



Auswirkungsanalyse zur Erweiterung des Lidl Lebensmitteldiscounters in Olsberg, Carlsauestraße

AUFTRAGGEBER: halsdorfer + ingenieure projekt gmbh

PROJEKTLEITUNG: Monika Kollmar, Niederlassungsleiterin

PROJEKTBEARBEITUNG: Laura Kropff, B. Sc. Geographie

Köln, den 11.12.2025

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.

Quelle Titelbild: eigene Aufnahme GMA 2025



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

Niederlassung Köln
Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführung: Birgitt Wachs, Markus Wagner

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

Vorbemerkung

Der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, wurde der Auftrag zur Erarbeitung einer Auswirkungsanalyse zur Erweiterung des Lebensmitteldiscounters Lidl in Olsberg am Standort Carlsauestraße erteilt.

Für die Bearbeitung der Untersuchung standen der GMA neben Angaben des Auftraggebers eigene Grundlagenzahlen, Daten der Stadt Olsberg, des Statistischen Bundesamtes, der Bundesagentur für Arbeit sowie des Landesbetriebes für Information und Technik Nordrhein-Westfalen (IT.NRW) und Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffern) zur Verfügung. Weiterhin konnte auf Daten der Einzelhandelserhebung zurückgegriffen werden, welche im Oktober 2025 im Rahmen der Neuaufstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Olsberg durch die GMA durchgeführt wurde.

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

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, 11.12.2025

KO / KFL

| Inhaltsverzeichnis | Seite |
|---|--------------|
| I. Aufgabenstellung und planungsrechtlicher Rahmen | 5 |
| 1. Ausgangslage | 5 |
| 2. Planungsrechtlicher Rahmen | 5 |
| 2.1 Regelungen der Baunutzungsverordnung | 6 |
| 2.2 Landesplanung | 6 |
| 2.3 Einzelhandelskonzept für die Stadt Olsberg 2025 / 2026 | 9 |
| 3. Definition des Betriebstyps Lebensmitteldiscounter und ausgewählte Marktdaten | 9 |
| II. Standortbeschreibung | 14 |
| 1. Makrostandort Olsberg | 14 |
| 2. Mikrostandort Carlsauestraße | 15 |
| III. Nachfragesituation | 18 |
| 1. Einzugsgebiet und Bevölkerung | 18 |
| 2. Projektrelevante Kaufkraft | 19 |
| IV. Angebotssituation | 21 |
| 1. Projektrelevante Wettbewerbssituation innerhalb des Einzugsgebietes | 21 |
| V. Auswirkungenanalyse | 23 |
| 1. Methodischer Ansatz | 23 |
| 2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft | 23 |
| 3. Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen | 24 |
| 4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen | 26 |
| 5. Vereinbarkeit mit dem Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) | 27 |
| VI. Zusammenfassung | 28 |

I. Aufgabenstellung und planungsrechtlicher Rahmen

1. Ausgangslage

Am Standort Carlsauestraße 16 in Olsberg ist die Erweiterung des bestehenden Lidl Lebensmitteldiscounters von derzeit rd. 1.000 m² Verkaufsfläche (VK) auf rd. 1.550 m² VK geplant. Dazu soll das Bestandsgebäude abgerissen und durch einen Neubau ersetzt werden. Zusätzlich ist ein Backshop mit Cafébereich auf insgesamt rd. 200 m² Nutzfläche vorgesehen. Das Einzelhandelskonzept Olsberg 2006 wird derzeit neu aufgestellt; nach aktuellem Konzeptstand ist der Standort an der Carlsauestraße Teil des zentralen Versorgungsbereichs Olsberg.¹

Zur Umsetzung der Planung soll ein Bebauungsplan für ein Sondergebiet (SO) nach § 11 Abs. 3 BauNVO aufgestellt werden. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung sind daher die potenziellen Auswirkungen auf Basis von § 11 Abs. 3 BauNVO in Verbindung mit den entsprechenden Regelungen der Landesplanung in Nordrhein-Westfalen zu prüfen.

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage werden mit der vorliegenden Auswirkungsanalyse folgende Aspekte behandelt:

- /// Darstellung des Planvorhabens,
- /// Darlegung des planungsrechtlichen Rahmens,
- /// Darstellung und Bewertung des Makrostandortes Olsberg und des Mikrostandortes Carlsauestraße,
- /// Abgrenzung des potenziellen betrieblichen Einzugsgebietes des Vorhabens und Ermittlung der dortigen Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale,
- /// Darstellung der projektrelevanten Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und daran angrenzend,
- /// Ermittlung der Umsatzerwartung des erweiterten Lidl-Marktes (anhand des Marktanteilkonzeptes),
- /// Ermittlung der zu erwartenden Umsatzumverteilungseffekte gegenüber bestehenden Standortlagen,
- /// Darstellung und Bewertung der möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen des Vorhabens,
- /// Prüfung der Vereinbarkeit mit den landesplanerischen Vorgaben (LEP NRW).

2. Planungsrechtlicher Rahmen

Die wesentlichen Rechtsgrundlagen für die städtebauliche Entwicklung und Ordnung bei der Planung von Einzelhandelsgroßprojekten stellen das Baugesetzbuch (BauGB) sowie die Baunutzungsverordnung (BauNVO) dar.

¹ GMA: Neuaufstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Olsberg. Das Einzelhandelskonzept befindet sich derzeit in Bearbeitung; der Berichtsentwurf für das Einzelhandelskonzept ist für Februar 2026 vorgesehen. Nach derzeitigem Planungsstand soll die Neuaufstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Olsberg noch vor der Sommerpause 2026 vom Rat der Stadt beschlossen werden.

2.1 Regelungen der Baunutzungsverordnung

Die Rechtsnorm, welche die Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben regelt, ist **§ 11 Abs. 3 BauNVO**. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus²:

- „1. *Einkaufszentren,*
2. *großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach 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,*
3. *sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,*

sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

2.2 Landesplanung

Der Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW) trat am 08. Februar 2017 in Kraft. Er legt folgende Ziele und Grundsätze zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels fest (hier nur projektrelevante Ziele):

„6.5 Großflächiger Einzelhandel

Ziele und Grundsätze

6.5-1 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels nur in Allgemeinen Siedlungsbereichen

Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung dürfen nur in regionalplanerisch festgelegten Allgemeinen Siedlungsbereichen dargestellt und festgesetzt werden.

² Baunutzungsverordnung (BauNVO), in der Fassung der Bekanntmachung vom 23.01.1990 (BGBl. I S. 132); zuletzt geändert durch Gesetz vom 03.07.2023 (BGBl. I S. 176) m.W.v. 07.07.2023

6.5-2 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur in zentralen Versorgungsbereichen

Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur

- in bestehenden zentralen Versorgungsbereichen sowie*
- in neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrierten Lagen, die aufgrund ihrer räumlichen Zuordnung sowie verkehrsmäßigen Anbindung für die Versorgung der Bevölkerung zentrale Funktionen des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs erfüllen sollen, dargestellt und festgesetzt werden.*

Zentrenrelevant sind

- die Sortimente gemäß Anlage 1 und*
- weitere von der jeweiligen Gemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste).*

Ausnahmsweise dürfen Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden, wenn nachweislich:

- eine Lage in den zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere der Erhaltung gewachsener baulicher Strukturen oder der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild nicht möglich ist und*
- die Bauleitplanung der Gewährleistung einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und*
- zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.*

6.5-3 Ziel Beeinträchtigungsverbot

Durch die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

...

