



Dr. Lademann & Partner Friedrich-Ebert-Damm 311 22159 Hamburg

IGV GmbH & Co. KG  
Herrn Klaus Victor  
Trierer Straße 254  
52156 Monschau

Friedrich-Ebert-Damm 311  
22159 Hamburg  
Telefon +49 40 645577-0  
Telefax +49 40 645577-33  
www.dr-lademann-partner.de  
info@dr-lademann-partner.de

Altmarkt 10d  
01067 Dresden  
Telefon +49 351 4656-6432  
dresden@dr-lademann-partner.de

Prinzenallee 7  
40549 Düsseldorf  
Telefon +49 211 52391-448  
duesseldorf@dr-lademann-partner.de

Hamburg, 20. März 2025

## **Ergänzende gutachterliche Stellungnahme Einzelhandelsvorhaben Trierer Straße, Monschau**

Sehr geehrter Herr Victor,

Sie haben uns um eine kurze gutachterliche Stellungnahme zur Veränderung Ihrer Planungen in Monschau gebeten. Diesem Wunsch kommen wir nachfolgend gerne nach:

### **Ausgangslage und Vorhabenkonzeption**

An der Trierer Straße in Monschau ist eine umfassende Einzelhandelsentwicklung geplant. Hierfür haben Dr. Lademann & Partner bereits ein Verträglichkeitsgutachten im Rahmen des Bauleitplanverfahrens für den B-Plan Nr. 22 erstellt. Da sich nun einige Komponenten in der Gesamtplanung verändert haben, sollte eine Aktualisierung der Vorhaben- und Wirkungsprognose sowie der städtebaulichen und raumordnerischen Bewertung des Gesamtvorhabens im Rahmen einer ergänzenden Stellungnahme vorgenommen werden.

Folgende Vorhabenkomponenten sollen nunmehr in der Aktualisierung berücksichtigt werden:

- Erweiterung des LIDL-Lebensmitteldiscounters von 1.000 auf 1.600 qm Verkaufsfläche,
- Ansiedlung eines ROSSMANN-Drogeriemarkts mit 700 qm Verkaufsfläche,
- Ansiedlung eines Getränkemarkts mit 799 qm Verkaufsfläche.

Gegenüber dem ersten Gutachten entfallen die Ansiedlungen des Elektrofachmarkts, des NKD-Bekleidungsmarkts sowie der Bäckerei. Weiterhin Bestandteil

Geschäftsführer  
Sandra Emmerling  
Uwe Seidel  
Boris Böhm

Commerzbank AG  
IBAN: DE66 2004 0000  
0220 1721 00  
BIC: COBADEFF

Handelsregister  
Hamburg HRB 36703

UST-IDNr. DE 118658500  
Steuer-Nr. 50/739/00370



des Vorhabens ist die Ansiedlung eines Fitnessstudios im ersten Obergeschoss sowie die Schaffung von Wohnraum

Insgesamt steigt die Verkaufsfläche am Standort somit gegenüber dem aktiven Bestand von derzeit 1.000 qm auf dann knapp 3.100 qm Verkaufsfläche.

In dem Zusammenhang ist darauf zu verweisen, dass der jüngst zur Rechtskraft gelangte B-Plan 22 für den Standort bis zu rd. 3.630 qm Verkaufsfläche zulassen würde. Damit sinkt die künftig zulässige Gesamtverkaufsfläche um rd. 530 qm.

Mit der aktuellen Planung kommt zu einer Verschiebung im Verhältnis zwischen nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten, wobei die maximal zulässige Verkaufsfläche für die Gruppe der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente gegenüber den bisher durch den Bebauungsplan Imgenbroich Nr. 22 „Einkaufszentrum“ festgesetzten Verkaufsflächenobergrenzen mit der nunmehr anstehenden 1. Änderung dieses Bebauungsplans deutlich reduziert wird.

Im Zusammenhang mit der hier vorgelegten Stellungnahme haben wir die sozio-ökonomischen Rahmendaten aktualisiert und die Bestandsdaten für das Einzugsgebiet über Sekundärrecherchen überprüft. Daraus haben sich keine so signifikanten Änderungen ergeben, die eine vollständige Neufassung des Gutachtens erforderlich gemacht hätten.



