenbier Stanne. Dieser ist ebenfalls autokundenorientiert in einem Fachmarktzentrum zu verorten. In direkter Nachbarschaft befindet sich ein Fressnapf-Markt.

## IV. Nachfragesituation

### 1. Abgrenzung des Einzugsgebietes und Ermittlung des Bevölkerungspotenziales

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes für den zu erweiternden Aldi Lebensmitteldiscounter ist Voraussetzung zur Ermittlung des Einwohnerpotenzials und zur Berechnung der projektrelevanten Kaufkraft. Als Einzugsgebiet wird derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen.

Zur Abgrenzung des Einzugsgebietes wurden in der vorliegenden Untersuchung folgende Einflussfaktoren berücksichtigt:

- /// Betriebstyp und Sortimentsstruktur des Vorhabens
- /// Attraktivität der sonstigen Nutzungen am Standort
- /// Siedlungsstrukturen im Untersuchungsraum
- /// projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum, vor allem nächst gelegene Systemwettbewerber (vgl. Kapitel III)
- /// verkehrliche und topografische Gegebenheiten im Untersuchungsraum
- /// ausgewählte Zeit- und Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte).

Unter Berücksichtigung der angeführten Kriterien lässt sich ein projektrelevantes Einzugsgebiet abgrenzen, welches die gesamte **Stadt Vellmar** und einen Teilbereich des Stadtteiles **Kassel-Jungfernkopf** der Nachbarstadt Kassel umfasst.

<b>Zone I:</b>	Stadt Vellmar – Niedervellmar, Vellmar-West; angrenzende Teile von Kassel-Jungfernkopf	ca. 8.510 Einwohner <sup>19</sup>
<b>Zone II:</b>	Stadt Vellmar – Obervellmar, Frommershausen weitere Teile von Kassel-Jungfernkopf	ca. 14.260 Einwohner <sup>20</sup>
<b>Einzugsgebiet gesamt:</b>		<b>rd. 22.770 Einwohner.</b>

Insgesamt erstreckt sich das Einzugsgebiet auf die Stadt Vellmar sowie einen Teilbereich des Stadtteiles Kassel-Jungferndorf der Nachbarstadt Kassel. Dabei erfolgt jedoch aufgrund der Größe des Stadtgebietes und der Wettbewerbssituation eine Unterteilung in zwei Zonen (vgl. Karte 4).

Zone I umfasst die Stadtteile Niedervellmar und Vellmar-West der Stadt Vellmar sowie die angrenzenden Teile des Stadtteiles Kassel-Jungfernkopf. Der Zone II sind die Vellmarer Stadtteile Obervellmar und Frommershausen sowie ein weiterer Teilbereich des Stadtteils Kassel-Jungfernkopf zugeordnet.

Insgesamt folgt daraus ein Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet von derzeit ca. 22.770 Einwohnern, wobei sich diese Zahl in näherer Zukunft aufgrund der Wohngebietsentwicklung auf dem Areal der Alten Ziegelei noch erhöhen wird.<sup>21</sup>

<sup>19</sup> Quelle: Stadt Vellmar, Stand 30.11.2022; GfK-Daten, Stand: 2021, GMA-Berechnung 2022.

<sup>20</sup> Quelle: Stadt Vellmar, Stand 30.11.2022; GfK-Daten, Stand: 2021, GMA-Berechnung 2022.

<sup>21</sup> Quelle: Stadt Vellmar, Stand 30.11.2022; GfK-Daten, Stand: 2021, GMA-Berechnung 2022.

Eine weitere Ausdehnung des betrieblichen Einzugsgebietes ist aufgrund der Wettbewerbssituation im Umfeld nicht abzuleiten. So begrenzen neben anderen Wettbewerbern drei weitere Aldi-Filialen südlich, südöstlich und östlich des Projektstandortes das Einzugsgebiet. Diese sind jeweils rd. 2,4 km Luftliniendistanz, 2,2 km Luftliniendistanz und 3,7 km Luftliniendistanz vom Projektstandort in Vellmar entfernt (vgl. Karte 4). Im Norden und Westen wird das Einzugsgebiet vor allem durch die Entfernungen zu den Nachbargemeinden hin begrenzt. Dennoch ist aufgrund der verkehrsgünstigen Lage des Vorhabenstandortes in unmittelbarer Nähe zur Bundesstraße 7 / 83 in gewissem Umfang mit Umsätzen von Kunden außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes zu rechnen (z. B. durch Pendlerverflechtungen/-verkehre entlang der Holländischen Straße). Diese werden in den nachfolgenden Berechnungen als sog. Streuumsätze berücksichtigt.

## 2. Kaufkraft im Einzugsgebiet

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante<sup>22</sup> Kaufkraft einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung derzeit **ca. 6.760 €**. Davon entfallen **auf Nahrungs- und Genussmittel ca. 2.826 €** und auf die sonstigen Nichtlebensmittel ca. 3.934 €.

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau<sup>23</sup> zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau von Vellmar mit 99,9 im Bundesdurchschnitt (= 100,0). Das Kaufkraftniveau im projektrelevanten Teilraum von Kassel-Jungfernkopf liegt mit 105,5<sup>24</sup> leicht über dem Bundesdurchschnitt (= 100,0).