6.5-10 Ziel Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung

Vorhabenbezogene Bebauungspläne für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung sind, soweit von § 12 Absatz 3a Satz 1 Baugesetzbuch kein Gebrauch gemacht wird, nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Festlegungen 6.5-1, 6.5-7 und 6.5-8 entsprechen; im Falle von zentrenrelevanten Kernsortimenten haben sie zudem den Festlegungen 6.5-2 und 6.5-3, im Falle von nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten den Festlegungen 6.5-4, 6.5-5 und 6.5-6 zu entsprechen.“

Die Landesregierung Nordrhein-Westfalen hat am 14. März 2025 die **3. Änderung des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen** beschlossen. In der aktuell vorliegenden **Entwurfassung (13.03.2025)** wurde u. a. zur Umsetzung der aktuellen Rechtsprechung zum großflächigen Einzelhandel die „Nahversorgungsausnahme“ in Ziel 6.5-2 angepasst:

6.5-2 Ziel Standorte des großflächigen Einzelhandels mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur in zentralen Versorgungsbereichen

Dabei dürfen Kerngebiete und Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des

§ 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nur

- *in bestehenden zentralen Versorgungsbereichen sowie*
- *in neu geplanten zentralen Versorgungsbereichen in städtebaulich integrierten Lagen, die aufgrund ihrer räumlichen Zuordnung sowie verkehrsmäßigen Anbindung für die Versorgung der Bevölkerung zentrale Funktionen des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs erfüllen sollen, dargestellt und festgesetzt werden.*

Zentrenrelevant sind

- *die Sortimente gemäß Anlage 1 und*
- *weitere von der jeweiligen Gemeinde als zentrenrelevant festgelegte Sortimente (ortstypische Sortimentsliste).*

Ausnahmsweise dürfen Sondergebiete für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dargestellt und festgesetzt werden, wenn nachweislich:

- *die Bauleitplanung der Gewährleistung einer wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dient und*
- *eine Lage in den zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen Gründen, insbesondere der Erhaltung gewachsener baulicher Strukturen oder der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild, nicht möglich oder aus siedlungsstrukturellen Gründen nicht zweckmäßig zur wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten ist und*
- *zentrale Versorgungsbereiche von Gemeinden nicht wesentlich beeinträchtigt werden.“*

Es ist jedoch zu berücksichtigen, dass sich das Änderungsverfahren des LEP NRW derzeit noch in Durchführung befindet. Die geplante 3. Änderung des LEP NRW sowie die darin enthaltenen Anpassungen in Ziel 6.5-2 sind als ein in Aufstellung befindliches Ziel zu betrachten.

Der **Regionalplan Arnsberg – Räumlicher Teilplan Märkischer Kreis, Kreis Olpe und Kreis Siegen-Wittgenstein** (28.03.2025)³ trifft in Ergänzung zur Landesplanung folgende Regelungen zum großflächigen Einzelhandel:

„4.4-1 Ziel – Sicherung wohnortnaher Versorgung

Konkretisierend zu Ziel 6.5-2 LEP NRW liegt ein siedlungsstruktureller Grund, der die Lage eines Vorhabens im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches ermöglicht, vor, wenn die wohnortnahe Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten aufgrund der räumlichen Distanz zum zentralen Versorgungsbereich nicht sichergestellt werden kann. Bei der Änderung, Ergänzung oder Aufstellung von Bauleitplänen für großflächige Einzelhandelsbetriebe gem. § 11 Abs. 3 BauNVO sind in diesem Sinne auch die Auswirkungen auf die Nahversorgungsstandorte im Einzugsbereich, die der wohnortnahen Versorgung dienen, zu ermitteln und in die Abwägung einzustellen.

³ Der Regionalplan Arnsberg – Räumlicher Teilplan Märkischer Kreis, Kreis Olpe und Kreis Siegen-Wittgenstein wurde am 12.03.2025 vom Regionalrat Arnsberg festgestellt und am selbigen Tag der Landesplanungsbehörde gemäß § 19 Abs. 4 und Abs. 7 LPIG angezeigt. Im Rahmen des Anzeigeverfahrens sind keine Einwendungen erhoben worden. Die Neuaufstellung des Regionalplans Arnsberg – Räumlicher Teilplan Märkischer Kreis, Kreis Olpe, Kreis Siegen-Wittgenstein wird gemäß § 10 Abs. 1 Halbsatz 2 ROG mit der Bekanntmachung im Gesetz- und Verordnungsblatt NRW vom 28.03.2025 wirksam.

4.4-2 Grundsatz – Anbindung des großflächigen Einzelhandels an den ÖPNV

Die Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für Vorhaben i. S. d. § 11 Abs. 3 BauNVO soll nur erfolgen, wenn eine regelmäßige Erreichbarkeit mit Verkehrsmitteln des öffentlichen Personennahverkehrs sichergestellt ist.“

2.3 Einzelhandelskonzept für die Stadt Olsberg 2025 / 2026

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Olsberg aus dem Jahr 2006 wird derzeit von der GMA neu aufgestellt. Die wesentlichen analytischen Bausteine wurden im Jahr 2025 bearbeitet; hierunter fallen eine flächendeckende Bestandserhebung des Einzelhandels im Stadtgebiet Olsberg, eine Aufnahme der Komplementärnutzungen und der leerstehenden Ladeneinheiten in den zentralen Versorgungsbereichen zur Begründung und Abgrenzung dieser sowie Fachgespräche mit Vertretern im Einzelhandel und eine Online-Verbraucherbefragung. Derzeit stimmen die Stadt Olsberg und die GMA die konzeptionellen Bausteine mit den übergeordneten Genehmigungsbehörden ab; ein Termin mit der Bezirksregierung Arnsberg findet im Januar 2026 statt.⁴ Hier werden insbesondere die Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche Olsberg und Bigge diskutiert.

Es ist vorgesehen den Planstandort Lidl in den künftigen zentralen Versorgungsbereich Olsberg zu integrieren. Im aktuellen Flächennutzungsplan der Stadt Olsberg ist der Standort des Lidl Lebensmitteldiscounters⁵ bereits im zentralen Versorgungsbereich umfasst.

Als zweiter zentraler Versorgungsbereich wird der zentrale Versorgungsbereich Bigge ausgewiesen, der im Wesentlichen die mittel- und großflächigen Fachmarkteinheiten sowie Lebensmittelmärkte im Bereich Fruges Straße / Ruhrufer sowie die kleinteiligeren Strukturen entlang der Hauptstraße / Bigger Platz / Josef-Rüther-Straße umfasst.

3. Definition des Betriebstyps Lebensmitteldiscounter 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. Be-

⁴ Der Berichtsentwurf für das Einzelhandelskonzept ist für Februar 2026 vorgesehen. Nach derzeitigem Planungsstand soll die Neuaufstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Olsberg noch vor der Sommerpause 2026 vom Rat der Stadt beschlossen werden.

⁵ Die westlich an das Grundstück der Lidl-Bestandsfiliale angrenzende Erweiterungsfläche ist gemäß Flächennutzungsplan der Stadt Olsberg formal nicht im zentralen Versorgungsbereich umfasst; diese Erweiterungsfläche grenzt aber unmittelbar an die Fläche der Bestandsfiliale an.

reiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Einkaufswagenzone, Leergutautomaten und Windfang.⁶ 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.) unterschieden⁷.

Die Definitionen für **Betriebstypen** liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Zur Einordnung und Charakteristik der in Deutschland vorhandenen Betriebstypen des Lebensmittel Einzelhandels werden die Betriebsformen nachfolgend kurz definiert:⁸

„Supermarkt:

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel⁹ führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.

Großer Supermarkt:

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel¹⁰ führt.

SB-Warenhaus:

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood-II-Angebot führt.

Discounter:

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche zwischen ca. 800 und 1.700 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel (Schnelldreher) konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood-I-Sortimente sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot unterschiedlichster Sortimente aus dem Food- und Nonfood-Sortiment mit Schwerpunkt bei Nonfood-II-Artikeln führt. Es gibt i. d. R. keine Bedientheken; Backwaren werden regelmäßig über SB-Backstationen in Selbstbedienung angeboten.

LEH-Fachgeschäft:

Ein LEH-Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft, das auf eine Warengruppe

⁶ vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04, Rd. Nr. 26.

⁷ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2023, Seite 397.

⁸ Quellen u.a.: EHI handelsdaten aktuell 2023, Seite 394, Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie: Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2020, S. 42 ff., eigene Marktforschung GMA.

⁹ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

¹⁰ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

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 m², 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 m² 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 m² Verkaufsfläche zwischen 15.000 – 25.000 Artikel offeriert, ist bei Lebensmitteldiscountern heutzutage von ca. 2.500 bis 4.500 Artikeln im Stammsortiment auszugehen.

Lebensmitteldiscounter, wie die projektierte Lidl-Filiale in Olsberg, 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 der Aktionsware handelt es sich überwiegend um Angebote außerhalb des Lebensmittelbereichs. Hier kommen ganz unterschiedliche Artikel zum Verkauf, wobei ein gewisser Schwerpunkt bei Bekleidung, Haushaltswaren und Elektrowaren liegt. Letztlich ist die Artikelzusammensetzung jedoch äußerst heterogen. Der Schwerpunkt liegt auf Waren des kurzfristigen Bedarfs, wobei der Umsatzanteil im Food-Bereich bei Lebensmitteldiscountern je nach Anbieter bei ca. 80 – 87 % liegt.¹¹

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. Hauptursachen für den wachsende Flächenbedarf sind gestiegene Anforderungen an eine kundengerechte Warenpräsentation (breitere Gänge, niedrigere Regale usw.), Optimierungsvorgaben der internen Logistik sowie eine Anpassung an den demografischen Wandel und die zunehmende Ausdifferenzierung der Kundenwünsche. Die Ausdifferenzierung der Kundenwünsche hat – v. a. bei Vollsortimentern, aber auch bei Disco-

¹¹ Quelle: EHI handelsdaten online.

untern – eine **sukzessive Ausweitung der Sortimente** mit sich gebracht. Wichtig für den Unternehmenserfolg ist heute das Vorhalten von Artikeln aus verschiedenen Preis-Bereichen (Marken- und Eigenmarken), Verpackungsgrößen (Normal-, Familien-, Single-Größen), Herkunftsregionen und Qualitätsstufen (verschiedene Bio-, Diät- und Spezial-Lebensmittel wie etwa gluten- oder laktosefreie Produkte, regional erzeugte Lebensmittel oder Fair Trade-Artikel).

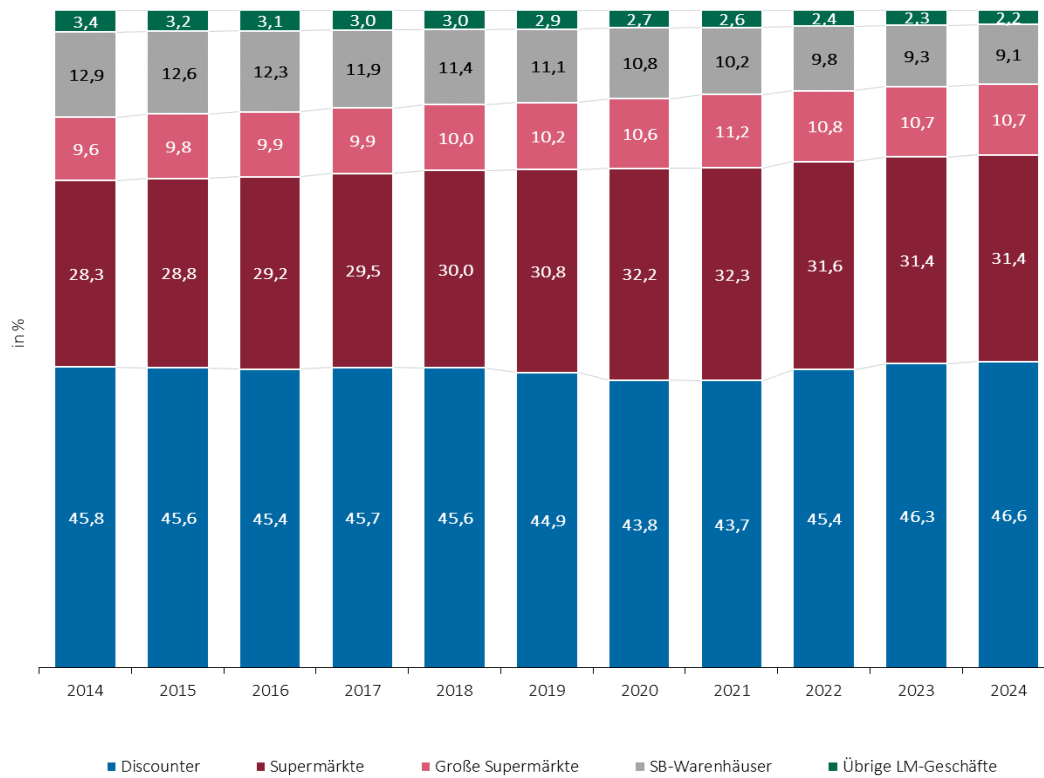
Die gängigen deutschlandweit expandierenden Anbieter Aldi, Lidl, Netto Marken-Discount und Penny streben im Neubau in der Regel die Großflächigkeit (> 800 m² Verkaufsfläche) an, wobei bei den Marktführern Aldi und Lidl je nach Standort Verkaufsflächen zwischen ca. 1.200 und 1.700 m² realisiert werden, und auch Norma, Netto Marken-Discount und Penny mittlerweile Verkaufsflächen bis zu 1.200 m² umsetzen.

Die einzelnen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels weisen eine unterschiedliche Entwicklung auf. Während Supermärkte und große Supermärkte ihre Marktposition ausbauen konnten, waren die **Marktanteile** der SB-Warenhäuser und kleinen Lebensmittelgeschäfte rückläufig. Es ist allerdings angesichts der hohen Inflation eine weitere Verlagerung von Marktanteilen zugunsten der Discounter zu erwarten, die in den vergangenen 10 Jahren ihren Marktanteil auf hohem Niveau stabil halten konnten (vgl. Abbildung 1).

Gemessen am Gesamtumsatz im deutschen Lebensmitteleinzelhandel nehmen **Lebensmittel-discounter** mit über 46 % noch immer den **größten Marktanteil** ein. Auf Supermärkte und Große Supermärkte entfallen ca. 42 %, auf SB-Warenhäuser immerhin ca. 9 %. Damit hat sich der Discounter vor dem Supermarkt als wesentlicher Träger der Lebensmittelversorgung in Deutschland etabliert. Bei den Discountern schien der langanhaltende Wachstumstrend zwischenzeitlich gebrochen, seit 2012 hatte die Zahl der Discounter tendenziell abgenommen, während sich die Zahl der großen Supermärkte noch leicht erhöht hatte. Dieser Trend hat sich nun in jüngster Zeit wieder etwas umgekehrt.¹²

¹² Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2025, Seite 77.

Abbildung 1: Entwicklung der Umsatzanteile im Lebensmittelhandel



Quelle: EHI Retail Institute 2025, GMA-Darstellung 2025

II. Standortbeschreibung

1. Makrostandort Olsberg

| Standortkriterien | Merkmale Olsberg |
|--|--|
| Lage im Raum  | <ul style="list-style-type: none"> /// Im Osten von Nordrhein-Westfalen, Lage im Regierungsbezirk Arnsberg. /// Lage im östlichen Hochsauerlandkreis, im oberen Ruhrtal zwischen den Mittelzentren Brilon und Meschede. /// nächstgelegene Oberzentren: Paderborn (ca. 45 km nördlich), Dortmund (ca. 70 km westlich)¹³. /// nächstgelegene Mittelzentren: Brilon (ca. 8 km nordöstlich), Meschede (ca. 14 km westlich), Warstein (ca. 15 km nordwestlich), Winterberg (ca. 18 km südlich). |
| landes- und regionalplanerische Funktion | <ul style="list-style-type: none"> /// zentralörtliche Funktion als Grundzentrum ¹⁴. /// Auftrag: grundlegende Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs¹⁵. |
| Demographie  | <ul style="list-style-type: none"> /// aktuell ca. 14.586 Einwohner¹⁶. /// Bevölkerungsentwicklung 2014 – 2024: - 1,6 % bzw. - 236 Personen¹⁷. /// Bevölkerungsprognose Olsberg bis 2030: - 4,2 % im Vergleich zu 2023¹⁸. |
| Siedlungsstruktur  | <ul style="list-style-type: none"> /// Ländliche Strukturen mit geringer Bebauungsdichte; talgebundene Siedlungskette mit hohem Anteil an Wald- und Freiflächen. /// Gliederung in 12 Ortsteile: Antfeld, Assinghausen, Bigge, Olsberg, Bruchhausen, Brunskappel, Elleringhausen, Elpe/Heinrichsdorf, Gevelinghausen, Helmeringhausen, Wiemeringhausen, Wulmeringhausen. /// Einwohnerschwerpunkte in den Ortsteilen Olsberg (ca. 4.066 Einwohner) und Bigge (ca. 4.186 Einwohner); diese sind siedlungsräumlich zusammengewachsen und bilden gemeinsam die Kernstadt. /// Übrige Ortsteile (mit geringeren Einwohneranteilen) in disperser Siedlungsstruktur im Stadtgebiet. |
| Verkehrliche Erreichbarkeit   | <ul style="list-style-type: none"> /// Nächstgelegene Autobahn A 46 (Olsberg – Arnsberg) verläuft unmittelbar nordwestlich des Stadtgebietes; Zufahrt über B 480 / B 7 (Anschlussstelle „Olsberg“). /// Hauptverkehrsachsen durchs Stadtgebiet: B 7 (Ost-West-Verbindung durch nördliches Stadtgebiet; Antfeld – Brilon), B 480 (Nord-Süd-Verbindung und Ortsumgehung; Olsberg – Winterberg), ergänzt durch Kreis- und Landesstraßen. /// Bahnhöfe in Olsberg und Bigge mit Anschluss an das regionale Schienennetz („Sauerland-Express“ RE 17, Hagen – Olsberg – Kassel / Warburg) sowie „Dortmund-Sauerland-Express“ RE 57, Dortmund – Bigge – Winterberg)¹⁹. /// Integration in das Busliniennetz des RLG (Buslinien S30, S40, R31) mit Anbindung innerhalb des Olsberger Stadtgebietes und in das Umland. |