Für das abgegrenzte Einzugsgebiet (Stadt Vellmar und angrenzende Bereiche des Stadtteils Kassel-Jungfernkopf) beläuft sich das untersuchungsrelevante Kaufkraftpotenzial bei **Nahrungs- und Genussmitteln somit auf ca. 64,9 Mio. € p. a.**, davon ca. 24,1 Mio. € in der Zone I, und ca. 40,8 Mio. € in der Zone II des Einzugsgebietes:

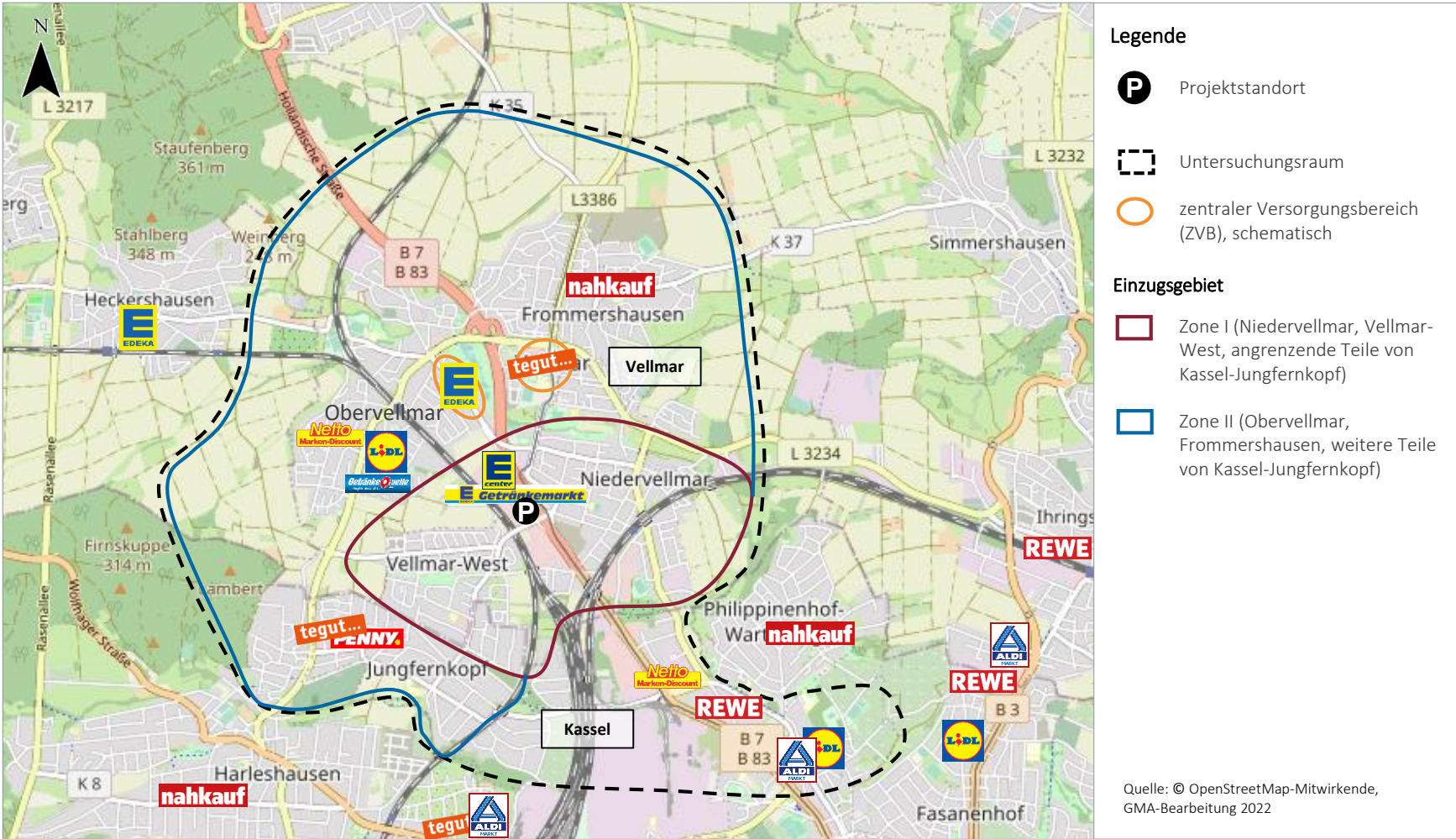
<b>Zone I:</b>	Stadt Vellmar – Niedervellmar, Vellmar-West; angrenzende Teile von Kassel-Jungfernkopf	ca. 24,1 Mio. €
<b>Zone II:</b>	Stadt Vellmar – Obervellmar, Frommershausen weitere Teile von Kassel-Jungfernkopf	ca. 40,0 Mio. €
<b>Einzugsgebiet gesamt:</b>		<b>rd. 64,9 Mio. €</b>

<sup>22</sup> Einzelhandel im engeren Sinne (ohne Brennstoffe, Kraftfahrzeuge etc.).

<sup>23</sup> Quelle: MB Research, Stand 2022.

<sup>24</sup> Das Kaufkraftniveau der Stadt Kassel beträgt 93,4. Den Berechnungen wurde das Kaufkraftniveau von 105,5 des Postleitzahlgebietes (34128) des Stadtteiles Kassel-Jungfernkopf zugrunde gelegt.

Karte 4: Einzugsgebiet des Vorhabens und wesentliche Wettbewerber



## V. Auswirkungsanalyse

### 1. Methodischer Ansatz

Die möglichen Auswirkungen des Erweiterungsvorhabens im Untersuchungsraum werden im Folgenden vor dem Hintergrund der zur Verfügung stehenden Kaufkraftvolumina und der dargelegten Angebotsstrukturen ermittelt. Daraus lassen sich anschließend die zu erwartenden wirtschaftlichen, städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen ableiten. Hierzu werden zwei Berechnungsschritte durchgeführt:

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

### 2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft

Das Marktanteilkonzept geht von einer Gegenüberstellung des relevanten Angebotes mit dem für das Einzugsgebiet ermittelten Nachfragevolumen (= Kaufkraft) aus. Als wesentliche Kriterien bei der Ermittlung der Marktanteile werden die Art und Dimensionierung der vorgesehenen Einzelhandelsnutzung, die Lage und das Standortumfeld sowie die Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und im weiteren Umfeld berücksichtigt. Vor diesem Hintergrund sind die in Tabelle 2 dargestellten Marktanteile und Umsatzleistungen zu erwarten.