¹³ Die Kilometerangaben zu den nächstgelegenen Ober-, Mittel- und Unterzentren sind als Entfernungen per Luftlinie zwischen den jeweiligen Innenstädten zu verstehen.

¹⁴ Landesentwicklungsplan NRW 2024, S. 181.

¹⁵ Landesentwicklungsplan NRW 2024.



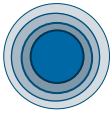



¹⁶ Stadt Olsberg, nur Hauptwohnsitze, Stand 31.12.2024.

¹⁷ Stadt Olsberg, nur Hauptwohnsitze, Stichtag 31.12.2014 und 31.12.2024.


¹⁸ IT.NRW, Statistisches Landesamt: Kommunalprofil Stadt Olsberg, Stand 23.05.2024.

¹⁹ Tourismus Brilon Olsberg GmbH, Stand 08.12.2025.

2. Mikrostandort Carlsauestraße

| Standortkriterien | Merkmale Standort Carlsauestraße |
|---|--|
| <p>Lage im Stadtgebiet</p>  | <ul style="list-style-type: none"> /// Projektstandort (Erweiterung Lebensmitteldiscounter Lidl) befindet sich im südlichen Bereich des Ortsteils Olsberg an der Carlsauestraße / L 743. /// Siedlungsräumlich integrierte Lage: Siedlungsbezug in Richtung Norden (Wohngebiete) und Süden (Wohnbebauung); im Osten Gelände Jugendhilfe inkl. Wohnheime; in Richtung Westen verläuft Ruhr bevor Wohnbebauung anschließt. /// Gemäß Neuaufstellung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Olsberg Lage im zentralen Versorgungsbereich Olsberg. |
| <p>Daten zum Vorhaben</p>  | <ul style="list-style-type: none"> /// Abriss und Neubau der Bestandsfiliale des Lebensmitteldiscounters Lidl an der Carlsauestraße 16. /// Planungen sehen nach Angaben des Auftraggebers eine Erweiterung der Verkaufsfläche von rd. 1.000 m² VK auf rd. 1.550 m² VK vor. /// Ein Backshop mit Cafébereich (insgesamt rd. 200 m² Nutzfläche) ist in einem der Lidl-Filiale vorgelagerten Bau im östlichen Bereich des Grundstücks vorgesehen. /// Erweiterung des Projektgrundstücks um ein westlich angrenzendes Grundstück; auf diesem befindet sich noch ein Blumenhandel, welcher den Standort verlässt. /// Vor- und hintergelagert zur Lidl-Filiale sollen insgesamt rd. 120 ebenerdige Stellplätze entstehen; die Zu- und Abfahrt erfolgt über die Carlsauestraße. /// Sichtbarkeit des Standortes von der Carlsauestraße aus beiden Richtungen gegeben. |
| <p>Nutzungsstruktur und Standortumfeld</p>  | <ul style="list-style-type: none"> /// Nördlich des Projektgrundstücks grenzen Wohnbebauung und eine private Naturheilpraxis an; entlang der Carlsauestraße bilden weitere Komplementärnutzungen (Gastronomie, Sonnenstudio) eine räumlich-funktionale Anbindung zur historischen Ortsmitte Olsbergs, die unweit nördlich des Projektstandortes zu verorten ist. /// Östlich anschließend – hinter der Carlsauestraße – liegt das Areal einer Jugendhilfe (u. a. Wohnheime, Verwaltungsgebäude). /// Südlich des Projektstandortes bestehen entlang der Carlsauestraße Wohnbebauung sowie vereinzelte Komplementärnutzungen (Handwerk / Gewerbe); südöstlich ist ein Getränkefachmarkt (Netto Getränke-Discount) ansässig. /// Westlich des Vorhabengrundstücks verläuft der Flusslauf der Ruhr, bevor vereinzelte Wohnnutzungen anschließen. |
| <p>Verkehrliche Erreichbarkeit</p>    | <ul style="list-style-type: none"> /// Sehr gute Pkw-Erreichbarkeit durch Lage an der Carlsauestraße (L 743), mit Anschluss an B 480 (Ortsumgehung) und K 15 / Bahnhofstraße (Hauptverkehrsachse durch Olsberg – Bigge). /// Nächstgelegene ÖPNV-Haltestelle von Lidl-Filiale sind Bushaltestellen „Olsberg, Heidfeldstraße“ (rd. 210 m südlich) und „Olsberg, Ruhrstraße“ (rd. 250 m nördlich)²⁰. /// Fußläufige Erreichbarkeit aus den angrenzenden Wohngebieten über beidseitige Fußwege entlang der Carlsauestraße möglich. Querungshilfe (Verkehrinsel) besteht in kurzer Distanz zur Lidl-Filiale. |

²⁰ Entfernung in Luftliniendistanz von Eingang Lidl-Filiale.

| Standortkriterien | Merkmale Standort Carlsauestraße |
|---|---|
| <p>Zusammengefasste Standortfaktoren</p>  | <ul style="list-style-type: none"> /// Gemäß Neuaufstellung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Olsberg Lage innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Olsberg. /// Siedlungsräumlich integrierte Lage. /// Sehr gute inner- und überörtliche verkehrliche Erreichbarkeit des Planstandortes gegeben. /// Sichtbarkeit des Standortes von der Carlsauestraße aus von beiden Richtungen gegeben. /// Bestehende ÖPNV-Anbindung, in ca. 300 – 400 m Entfernung. /// Fußläufig erreichbar; Querungsmöglichkeit für Fußgänger an der Carlsauestraße vorhanden. |

GMA-Zusammenstellung 2025

Foto 1: Lidl-Filiale (Bestandsmarkt), Carlsauestraße



Foto 2: Westlich an Lidl-Grundstück angrenzende Erweiterungsfläche



Foto 3: Querungshilfe an der Carlsauestraße

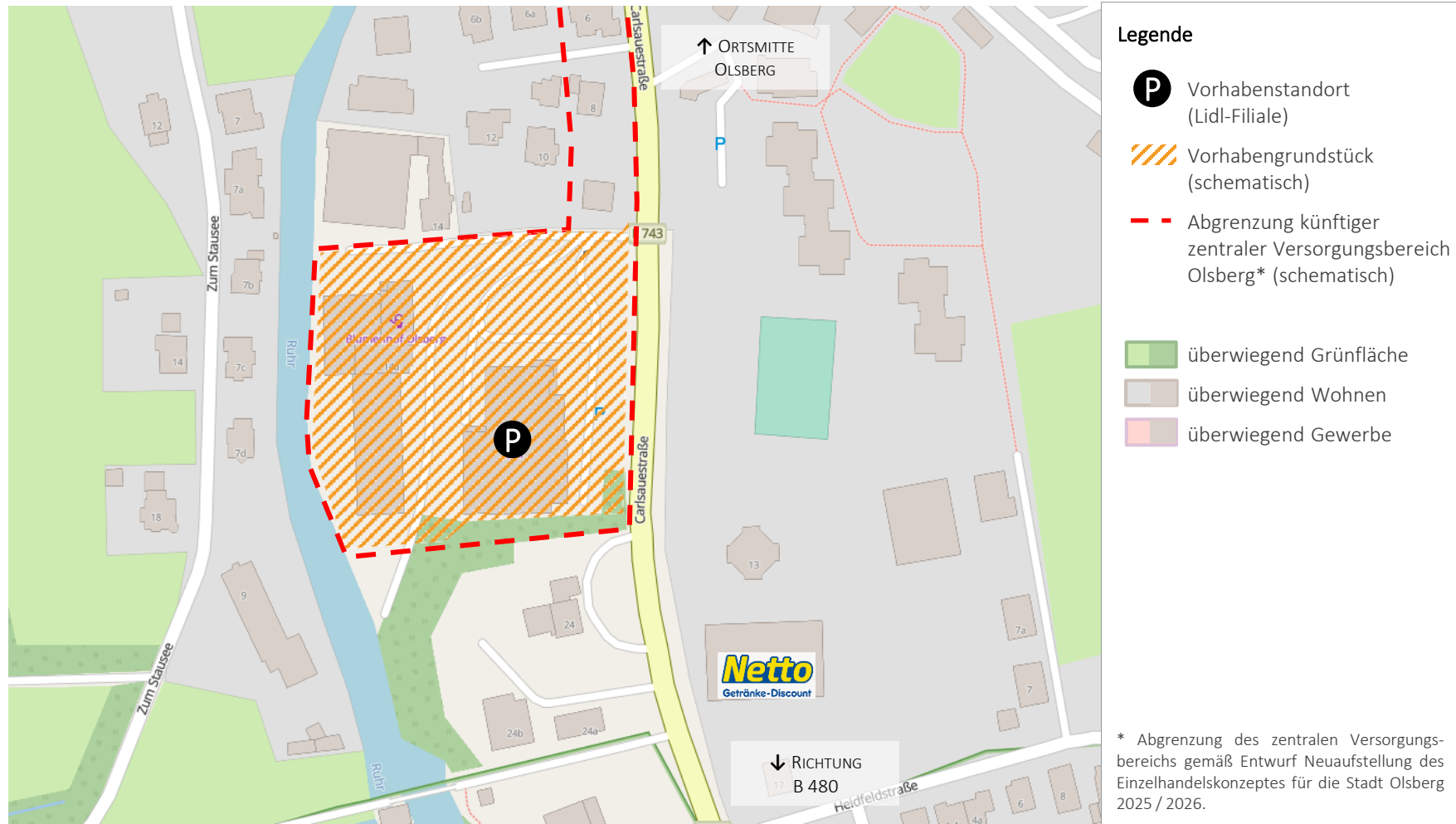


Foto 4: Nutzungen entlang der Carlsauestraße nördlich der Lidl-Filiale



Fotos: GMA 2025

Karte 1: Mikrostandort Carlsauestraße



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2025; GMA-Erhebung Erhebungsstand 10 / 2025

III. Nachfragesituation

1. Einzugsgebiet und Bevölkerung

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes für den zu erweiternden Lidl-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
- /// verkehrliche und topografische Gegebenheiten im Untersuchungsraum
- /// ausgewählte Zeit- und Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte).

Vor diesem Hintergrund lässt sich für den erweiterten Lidl-Markt ein Einzugsgebiet abgrenzen, welches dem Stadtgebiet der Stadt Olsberg entspricht. Aufgrund der Lage der Ortsteile Olsbergs, der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Entfernung zum Vorhabenstandort und der Wettbewerbssituation erfolgt eine Unterteilung des Einzugsgebietes in zwei Zonen (vgl. Karte 2). Im Gesamteinzugsgebiet des Vorhabens leben **rd. 14.590 Einwohner**.²¹

Das Kerneinzugsgebiet (Zone 1) umfasst die Hauptorte Olsberg und Bigge sowie die südlichen Ortsteile Assinghausen, Helmeringhausen und Wulmeringhausen. In **Zone 1** des Einzugsgebietes leben rd. 9.590 Einwohner. Der **Zone 2** des Einzugsgebietes sind die restlichen Ortsteile von Olsberg zuzuordnen, da aufgrund der verkehrlichen Anbindung und der Wettbewerbssituation von einer stärkeren Einkaufsorientierung der Bevölkerung dieses Teilraums an andere Standorte auszugehen ist (v. a. Bestwig, z. T. Brilon, Winterberg). In **Zone 2** des Einzugsgebietes leben derzeit rd. 5.000 Einwohner.

Eine weitere Ausdehnung des Einzugsgebietes ist v. a. aufgrund der siedlungsräumlichen Gegebenheiten, der zu überwindenden Distanzen sowie der Wettbewerbssituation im Umland (vgl. Karte 2) nicht abzuleiten. In den an Olsberg angrenzenden Kommunen sind eine Vielzahl von Wettbewerbern zu identifizieren, u. a. in Bestwig (Aldi, Lidl, Netto Marken-Discount und Rewe), in Brilon (u.a. Filialen von Aldi, Lidl, Penny, 2x Netto Marken-Discount, Combi, Edeka, Hit und Rewe) und in Winterberg (Filialen von Netto Marken-Discount jeweils in den nördlichen, schnell aus Olsberg zu erreichenden Stadtteilen Niedersfeld und Siedlinghausen). Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage des Standortes ist in gewissem Umfang mit Umsätzen von Kunden von außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes zu rechnen (z. B. durch Pendlerverflechtungen, Besucher / Touristen). Diese werden in den nachfolgenden Berechnungen als sog. **Streuumsätze** berücksichtigt.

²¹ Quelle: Stadt Olsberg, nur Hauptwohnsitze, Stand: 31.12.2024

2. Projektrelevante Kaufkraft

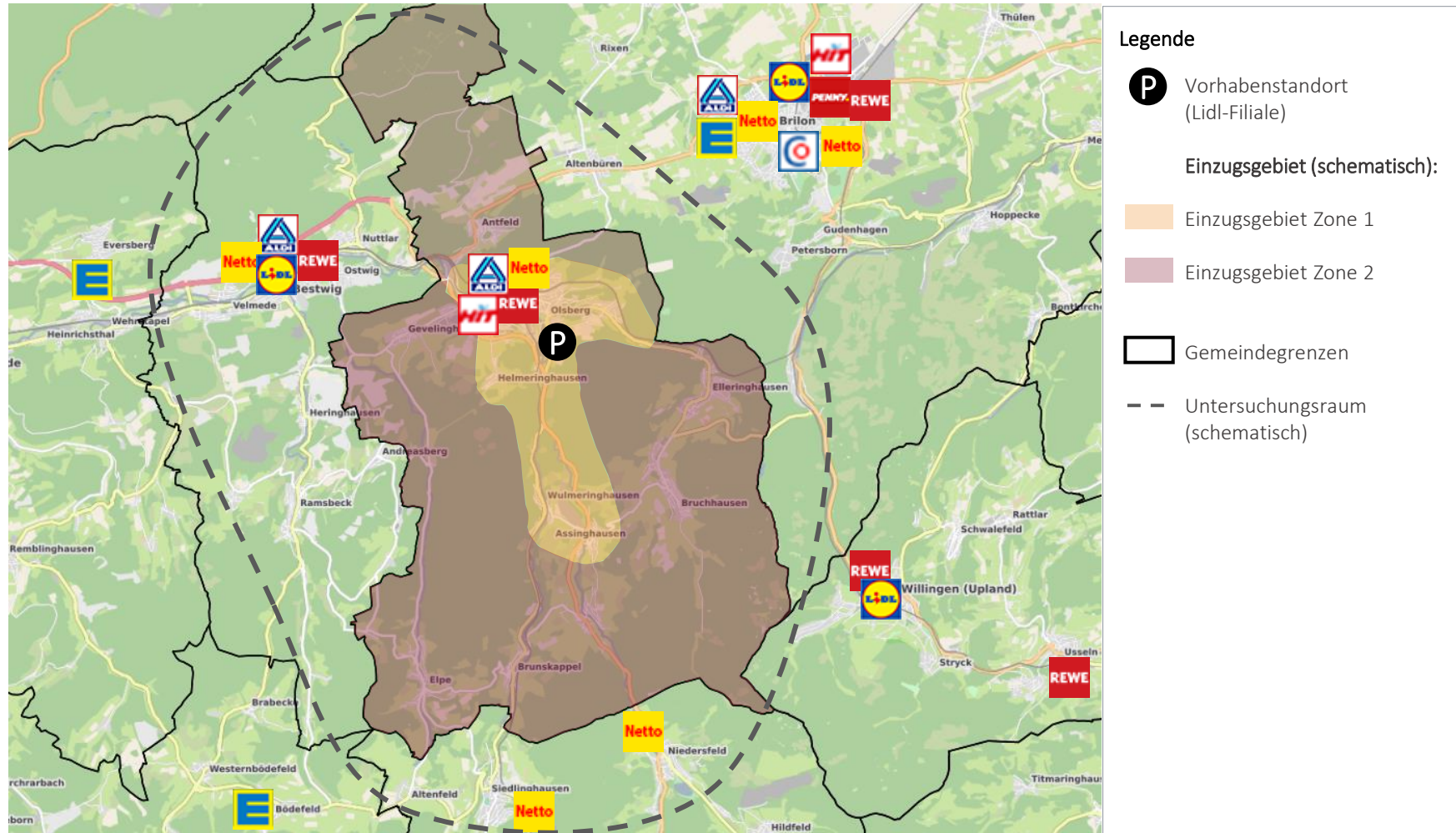
Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante²² Kaufkraft einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk in Deutschland pro Kopf der Wohnbevölkerung derzeit **ca. 6.864 €**. Davon entfallen auf **Nahrungs- und Genussmittel ca. 2.930 €** und auf die sonstigen Nichtlebensmittel ca. 3.934 €.