**Tabelle 2: Marktanteile und Umsatz des Vorhabens**

	Kaufkraft Nahrungs- und Genussmittel (in Mio. €)	Marktanteil (in %)	Umsatz			
			Nahrungs- und Genussmittel (in Mio. €)	Randsortimente Nonfood (in Mio. €)	Gesamt (in Mio. €)	Gesamt (in %)
Zone I	24,1	16 - 17	4,0	1,0	5,0	54
Zone II	40,8	6 – 7	2,6 – 2,7	0,6 – 0,7	3,3	36
<b>Einzugsgebiet</b>	<b>64,9</b>	<b>10 – 11</b>	<b>6,6 – 6,7</b>	<b>1,6 – 1,7</b>	<b>8,3</b>	<b>90</b>
Streuumsätze			0,7	0,2	0,9	10
<b>Umsatz gesamt</b>			<b>7,3 – 7,4</b>	<b>1,8 – 1,9</b>	<b>9,2</b>	<b>100</b>

GMA-Berechnungen 2022 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen)

Es ist davon auszugehen, dass das Erweiterungsvorhaben mit einer Verkaufsflächengröße von ca. 1.300 m<sup>2</sup> **einen Umsatz von rd. 9,2 Mio. €** brutto erzielen wird. Davon entfallen ca. 7,3 – 7,4 Mio. € auf das Segment Nahrungs- und Genussmittel und ca. 1,8 – 1,9 Mio. € auf Nonfood-Artikel. Der Gesamtumsatz entspricht einer Flächenleistung von ca. 7.250 € je m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Damit liegen sowohl die Flächenproduktivität als auch der Umsatz des Aldi-Marktes deut-

lich über dem durchschnittlichen Umsatzes einer Aldi Nord-Filiale.<sup>25</sup> In der Handelswissenschaft ist unbestritten, dass mit einer zunehmenden Flächenausweitung nicht eine ebenso starke Ausweitung des Umsatzes einhergeht. Vielmehr sinkt die Flächenleistung pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche i. d. R. bei der Erweiterung der Verkaufsfläche. Demzufolge bildet der Wert einen realitätsnahen worst-case-Ansatz ab.

Ca. **78 % des Vorhabenumsatzes** werden voraussichtlich durch **Kunden** aus Vellmar generiert und rd. 22 % des Vorhabenumsatzes dürften von außerhalb des Stadtgebietes kommen (Umsätze aus Kassel-Jungfernkopf, Streuumsätze). **Demnach dient der Aldi Lebensmitteldiscounter auch nach dessen Erweiterung vorrangig der städtischen Versorgung.**

### 3. Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen

Mit der Neuansiedlung bzw. der Erweiterung eines Einzelhandelsobjektes werden i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen des zu untersuchenden Planvorhabens dar. Die im vorangegangenen Untersuchungsabschnitt ermittelten Marktanteile stellen dabei die kaufkraftbezogene Ermittlung der Umsatzherkunft dar. Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen ist jedoch die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel.

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

- /// die aktuelle Ausstattung im Untersuchungsraum und die Sortimentsüberschneidungen mit dem Erweiterungsvorhaben
- /// die Versorgungsbedeutung einzelner Standortbereiche des Einzelhandels
- /// die aktuellen Kaufkraftströme im Untersuchungsgebiet
- /// die Wettbewerbssituation und Überlagerungen durch sonstige Einzelhandelsstandorte.

In die Berechnung fließen damit die derzeitigen Einzelhandelsausstattungen konkurrierender Einzelhandelsstandorte als Attraktivitätsfaktor und die Distanz zum Projektstandort als Widerstandsfaktor ein. Eine weitere Grundannahme der nachfolgenden Berechnungen ist, dass die Einkaufslagen, welche die größten Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben aufweisen, quantitativ am stärksten von Umsatzumverteilungen betroffen sein werden.

Für die nachfolgende Betrachtung der Auswirkungen der geplanten Erweiterung ist **nur der zu erwartende Zusatzumsatz von Relevanz**, sodass dem prognostizierten Gesamtumsatz des erweiterten Lebensmitteldiscounters der Bestandsumsatz abgezogen wird. Dieses Vorgehen ist allgemein üblich, da die Wettbewerbswirkungen der Bestandsflächen bereits eingetreten

<sup>25</sup> Quelle: Laut Hahn Retail Real Estate Report Germany 2021 liegt der durchschnittliche Filialumsatz von Aldi Nord bei rd. 6,1 Mio. €. Die durchschnittliche Flächenleistung von Aldi Nord beträgt aktuell ca. 6.450 € / m<sup>2</sup>, die durchschnittliche Verkaufsflächengröße von rd. 930 m<sup>2</sup> liegt unter der in Vellmar geplanten Verkaufsflächengröße von 1.300 m<sup>2</sup>.

sind. Das Bundesverwaltungsgericht hat dazu u. a. in einem Urteil vom 12.02.2009 ausgeführt, dass

*„von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen [ist]. Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt.“<sup>26</sup>*

Mit der Verkaufsflächenerweiterung des Planobjekts von ca. 980 m<sup>2</sup> auf ca. 1.300 m<sup>2</sup> und der damit verbundenen Umsatzerwartung von ca. 9,2 Mio. € werden **voraussichtlich folgende Umverteilungswirkungen ausgelöst:**

- /** Für den bestehenden Aldi-Markt wird ein Umsatz von ca. 7,7 – 7,8 Mio. € (davon rd. 6,2 Mio. € bei Nahrungs- und Genussmittel und 1,5 - 1,6 Mio. € bei Nichtlebensmitteln) angenommen. Dieser Umsatz im Bestand bleibt damit ohne Auswirkungen auf den Wettbewerb.
- /** Somit gehen ca. 1,1 – 1,2 Mio. € bei **Nahrungs- und Genussmitteln** in die **Umverteilung** gegenüber den bestehenden Wettbewerbern, ca. 0,3 Mio. € werden bei Nonfood-Sortimenten wettbewerbswirksam.
- /** Die **Umsatzumverteilungen** im Bereich Nahrungs- und Genussmittel gegenüber den Anbietern **im Einzugsgebiet** belaufen sich auf ca. 1,1 – 1,2 Mio. €.
- /** Die **Umsatzumverteilungswirkungen** gegenüber den weiteren Anbietern **außerhalb des Einzugsgebietes** erreichen eine Höhe von < 0,1 Mio. €.
- /** Etwa 0,3 Mio. € werden in den Nichtlebensmittelsortimenten umsatzumverteilungswirksam.