Bei der Kaufkraftberechnung für das Einzugsgebiet ist darüber hinaus das lokale Kaufkraftniveau²³ zu beachten. Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau der Stadt Olsberg mit 97,4 leicht unter dem Bundesdurchschnitt. Für das abgegrenzte Einzugsgebiet beläuft sich das untersuchungsrelevante Kaufkraftpotenzial bei **Nahrungs- und Genussmitteln somit auf insgesamt ca. 41,6 Mio. € p. a.** Hiervon entfallen ca. 27,3 Mio. € auf Zone 1 sowie 14,3 Mio. € auf Zone 2 des Einzugsgebietes.

²² Einzelhandel im engeren Sinne (ohne Brennstoffe, Kraftfahrzeuge etc.).

²³ Quelle: MB Research, Stand 2024.

Karte 2: Einzugsgebiet und Hauptwettbewerber des Vorhabens im Untersuchungsraum



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; GMA-Bearbeitung 2025; GMA-Erhebung Erhebungsstand 10 / 2025

IV. Angebotssituation

1. Projektrelevante Wettbewerbssituation innerhalb des Einzugsgebietes

Im Rahmen der vorliegenden Analyse erfolgte im Oktober 2025 eine Erhebung des projektrelevanten Einzelhandelsbestandes in Olsberg und im Umland. Da der Angebotsschwerpunkt im Nahrungs- und Genussmittelbereich liegt, wurden in diesem Zusammenhang die wesentlichen Lebensmittelanbieter, d. h. vor allem Lebensmitteldiscounter und -vollsortimenter berücksichtigt.

Tabelle 1: Hauptwettbewerber des Planvorhabens

| Betrieb | Lage | VK-Größenklasse in m ² |
|--|--|-----------------------------------|
| Olsberg – Zone 1 | | |
| Rewe (Ruhrufer) | Lage im zentrale Versorgungsbereich Bigge | 1.200 – 2.000 |
| Hit (Fruges Straße) | Lage im zentrale Versorgungsbereich Bigge | >3.000 |
| Aldi Nord (Fruges Straße) | Lage im zentrale Versorgungsbereich Bigge | >800 – 1.200 |
| Netto Marken-Discount (Ruhrufer) | Lage im zentrale Versorgungsbereich Bigge | 400 – 800 |
| Olsberg – Zone 2: keine wesentlichen Wettbewerber | | |
| Bestwig – außerhalb des Einzugsgebietes | | |
| Rewe (Borghausen) | faktischer zentraler Versorgungsbereich Bestwig | 1.200 – 2.000 |
| Lidl (Bundesstraße) | faktischer zentraler Versorgungsbereich Bestwig | >800 – 1.200 |
| Netto (Bundesstraße) | faktischer zentraler Versorgungsbereich Bestwig | 400 – 800 |
| Aldi Nord (Borghausen) | faktischer zentraler Versorgungsbereich Bestwig | >800 – 1.200 |
| Winterberg – außerhalb des Einzugsgebietes | | |
| Netto Marken-Discount, (Ruhrstraße) | sonstige Lage im Ortsteil Niedersfeld, Winterberg | 400 – 800 |
| Netto Marken-Discount, (Hochsauerlandstraße) | sonstige Lage im Ortsteil Siedlinghausen, Winterberg | 400 - 800 |

GMA Erhebung und Zusammenstellung 2025; Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Bigge gemäß Entwurf Neuaufstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Olsberg 2025 / 2026

Darüber hinaus ist in **Zone 1** des Einzugsgebietes auf die Getränkemarkte von Hit (ZVB Bigge) und Netto Getränke-Discount (sonstige Lage Olsberg) mit Verkaufsflächen zwischen ca. 600 und 800 m² sowie auf den kleinflächigen Nahversorger Ihre Kette in Assinghausen (ca. 200 – 300 m² VK) hinzuweisen.

In **Zone 2**, welche eine Reihe kleinerer Ortsteile von Olsberg umfasst, sind keine wesentlichen Angebotsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel ansässig.

Insgesamt nehmen die o. g. Betriebe (inkl. Getränkefachmärkte) innerhalb der **Zone 1** des Einzugsgebietes eine Verkaufsfläche von insgesamt **rd. 8.200 m²** ein, auf der eine Umsatzleistung von insgesamt **ca. 29 – 30 Mio. € bei Nahrungs- und Genussmitteln** erzielt wird.

Die wesentlichen Wettbewerber **außerhalb von Olsberg im Untersuchungsraum** nehmen eine Verkaufsfläche von **rd. 6.100 m²** mit einem Umsatz von **rd. 27 – 28 Mio. € bei Nahrungs- und Genussmitteln** ein. Davon entfallen ca. 4.600 m² VK und ein Umsatz von rd. 22 – 23 Mio. € bei Nahrungs- und Genussmitteln auf den faktischen zentralen Versorgungsbereich Bestwig und ca. 1.500 m² VK sowie ca. 6 – 7 Mio. € auf die beiden Filialen von Netto Marken-Discount in Winterberg.

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:

- / Das Marktanteilkonzept stellt als erster Ansatz die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens (= Marktanteile) aus dem Einzugsgebiet dar und zeigt, aus welchen Teilräumen dem Vorhaben die Kaufkraft der Endverbraucher für die einzelnen Sortimente bzw. Betriebstypen zufließt.
- / Das Umsatzverteilungsmodell dient als zweiter Ansatz der Prognose der Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Angebote im Einzugsgebiet sowie im Umfeld. Es zeigt dabei, 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 (Lidl Lebensmitteldiscounter mit rd. 1.550 m² Verkaufsfläche)

| Zone Einzugsgebiet | Kaufkraft Nahrungs- und Ge- nussmittel (in Mio. €) | Marktanteil (in %) | Umsatz | | | |
|-----------------------------|--|-----------------------|---|---|-----------------------|------------------|
| | | | Nahrungs- und Ge- nussmittel (in Mio. €) | Randsorti- mente Nonfood (in Mio. €) | Gesamt (in Mio. €) | Gesamt (in %) |
| Zone 1 | 27,3 | 19 - 20 | 5,3 | 1,3 | 6,6 | 60 |
| Zone 2 | 14,3 | 15 - 16 | 2,2 | 0,6 | 2,8 | 25 |
| Einzugsgebiet gesamt | 41,6 | 18 - 19 | 7,5 | 1,9 | 9,4 | 85 |
| Streuumsätze | | | 1,4 | 0,3 | 1,7 | 15 |
| Umsatz gesamt | | | 8,9 | 2,2 | 11,1 | 100 |

GMA-Berechnungen 2025 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen).

Insgesamt kann für den erweiterten Lidl-Lebensmitteldiscounter mit einer projektierten Verkaufsfläche von ca. 1.550 m² von einer Umsatzleistung in Höhe von **rd. 11,1 Mio. €** ausgegangen werden. Davon entfallen ca. 8,9 Mio. € auf Nahrungs- und Genussmittel und etwa 2,2 Mio. € auf Nonfood-Artikel. Der Gesamtumsatz entspricht einer Flächenleistung von rd. 7.150 € / m² Verkaufsfläche.

Zur Einordnung dieser Werte werden durchschnittliche Kennzahlen für Lebensmittelhändler in Deutschland herangezogen: Für Filialen des Lebensmitteldiscounters Lidl in Deutschland liegt die durchschnittliche Verkaufsflächengröße derzeit bei rd. 942 m². Die durchschnittliche

Flächenleistung beträgt ca. 10.480 € / m².²⁴ Daraus ergibt sich ein durchschnittlicher Filialumsatz von Lidl von rd. 9,9 Mio. €.

Aufgrund der projektierten Größe der Lidl-Filiale wird die durchschnittliche Flächenleistung von Lidl in vorliegendem Fall nicht erreicht, allerdings liegt der Gesamtumsatz mit rd. 11,1 Mio. € deutlich über dem deutschlandweiten Schnitt. In der Handelswissenschaft ist unbestritten, dass mit einer zunehmenden Flächenausweitung nicht eine ebenso starke Ausweitung des Umsatzes einhergeht. Vielmehr sinkt die Flächenleistung pro m² Verkaufsfläche i. d. R. bei der Erweiterung der Verkaufsfläche. Demzufolge bildet der Wert einen **realitätsnahen worst-case-Ansatz** ab.

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 Ansiedlungsvorhaben
- /// 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 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

²⁴ Quelle: Hahn Retail Real Estate Report Germany 2025 / 2026.

den Betrieb dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt.“²⁵

Die geplante Erweiterung des Lidl-Lebensmitteldiscounters ist wie folgt zu beurteilen:

- / Etwa 8,9 Mio. € Gesamtumsatz (davon ca. 7,1 Mio. € im Bereich Food sowie ca. 1,8 Mio. € mit Nonfood-Artikeln) werden von dem Bestandsmarkt schon heute erzielt und bleiben damit ohne Auswirkungen auf den Wettbewerb. Diese Umsätze werden bereits heute am Standort Carlsauestraße gebunden, da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen und dem Kundeneinzugsgebiet keine nennenswerten Veränderungen ergeben werden.
- / Die erweiterte Lidl-Filiale wird an ihrem Standort auf einer geplanten Verkaufsfläche von insgesamt ca. 1.550 m² eine Umsatzleistung von ca. 11,1 Mio. € erzielen. Davon entfallen ca. 8,9 Mio. € auf den Lebensmittel- und ca. 2,2 Mio. € auf den Nichtlebensmittelbereich.
- / Mit der geplanten Verkaufsflächenerweiterung von ca. 550 m² wird es zu einer Umsatzsteigerung von ca. 2,2 Mio. € kommen, davon ca. 1,8 Mio. € im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und ca. 0,4 Mio. € im Nichtlebensmittelbereich.

Tabelle 3 gibt eine Übersicht über die zu erwartenden Umsatzumverteilungen, welche die Erweiterung der Lidl-Filiale Bereich Nahrungs- und Genussmittel auslösen wird:

Tabelle 3: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben im Bereich Nahrungs- und Genussmittel

| Standortlage | | Umsatz im Bestand in Mio. € | Umsatzumverteilung in Mio. € | Umsatzumverteilung in % |
|--|---|-----------------------------|------------------------------|-------------------------|
| Zone 1 | Olsberg ZVB Bigge * | 27 - 28 | 1,4 – 1,5 | 5 – 6 |
| | Olsberg sonstige Lagen | 2 – 3 | n. a. | n. a. |
| Zone 2 | keine relevanten Wettbewerber** | – | – | – |
| Summe – innerhalb Einzugsgebiet | | 29 – 30 | 1,4 – 1,5 | 5 – 6 |
| außerhalb Einzugsgebiet | Bestwig faktischer zentraler Versorgungsbereich | 22 – 23 | 0,1 – 0,2 | < 1 |
| | Winterberg sonstige Lagen | 6 – 7 | < 0,1 | 1 – 2 |
| Summe – außerhalb Einzugsgebiet | | 27 – 28 | 0,2 – 0,3 | 1 |
| Summe insgesamt | | 57 – 58 | 1,8 | 3 |

* Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Bigge gemäß Entwurf Neuaufstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Olsberg 2025 / 2026

** in Zone 2 keine wesentlichen Wettbewerbsstrukturen vorhanden.

GMA-Berechnungen 2025 (ca.-Werte, ggf. Rundungsdifferenzen); n. a.: nicht ausweisbar, unterhalb einer gutachterlichen Nachweisgrenze von < 0,05 Mio. €

²⁵ vgl. Bundesverwaltungsgericht 4 B 3.09 vom 12.02.2009, RN 6.

4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen

Die durch das Erweiterungsvorhaben zu erwartenden Umsatzumverteilungswirkungen bei **Nahrungs- und Genussmitteln in Höhe von ca. 1,8 Mio. €** sind hinsichtlich der möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen wie folgt zu bewerten:

- /// Gegenüber den Anbietern in **Zone 1 des Einzugsgebiets** liegen die Umverteilungswirkungen bei ca. 5 - 6 % bzw. ca. 1,4 – 1,5 Mio. €.
 - Die höchsten Wettbewerbswirkungen sind aufgrund der dortigen Angebotsdichte gegenüber dem **zentralen Versorgungsbereich Bigge** zu erwarten. Die Wettbewerbswirkungen sind mit ca. 1,4 – 1,5 Mio. € bzw. 5 – 6 % zwar spürbar, fallen jedoch in eine Größenordnung, bei der keine einzelbetriebliche Schädigungen abzuleiten sind. Die Auswirkungen verteilen sich auf eine Reihe von Betrieben – zwei Vollsortimenter (Rewe, Hit), zwei Lebensmitteldiscounter (Aldi Nord, Netto Marken-Discount) und einen Getränkemarkt (Hit).
 - In den sonstigen Lagen in Olsberg ist als einziger projektrelevanter Anbieter der Getränkemarkt Netto Getränke-Discount südöstlich des Planstandortes betroffen. Aufgrund der unterschiedlichen Ausrichtung als Getränkemarkt ist dieser Anbieter aber nur marginal betroffen; die Auswirkungen liegen unterhalb einer gutachterlichen Nachweisgrenze. Der Lebensmittelmarkt Ihre Kette in Assinghausen ist als kleinflächiger örtlicher Nahversorger mit einem eingeschränkten Angebot nicht als Hauptwettbewerber des Vorhabens einzustufen.
- /// In **Zone 2 des Einzugsgebietes** sind keine Wettbewerber ansässig; hier ist lediglich auf eine Bäckerei im Ortsteil Wiemeringhausen hinzuweisen (siehe nachfolgende Ausführungen zum Backshop).
- /// **Außerhalb des Einzugsgebietes** werden etwa 0,2 – 0,3 Mio. € umverteilungswirksam, davon ca. 0,1 – 0,2 Mio. € gegenüber Betrieben in Bestwig (faktischer zentraler Versorgungsbereich) und weniger als 0,1 Mio. € entfallen auf die beiden betrachteten Filialen von Netto Marken-Discount in Winterberg. Diese Auswirkungen liegen auf einem sehr geringen Niveau von max. 1 – 2 %.
- /// In den **Nichtlebensmittelsortimenten** werden rd. 0,4 Mio. € umsatzumverteilungswirksam, die sich auf mehrere Sortimente (u. a. Drogeriewaren, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel, Tiernahrung, (Schnitt-) Blumen, Haushaltsartikel) und damit auf eine Vielzahl von Anbietern verteilen, welche die Nichtlebensmittelsortimente sowohl als Hauptsortimente (u.a. Drogeriemärkte, Blumengeschäfte, Kioske, u.v.m.) als auch als Randsortimente (u.a. Lebensmittelmärkte, Drogeriemärkte, Nonfood-Discounter u.v.m.) führen. Diese Anbieter verteilen sich zudem auf mehrere Standortlagen, sodass für einzelne Anbieter und Lagen städtebauliche Auswirkungen auszuschließen sind.

Zusammenfassend sind somit aus der Erweiterung des Lidl-Marktes am Standort Carlsauestraße **keine wesentlichen städtebaulichen Auswirkungen** auf Funktion und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO sowie auf Nahversorgungsstrukturen sowohl in der Stadt Olsberg als auch in umliegenden Kommunen zu erwarten.