Tabelle 3 gibt eine Übersicht über die zu erwartenden Umsatzumverteilungen, welche die Erweiterung des Aldi-Marktes im Bereich Nahrungs- und Genussmittel auslösen wird:

<sup>26</sup> vgl. Bundesverwaltungsgericht 4 B 3.09 vom 12.02.2009, RN 6.

**Tabelle 3: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben**

	Standortlage	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	Umsatzleistung des bestehenden Marktes	6,2	-
	Umsatzumverteilung ggü. Anbieter in Zone I	0,4 – 0,5	2 – 3
	Umsatzumverteilung ggü. Anbieter in Zone II	0,6 – 0,7	1 – 2
	▪ davon ggü. ZVB Vellmar-Rathausplatz	< 0,1	1 – 2
	▪ davon ggü. ZVB Vellmar-Obervellmar	< 0,1	1 – 2
	▪ davon ggü. NVL Kassel-Jungfernkopf	0,1 – 0,2	1 – 2
	▪ davon ggü. sonstigen Lagen in Zone II	0,3 – 0,4	2
	Umsatzumverteilung außerhalb des Einzugsgebietes	< 0,1	n.a.
	Umsatz erweiterter Markt bei Nahrungs- und Genussmittel	7,3 – 7,4	-
Nicht-Lebensmittel	Umsatzleistung des bestehenden Marktes	1,5 - 1,6	-
	Umsatzumverteilung im Untersuchungsraum	0,3	-
	Umsatz erweiterter Markt bei Nichtlebensmitteln	1,8 – 1,9	-
<b>Summe gesamt</b>		<b>9,2</b>	<b>-</b>

n.a. = nicht ausweisbar, unterhalb einer gutachterlich ausweisbaren Größenordnung / GMA-Berechnung 2022 (ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundungen möglich)

#### 4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen des Vorhabens

Die durch das Erweiterungsvorhaben zu erwartenden Umsatzumverteilungswirkungen bei Nahrungs- und Genussmitteln in Höhe von 1,1 – 1,2 Mio. € sind hinsichtlich der möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen wie folgt zu bewerten:

**➤ Gegenüber Zone I** des Einzugsgebietes sind Umsatzumverteilungswirkungen in Höhe von rd. 2 – 3 % bzw. 0,4 – 0,5 Mio. € zu erwarten. Die Auswirkungen betreffen das SB-Warenhaus E Center Herkules und die Filiale des Anbieters Herkules Getränkemarkt. Die Märkte sind nördlich des Erweiterungsstandorts in autokundenorientierter Gewerbegebietslage mit guter Pkw-Erreichbarkeit ansässig. Vor allem das SB Warenhaus E Center Herkules ist als leistungsstark einzuschätzen. Vor diesem Hintergrund und angesichts der geringen Höhe der Umsatzumverteilungswirkungen ist keine langfristige Betriebsschädigung eines der Anbieter zu erwarten, sodass städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen auszuschließen sind.

**➤ Gegenüber Zone II** des Einzugsgebietes sind Umsatzumverteilungswirkungen von rd. 0,6 – 0,7 Mio. € bzw. rd. 1 – 2 % zu erwarten, die sich v. a. gegenüber den Systemwettbewerbern Lidl und Netto in den sonstigen Lagen der Zone II auswirken werden. Diese sind gut integriert im Stadtteil Obervellmar gelegen. Die Erreichbarkeit mit dem Pkw ist durch die Lage an einer Landesstraße ebenfalls gegeben. In den zentralen Versorgungsbereichen von Vellmar sind sehr geringe Umsatzumverteilungswirkungen von rd. 0,1 Mio. € bzw. 1 – 2 % zu erwarten. Gleiches gilt für die Märkte tegut und Penny in der NVL Kassel-Jungfernkopf. Die Umsatzumverteilungswirkungen begrenzen sich auf rd. 0,1 – 0,2 Mio. € bzw. rd. 1 – 2 %. Vor dem Hintergrund der geringen Umsatzumverteilungswirkungen und der Tatsache, dass die genannten Märkte im Wesentlichen eine Nahversorgungsfunktion für die jeweiligen Stadtteile erfüllen, ist keine langfristige Betriebsschwächung eines der Anbieter zu erwarten und sind städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen auszuschließen.

- / **Außerhalb des Einzugsgebietes** sind Umsatzumverteilungswirkungen von unter 0,1 Mio. € zu erwarten, die sich v. a. gegenüber dem Systemwettbewerber Aldi-Nord an seinen verschiedenen Standorten in Kassel, insbesondere Nord-Holland auswirken. Vor dem Hintergrund der geringen Umsatzumverteilungswirkungen sind keine langfristigen Betriebsschädigungen zu erwarten. Auch städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen sind auszuschließen.
- / In den **Nichtlebensmittelsortimenten** werden rd. 0,3 Mio. € umsatzverteilungswirksam, die sich auf mehrere Sortimente (u. a. Drogeriewaren, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel, Tiernahrung, Aktionswaren aller Sortimente) und damit auf eine Vielzahl von Anbietern verteilen. Diese führen die Nichtlebensmittelsortimente sowohl als Hauptsortimente (u. a. Drogeriemärkte, Zoofachmärkte) als auch als Randsortimente (u. a. Lebensmittelmärkte, Drogeriemärkte, Nonfood-Discounter u. v. m.). Diese Anbieter verteilen sich zudem auf mehrere Standortlagen, sodass für einzelne Anbieter und Lagen städtebauliche Auswirkungen auszuschließen sind.