Für den projektierten **Backshop mit Café mit rd. 200 m² Nutzfläche** kann ein Umsatz im Einzelhandel (ohne Gastronomie) von ca. 0,4 Mio. € angesetzt werden. Dieser geht in den Wett-

bewerb zum einen gegenüber verschiedenen Bäckereien / Backshops in Olsberg, zum anderen auch gegenüber den Backwarenabteilungen der Supermärkte und Lebensmitteldiscounter, die sowohl abgepackte Backwaren als auch i. d. R. SB-Backwaren führen, die in den jeweiligen Filialen in dortigen Backstationen aufgebacken werden.

In Olsberg sind derzeit neun Bäckereien / Backshops ansässig, wovon sich zwei in sonstigen Lagen in Bigge, drei im zentralen Versorgungsbereich Bigge (in den Vorkassenbereichen von Hit, Rewe und Netto) und drei im zentralen Versorgungsbereich Olsberg befinden²⁶. Eine Bäckerei ist in Wiemeringhausen ansässig. Vor diesem Hintergrund verteilen sich die **Auswirkungen des projektierten Backshops** auf eine Vielzahl von Betrieben, sodass für **einzelne Lagen keine schädlichen Auswirkungen** ermittelt werden können.

5. Vereinbarkeit mit dem Landesentwicklungsplan Nordrhein-Westfalen (LEP NRW)

Zur Bewertung der raumordnerischen bzw. landesplanerischen Zulässigkeit des Erweiterungsvorhabens sind die Regelungen bzw. Prüfkriterien des Landesentwicklungsplans Nordrhein-Westfalen von 2019 heranzuziehen (vgl. Kapitel I. 2.2). Im Hinblick auf die ermittelten Auswirkungen des Erweiterungsvorhabens am Standort Carlsauestraße in Olsberg, sind hierzu folgende Anmerkungen zu treffen:

- /// Das Vorhaben steht in Einklang mit **Ziel 6.5-1** (siedlungsräumliches Integrationsgebot), da der Standort in einem regionalplanerisch ausgewiesenen Allgemeinen Siedlungsbereich liegt.
- /// Das Vorhaben entspricht **Ziel 6.5-2**, weil es sich gemäß des derzeit in Neuaufstellung befindlichen Einzelhandelskonzepts der Stadt Olsberg innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Olsberg befindet. Auch im Flächennutzungsplan ist der Standort im zentralen Versorgungsbereich integriert.²⁷
- /// Im Hinblick auf **Ziel 6.5-3** (Beeinträchtigungsverbot) sind keine negativen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen in der Stadt Olsberg oder in umliegenden Kommunen zu erwarten (vgl. Kapitel V., 4).
- /// Die Aufstellung eines vorhabenbezogenen Bebauungsplans ist in dem projektierten Sachverhalt zulässig. **Ziel 6.5-10** wird demnach entsprochen.

Insgesamt erfüllt das Vorhaben sämtliche relevante Voraussetzungen des LEP NRW.

²⁶ Zuordnung zu den zentralen Versorgungsbereichen nach Entwurf Neuaufstellung des Einzelhandelskonzeptes Olsberg 2025 / 2026.

²⁷ Die westlich an das Grundstück der Lidl-Bestandsfiliale angrenzende Erweiterungsfläche ist gemäß Flächennutzungsplan der Stadt Olsberg formal nicht im zentralen Versorgungsbereich umfasst; diese Erweiterungsfläche grenzt aber unmittelbar an die Fläche der Bestandsfiliale an.

VI. Zusammenfassung

| Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens | |
|---|--|
| Planvorhaben / Projektstandort | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erweiterung (Abriss und Neubau) des bestehenden Lidl Lebensmitteldiscounters in Olsberg von derzeit rd. 1.000 m² auf künftig rd. 1.550 m² Verkaufsfläche. Ansiedlung eines Backshops mit Café mit rd. 200 m² Nutzfläche ▪ Der Lidl-Markt befindet sich innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Olsberg |
| Rechtsrahmen | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO. |
| Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Einwohnerpotenzial im Gesamteinzugsgebiet rd. 14.590 Personen; davon Zone 1 rd. 9.590 Einwohner und Zone 2 rd. 5.000 Einwohner. ▪ Kaufkraftpotenzial im Lebensmittelbereich im Gesamteinzugsgebiet rd. 41,6 Mio. €; davon in Zone 1 rd. 27,3 Mio. € und in Zone 2 rd. 14,3 Mio. €. |
| Wettbewerbssituation | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Hauptwettbewerber in Zone 1 des Einzugsgebietes sind die im ZVB Bigge gelegenen Betriebe Aldi, Netto Marken-Discount, Hit und Rewe. Der in unmittelbarer Nähe zum Planstandort gelegene Netto-Getränkemarkt ist aufgrund seiner Spezialisierung nur eingeschränkt als Wettbewerber zu bezeichnen. Gleiches gilt aufgrund der Distanz zum Planstandort für den kleinflächigen Nahversorger Ihre Kette in Assinghausen. ▪ Innerhalb von Zone 2 des Einzugsgebietes (ländliche Ortsteile im Norden, Südosten und Südwesten des Stadtgebietes) sind keine wesentlichen Nahversorgungsstrukturen vorhanden. ▪ Im Untersuchungsraum außerhalb von Olsberg ist zudem auf die Standorte von Rewe, Aldi, Netto und Lidl im faktischen zentralen Versorgungsbereich Bestwig sowie auf die in sonstigen Lagen gelegenen Filialen von NettoMarken-Discount in den nördlichen Winterberger Ortsteilen Niedersfeld und Siedlinghausen hinzuweisen. |
| Umsatzerwartung | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die perspektivische Umsatzleistung des Vorhabens beträgt ca. 11,1 Mio. €; davon entfallen rd. 8,9 Mio. € auf Nahrungs- und Genussmittel und ca. 2,2 Mio. € auf Nichtlebensmittel. ▪ Umverteilungsrelevant infolge der Erweiterung ist nur der zusätzliche Umsatz des Lidl-Marktes: ca. 2,2 Mio. €; davon rd. 1,8 Mio. € bei Nahrungs- und Genussmitteln und ca. 0,4 Mio. € bei Nichtlebensmitteln. |
| Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Aus den wettbewerblichen Umverteilungswirkungen bei einer Erweiterung des Lebensmitteldiscounters Lidl lassen sich keine wesentliche Beeinträchtigung eines Anbieters in den zentralen Versorgungsbereichen von Olsberg oder Nachbarkommunen ableiten. Auch in sonstigen Lagen im Untersuchungsraum ist vor dem Hintergrund der Höhe der Umsatzumverteilungswirkungen die Schließung von Anbietern auszuschließen. ▪ Das Vorhaben wird keine negativen Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO auslösen. |
| Bewertung hinsichtlich der Landesplanung | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die Ziele 6.5-1 und 6.5-2 werden erfüllt. ▪ Das Vorhaben entspricht dem Beeinträchtigungsverbot nach Ziel 6.5-3. ▪ Dem Ziel 6.5-10 wird entsprochen. |
| Fazit | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mit dem Lidl-Vorhaben am Standort Carlsauestraße in Olsberg sind keine schädlichen Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO abzuleiten. |

GMA-Zusammenstellung 2025

| Verzeichnisse | Seite |
|--|--------------|
| Fotoverzeichnis | |
| Foto 1: Lidl-Filiale (Bestandsmarkt), Carlsauestraße | 16 |
| Foto 2: Westlich an Lidl-Grundstück angrenzende Erweiterungsfläche | 16 |
| Foto 3: Querungshilfe an der Carlsauestraße | 16 |
| Foto 4: Nutzungen entlang der Carlsauestraße nördlich der Lidl-Filiale | 16 |
| Kartenverzeichnis | |
| Karte 1: Mikrostandort Carlsauestraße | 17 |
| Karte 2: Einzugsgebiet und Hauptwettbewerber des Vorhabens im Untersuchungsraum | 20 |
| Tabellenverzeichnis | |
| Tabelle 1: Hauptwettbewerber des Planvorhabens | 21 |
| Tabelle 2: Marktanteile und Umsatz des Vorhabens (Lidl Lebensmitteldiscounter mit rd. 1.550 m ² Verkaufsfläche) | 23 |
| Tabelle 3: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben im Bereich Nahrungs- und Genussmittel | 25 |
| Abbildungsverzeichnis | |
| Abbildung 1: Entwicklung der Umsatzanteile im Lebensmittelhandel | 13 |