Zusammenfassend sind somit aus dem Abriss und Neubau inklusive Erweiterung des Aldi-Marktes an der Straße Zum Feldlager in Vellmar keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen auf die wohnortnahe Versorgung bzw. auf Funktion und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten.

## 5. Vereinbarkeit mit den Vorgaben der Landes- und Regionalplanung

Zur Einhaltung der hier einschlägigen **raumordnerischen Ziele und Grundsätze** des LEP Hessen 2021 und des Regionalplans Nordhessen 2009 (vgl. hierzu Kapitel I., 2.) durch das Vorhaben sind folgende Punkte festzuhalten:

- / **Zentralitätsgebot:**
  - Großflächige Einzelhandelsvorhaben sind diesem Ziel nach nur in Ober- und Mittelzentren in den zentralen Stadtteilen zulässig. Bei dem Projektstandort handelt es sich um eine Lage in dem Mittelzentrum Vellmar.
- / **Kongruenzgebot:**
  - Das Vorhaben darf nach Größe und Warenangebot nicht wesentlich über den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortkommune hinausreichen. Etwa 78 % des Prognoseumsatzes des Vorhabens werden durch Einwohner aus den vier Vellmarer Stadtteilen generiert. Weitere 12 % stammen aus dem unmittelbar angrenzenden Stadtteil Kassel-Jungfernkopf. 10 % sind auf Streuumsätze von außerhalb des Einzugsgebietes zurückzuführen. Damit generiert das Erweiterungsvorhaben auch zukünftig den Großteil seines Umsatzes mit Kunden aus dem Stadtgebiet Vellmar.
- / **Integrationsgebot:**
  - Großflächige Einzelhandelsvorhaben müssen eine enge räumliche und funktionale Verbindung zu bestehenden Siedlungsgebieten aufweisen. Ihre Standorte müssen in einem im Regionalplan ausgewiesenen Siedlungsbereich liegen (siedlungsstrukturelles Integrationsgebot) und nach Möglichkeit in das ÖPNV-Netz integriert sein (städtebauliches Integrationsgebot). Der Projektstandort an der Straße Zum Feldlager liegt gemäß Regionalplan Nordhessen 2009 nicht innerhalb eines ausgewiesenen

Vorranggebietes Siedlung Bestand sondern in einem Vorranggebiet Industrie u. Gewerbe Bestand und ist auch laut KEP Zentren siedlungsräumlich nicht integriert. Der Standort liegt in einem gewerblich geprägten Umfeld.

- Allerdings beginnen die zusammenhängenden Wohnsiedlungsbereiche von Niedervellmar bereits rd. 200 m östlich des Aldi-Marktes jenseits der B 7 / B 83. In der Gegenrichtung ist der Rand der zusammenhängenden Wohnbebauung von Vellmar-West rd. 200 – 300 m westlich jenseits der Bahnstrecke gelegen. Somit befindet sich der Aldi-Markt in einer Scharnierlage zwischen beiden Stadtteilen und ist grundsätzlich auch fußläufig über beidseitige Straßenbegleitende Gehwege entlang der Straße Zum Feldlager erreichbar. Mit rd. 1.400 Einwohnern im fußläufigen Einzugsbereich von 10 Minuten und 3.180 Einwohnern in einem 700 m-Radius<sup>27</sup> wird die Nahversorgungsfunktion verdeutlicht (vgl. Karte 2).
- Zudem ist ein Einwohnerzuwachs im direkten Standortumfeld zu erwarten. Das Wohnbauvorhaben „Alte Ziegelei“ befindet sich in der Warburger Straße, rd. 350 m südöstlich des Erweiterungsstandorts entfernt. Hier sind ca. 340 Wohneinheiten geplant, die zukünftig zum Einzugsgebiet des Aldi-Marktes hinzukommen. Darunter sind unter anderem ein Studierendenwohnheim (126 WE) und zahlreiche Mehrfamilienhäuser (130 WE) sowie eine Einrichtung für betreutes Wohnen anzuführen.
- Darüber hinaus stellt der Standort von Aldi für die umliegenden Siedlungsbereiche von Niedervellmar und Vellmar-West den räumlich nächst gelegenen bzw. z. T. einzigen strukturprägenden Lebensmittelmarkt im Sinne eines Nahversorgers dar, sodass von einer besonderen Standortsituation zu sprechen ist. Der Markt ist im Bestand etabliert und bereits heute großflächig (980 m<sup>2</sup>). Mit Blick auf die Siedlungs- und Einzelhandelsstrukturen in den Vellmarer Stadtteilen ist der Standort des Aldi-Marktes als ein mit allen Verkehrsträgern gut zu erreichender Versorgungsstandort einzustufen. So sind im direkten Standortumfeld mehrere Nahverkehrshaltepunkte (Straßenbahn, Bus rd. 150 m östlich; Regionalzug rd. 500 m nordwestlich) vorhanden. Zudem handelt es sich um eine Erweiterung eines bestehenden Versorgungsstandortes und keine Neuansiedlung. Mögliche Standortalternativen in den umliegenden Wohnbereichen von Niedervellmar und Vellmar-West sind nicht ersichtlich. So zeichnet sich das umliegende Ortsgebiet durch kompakte Bebauungsstrukturen und i.d.R. kleine Grundstücksgrößen aus, wobei keine geeigneten und freien Baugrundstücke erkennbar sind. Der verkehrsgünstig gelegen Standort dient weiterhin auch der Vermeidung von Verkehren in den Wohnsiedlungsbereichen, eine Erweiterung führt nicht zu Beeinträchtigungen von zentralen Versorgungsbereichen oder Nahversorgungsstrukturen.
- Der Stadt Vellmar liegt darüber hinaus bereits ein Einleitungsbeschluss zur Änderung des Flächennutzungsplanes des Zweckverbandes Raum Kassel für das Sondergebiet „SO-Läden“ am Standort „Lange Wedler“ in Vellmar vor. Die Gesamtverkaufsfläche soll in diesem Zuge auf 1.300 m<sup>2</sup> angehoben werden.

**Entsprechend bestehen für den Aldi-Standort Zum Feldlager Anhaltspunkte, die für eine Ausnahme vom Integrationsgebot im Sinne der Landes- und Regionalplanung sprechen. Seitens des Regierungspräsidiums Kassel wurden im Hinblick auf das Änderungsverfahren des Flächennutzungsplanes keine Bedenken geltend gemacht, sodass für das Erweiterungsvorhaben kein Zielabweichungsverfahren durchgeführt werden muss.**

<sup>27</sup> Ermittlung der Einwohnerzahlen auf Blockebene mit WIGeoGIS (GfK-Daten, Stand 2021), GMA-Berechnung 2022.

### **Beeinträchtigungsverbot:**

- Großflächige Einzelhandelsvorhaben dürfen nach ihrer Art, Lage und Größe keine wesentlichen schädlichen Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit von zentralen Orten und ihren zentralen Versorgungsbereichen ausüben. Von den durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen werden in erster Linie das SB-Warenhaus E Center Herkules und der Herkules Getränkemarkt nördlich des zu erweiternden Aldi-Marktes betroffen sein (ca. 2 – 3 % Umsatzumverteilungen). Besonders das SB-Warenhaus E Center Herkules ist als leistungsstark einzuschätzen, sodass dessen Bestand nicht gefährdet wird. Auch hinsichtlich des Herkules Getränkemarktes ist keine Bestandsgefährdung absehbar. Darüber hinaus sind keine städtebaulichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche (ZVB Vellmar-Rathaus, ZVB Vellmar-Obervellmar) in Vellmar absehbar. So liegen die ausgelösten Umsatzumverteilungseffekte gegenüber den Anbietern in den Vellmarer zentralen Versorgungsbereichen bei max. 1 – 2 %.
- Durch das Vorhaben wird die städtebauliche Entwicklung, Ordnung und Funktionsfähigkeit der städtebaulich integrierten Versorgungslagen nicht wesentlich beeinträchtigt. Auch die Nahversorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich wird nicht negativ beeinflusst. Vielmehr dient das Vorhaben dem Bestandserhalt eines strukturprägenden Lebensmittelmarktes in Vellmar.

Das vorliegende Erweiterungsvorhaben erfüllt die landes- und regionalplanerischen Vorhaben an großflächige Einzelhandelsvorhaben überwiegend, insbesondere das Beeinträchtigungsverbot. Es ist darüber hinaus zu beachten, dass Anhaltspunkte bestehen, die für eine Abweichung vom Integrationsgebot sprechen.

## **6. Vereinbarkeit mit den Zielen des Kommunalen Entwicklungsplans Zentren (KEP-Zentren)**

Im Kommunalen Entwicklungsplan (KEP-Zentren) von 2015 wurde der Aldi-Standort an der Straße Zum Feldlager als Standort in autokundenorientierter Lage (aL) klassifiziert. Diese Einordnung ist im Wesentlichen auf die fehlende direkte Anbindung an Wohngebiete zurückzuführen<sup>28</sup>. Verkaufsflächenerweiterungen von bestehenden Betrieben sind an solchen Standorten nur sehr limitiert möglich (u. a. Anpassung an aktuelle Markterfordernisse, Sicherung der wirtschaftlichen Tragfähigkeit, Erbringung Verträglichkeitsnachweis für den Einzelfall).

Der geplante Ersatzneubau des Aldi-Marktes am bestehenden Standort Zum Feldlager und die damit einhergehende Verkaufsflächenerweiterung dienen nach gutachterlicher Einschätzung durchaus einer Anpassung an aktuelle Markterfordernisse. So weisen moderne Discountmärkte oftmals Größenordnungen zwischen 1.100 und 1.500 m<sup>2</sup> VK auf bzw. wird regelmäßig beabsichtigt, diese – falls standortseitig möglich – auf diese Größe zu erweitern. Mit dem geplanten Aldi-Neubau mit ca. 1300 m<sup>2</sup> VK entstünde ein zukunftsfähiger Versorgungsstandort, der Grundversorgungsfunktionen für Vellmar übernimmt (vgl. Kapitel II und V).

Mit Blick auf die konkrete Versorgungssituation in Niedervellmar und Vellmar-West, für den der Aldi-Markt auch eine maßgebliche Nahversorgungsfunktion übernimmt, ist die Sicherung

<sup>28</sup> Das Kriterium für eine integrierte Lage gemäß KEP-Zentren wäre insbesondere ein Wohngebietsanschluss nach mindestens drei Richtungen.

der wirtschaftlichen Tragfähigkeit des Aldi-Markts und die dafür geplante Verkaufsflächenerweiterung um ca. 320 m<sup>2</sup> VK nachvollziehbar. Dies ist auch vor dem Hintergrund nicht ersichtlicher geeigneter und verfügbarer Alternativstandorte in integrierter Lage im Umfeld zu sehen.

Die mit dem Vorhaben verbundenen wettbewerbliche Umverteilungseffekte werden sich v. a. gegenüber dem ebenfalls im Gewerbegebiet Lange Wender ansässigen SB-Warenhaus E Center Herkules niederschlagen, wobei aufgezeigt wurde, dass aufgrund der Leistungsfähigkeit des Betriebes daraus keine Betriebsgefährdungen zu erwarten sein werden. Schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in Vellmar oder Kassel bzw. auf die wohnortnahe Versorgung in Vellmar und im Umland sind ferner nicht zu erwarten.

Im bisherigen Flächennutzungsplan des Zweckverbandes Raum Kassel ist der Bereich bereits als SO Läden dargestellt. Dies soll auch künftig beibehalten werden, wobei ein Einleitungsbeschluss zur FNP-Änderung für den Standort „Lange Wedler“ in Vellmar vorliegt, nach dem die Gesamtverkaufsfläche auf 1.300 m<sup>2</sup> angehoben werden soll.

## VI. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens	
<b>Grundlagen</b>	
<b>Planung und Projektstandort</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Abriss und Neubau inkl. Erweiterung eines Aldi Lebensmitteldiscounter von 980 m<sup>2</sup> auf 1.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche.</li> <li>▪ Etablierter Lebensmittelmarkt am Standort Zum Feldlager in Scharnierlage zwischen den Stadtteilen Obervellmar, Niedervellmar, Vellmar-West. Das direkte Standortumfeld ist gewerblich geprägt, im näheren Standortumfeld befinden sich umfangreiche Wohngebiete, aus denen der Projektstandort grundsätzlich auch fußläufig erreichbar ist.</li> <li>▪ Gemäß Regionalplan Nordhessen 2009 gehört der Standort zum Vorranggebiet Industrie u. Gewerbe Bestand.</li> </ul>
<b>Rechtsrahmen und Untersuchung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ In der angestrebten Dimensionierung liegt ein großflächiges Einzelhandelsvorhaben vor; entsprechend soll ein Bauleitplanverfahren zur Ausweisung eines Sondergebiets erfolgen.</li> <li>▪ Es ist eine Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO vorzunehmen.</li> </ul>
<b>Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Das Einzugsgebiet umfasst das Stadtgebiet von Vellmar sowie den Stadtteil Kassel-Jungfernkopf der Nachbarstadt Kassel, differenziert in Zone I (Stadt Vellmar – Niedervellmar, Vellmar-West; angrenzende Teile von Kassel-Jungfernkopf), Zone II (Stadt Vellmar – Obervellmar, Frommershausen; weitere Teile von Kassel-Jungfernkopf).</li> <li>▪ Einwohnerpotenzial im Einzugsgebiet insgesamt: rd. 22.770 Einwohner.</li> <li>▪ Kaufkraftpotenzial im Lebensmittelbereich im Einzugsgebiet: ca. 64,9 Mio. €.</li> </ul>
<b>Wettbewerbssituation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hauptwettbewerber in Zone I sind das SB-Warenhaus E Center Herkules und Herkules Getränkemarkt in autokundenorientierter Gewerbegebietslage unmittelbar nördlich des Erweiterungsstandortes Aldi.</li> <li>▪ In Zone II ist vor allem auf die Systemwettbewerber Lidl und Netto in integrierter Wohngebietslage mit guter Pkw Erreichbarkeit sowie eine Filiale von tegut und einen Edeka-Markt in den zentralen Versorgungsbereichen von Vellmar hinzuweisen.</li> <li>▪ Die nächstgelegene Aldi-Filiale befindet sich in der Nachbarkommune Kassel, im Stadtteil Nord-Holland, südwestlich des zu erweiternden Aldi-Marktes.</li> </ul>
<b>Umsatzprognose</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gesamtumsatzerwartung: ca. 9,2 Mio. € (davon ca. 7,3 - 7,4 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel, ca. 1,8 - 1,9 Mio. € Non-food).</li> <li>▪ Umverteilungswirksamer Zusatzumsatz: ca. 1,4 – 1,5 Mio. € (davon ca. 1,1 – 1,2 Mio. € Nahrungs- und Genussmittel, 0,3 Mio. € Nonfood).</li> </ul>
<b>Umverteilungswirkungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Gegenüber den Anbietern in Zone I werden 0,4 – 0,5 Mio. € (bzw. 2 – 3 %), gegenüber den Anbietern in Zone II 0,6 – 0,7 Mio. € (bzw. 1 – 2 %) und gegenüber den Anbietern außerhalb des Einzugsgebietes werden &lt; 0,1 Mio. € umverteilungswirksam.</li> </ul>
<b>Auswirkungsanalyse</b>	
<b>Bewertung der versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Mit dem Abriss und Neubau inkl. einer Erweiterung des Aldi Lebensmitteldiscounters wird eine Aufwertung eines strukturprägenden Bestandsanbieters und somit eine langfristige Bestandssicherung in Vellmar bewirkt. Umverteilungen innerhalb des Stadtgebietes sind kaum spürbar, und nicht betriebsgefährdend (max. ca. 2 – 3 %). In den zentralen Versorgungsbereichen von Vellmar liegt die Umverteilung bei ca. 1 – 2 %. Auch in Kassel werden keine zentralen Versorgungsbereiche oder Nahversorgungslagen beeinträchtigt.</li> <li>▪ Außerhalb des Einzugsgebietes im Kasseler Stadtteil Nord-Holland liegen die Umsatzumverteilungswirkungen auf einem niedrigen Niveau, sodass städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen ausgeschlossen werden können.</li> </ul>

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Insgesamt sind keine schädlichen Städtebaulichen Auswirkungen auf die wohnortnahe Versorgung bzw. auf die Funktion und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten.</li> </ul>
Raumordnerische Bewertung des Vorhabens	
Landes- und regionalplanerische Ziele und Grundsätze	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Zentralitätsgebot:</b> Großflächige Einzelhandelsvorhaben sind diesem Ziel nach nur in Ober- und Mittelzentren in den zentralen Stadtteilen zulässig. Bei dem Projektstandort handelt es sich um eine Lage in dem Mittelzentrum Vellmar.</li> <li>▪ <b>Kongruenzgebot:</b> Etwa 78 % des Prognoseumsatzes des Vorhabens werden von den Einwohnern der vier Vellmarer Stadtteile generiert. Weitere 12 % stammen aus dem Stadtteil Kassel-Jungfernkopf. 10 % sind auf Streuumsätze von außerhalb des Einzugsgebietes zurückzuführen. Damit generiert das Erweiterungsvorhaben auch zukünftig den Großteil seines Umsatzes mit Kunden aus dem Stadtgebiet Vellmar.</li> <li>▪ <b>Integrationsgebot:</b> Der Vorhabenstandort befindet sich in einem im Regionalplan ausgewiesenen Vorranggebiet Industrie u. Gewerbe Bestand. Er liegt in einer autokundenorientierten Lage im Gewerbegebiet Lange Wedler. Das direkte Umfeld ist überwiegend gewerblich geprägt, im näheren Standortumfeld befinden sich umfangreiche Wohngebiete, aus denen der Projektstandort grundsätzlich auch fußläufig erreichbar ist. Die Erreichbarkeit des Planstandortes mit dem ÖPNV ist durch einen Straßenbahn-, Bus und Bahnschluss gegeben. Durch die Nähe zu Wohngebieten und die gute ÖPNV-Anbindung sowie aufgrund der Erweiterung eines langjährige bestehenden Standorts in Scharnierlage zwischen den Stadtteilen Vellmar-West, Niedervellmar und der Wohnbauentwicklung auf dem Gelände der „Alten Ziegelei“ bestehen Anhaltspunkte, dass vom Integrationsgebot abgewichen werden kann. Der Stadt Vellmar liegt zudem bereits ein Einleitungsbeschluss zur Änderung des Flächennutzungsplanes des Zweckverbandes Raum Kassel für das Sondergebiet „SO-Läden“ am Standort „Lange Wedler“ in Vellmar vor. Darüber hinaus wurden seitens des Regierungspräsidiums Kassel bezüglich der Regionalplanung keine Bedenken geltend gemacht, sodass für das Erweiterungsvorhaben von einem Zielabweichungsverfahren abgesehen wurde.</li> <li>▪ <b>Beeinträchtigerungsverbot:</b> Von den durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen werden in erster Linie das SB-Warenhaus E Center Herkules und der Herkules Getränkemarkt nördlich des zu erweiternden Aldi-Marktes betroffen sein, allerdings auf niedrigem Niveau. Aufgrund der geringen Umverteilungseffekte sind darüber hinaus keine städtebaulichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche (ZVB Vellmar-Rathaus, ZVB Vellmar-Obervellmar) in Vellmar absehbar. Insgesamt sind schädliche städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in Vellmar bzw. in Kassel oder eine Schädigung der wohnortnahen Versorgung durch das Vorhaben von Aldi auszuschließen.</li> </ul>
Vereinbarkeit mit den Zielen des KEP-Zentren 2015	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Im Kommunalen Entwicklungsplan (KEP-Zentren) von 2015 wurde der Aldi-Standort an der Straße Zum Feldlager als Standort in autokundenorientierter Lage (aL) klassifiziert, deshalb sind die Entwicklungsperspektiven des Aldi-Marktes am Standort Zum Feldlager limitiert.</li> <li>▪ Allerdings dienen der Ersatzneubau des Aldi-Marktes am bestehenden Standort Zum Feldlager und die damit einhergehende Verkaufsflächenerweiterung nach gutachterlicher Einschätzung durchaus einer Anpassung an aktuelle Markterfordernisse (Größenordnung moderner Discountmärkte zwischen 1.100 und 1.500 m<sup>2</sup> VK). Durch die Verkaufsflächenerweiterung von 320 m<sup>2</sup> auf eine Verkaufsfläche von perspektivisch 1.300 m<sup>2</sup> entstünde ein zukunftsfähiger Versorgungsstandort, der Grundversorgungsfunktionen für Vellmar übernimmt.</li> <li>▪ Anhaltspunkte für die Modernisierung und Erweiterung ergeben sich zudem aus der besonderen Nahversorgungsbedeutung für die Stadtteile Niedervellmar und Vellmar-West sowie das momentan entstehende Areal der „Alten Ziegelei“.</li> </ul>

GMA-Bewertung 2022

## Verzeichnisse

	Seite
<b>Abbildungsverzeichnis</b>	
<b>Abbildung 1:</b> Entwicklung der Umsatzanteile im Lebensmittelhandel	11
<b>Fotoverzeichnis</b>	
Foto 1: Aldi-Markt	17
Foto 2: Hauptzufahrt zum Projektstandort, Straße Zum Feldlager, Blick Richtung Westen	17
Foto 3: Straßenbahn- und Bushaltestelle Dörnbergerstraße (ÖPNV-Anschluss)	17
Foto 4: zukünftiges Wohnquartier „Alte Ziegelei“, südöstlich des Projektstandortes	17
Foto 5: E-Center Herkules	19
Foto 6: Herkules Getränkemarkt	19
<b>Kartenverzeichnis</b>	
Karte 1: Lage von Vellmar und zentralörtliche Struktur in der Region	13
Karte 2: 10 Minuten fußläufiges Einzugsgebiet und 700 Meter Radius um Aldi	16
Karte 3: Mikrostandort Zum Feldlager	18
Karte 4: Einzugsgebiet des Vorhabens und wesentliche Wettbewerber	24
<b>Tabellenverzeichnis</b>	
Tabelle 1: Untersuchungsrelevanter Einzelhandel innerhalb des Einzugsgebietes	20
Tabelle 2: Marktanteile und Umsatz des Vorhabens	25
Tabelle 3: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben	28