Folgende Sortimentsstruktur lässt sich für das Gesamtvorhaben ableiten:

Veränderung der Verkaufsflächenstruktur durch das Vorhaben

Branchenmix	VKF in qm Status quo	VKF in qm Zuwachs	VKF in qm nach Erweiterung
<b>Nahversorgungsrelevanter Bedarf</b>	<b>900</b>	<b>1.759</b>	<b>2.659</b>
davon Lidl	900	540	1.440
davon Rossmann	0	420	420
davon Getränkefachmarkt	0	799	799
davon Nahrungs- und Genussmittel	850	1.434	2.284
davon Lidl	850	500	1.350
davon Rossmann	0	135	135
davon Getränkefachmarkt	0	799	799
davon Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel	50	325	375
davon Lidl	50	40	90
davon Rossmann	0	285	285
<b>Aperiodische Randsortimente</b>	<b>100</b>	<b>340</b>	<b>440</b>
davon Lidl	100	60	160
davon Rossmann	0	280	280
<b>Gesamt</b>	<b>1.000</b>	<b>2.099</b>	<b>3.099</b>
davon Lidl	1.000	600	1.600
davon Rossmann	0	700	700
davon Getränkefachmarkt	0	799	799

Quelle: Dr. Lademann & Partner nach Angaben des Auftraggebers.

**Tabelle 1: Verkaufsflächenstruktur des Vorhabens**

Der Sortimentsschwerpunkt des Standorts liegt mit rd. 2.660 qm Verkaufsfläche in den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren/Wasch-/Putz-/Reinigungsmittel (=periodischer bzw. nahversorgungsrelevanter Bedarf).

Als Prognosehorizont wurde das Jahr 2026 als mögliches erstes Jahr der Marktwirksamkeit des Vorhabens angesetzt.

### Marktanteils- und Umsatzprognose

Für das Gesamtvorhaben ist davon auszugehen, dass es später insgesamt einen Marktanteil im Einzugsgebiet von rd. 5 % erreichen wird. Der prospektiv höchste Marktanteil wird dabei aufgrund der beabsichtigten Betriebstypen im nahversorgungsrelevanten bzw. periodischen Bedarf erzielt und liegt bei etwa 8 %. Dabei beläuft sich der Marktanteil im Teilsegment Nahrungs- und Genussmittel auf rd. 8 % und im Teilsegment Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel auf rd. 10 %.




---

 Marktanteile des Standorts im Einzugsgebiet nach Vorhabenrealisierung\*

Nahversorgungsrelevanter Bedarf	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	44,3	96,2	140,5
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	6,0	5,4	11,4
Marktanteile	14%	6%	8%
<i>davon Nahrungs- und Genussmittel</i>			
Marktpotenzial (Mio. €)	38,6	83,9	122,6
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	5,1	4,6	9,7
Marktanteile	13%	5%	8%
<i>davon Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel</i>			
Marktpotenzial (Mio. €)	5,6	12,3	17,9
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,9	0,8	1,7
Marktanteile	16%	7%	10%
<b>Aperiodischer Bedarf</b>			
Marktpotenzial (Mio. €)	37,6	81,8	119,4
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,8	0,7	1,5
Marktanteile	2%	1%	1%
<b>Gesamt</b>			
Marktpotenzial (Mio. €)	81,9	178,0	259,8
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	6,8	6,0	12,8
Marktanteile	8%	3%	5%

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

**Tabelle 2: Marktanteile des Vorhabens im Einzugsgebiet**

Unter Berücksichtigung zusätzlicher Streuumsätze von 15 %, die räumlich nicht genau zuzuordnen sind und überwiegend mit Einkaufstouristen aus Belgien erzielt werden, errechnet sich das Gesamtumsatzpotenzial des Vorhabens. Danach wird sich der **einzelhandelsrelevante Brutto-Umsatz des Vorhabens** bei einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 4.900 € je qm Verkaufsfläche auf insgesamt

**rd. 15,1 Mio. € belaufen,**

wovon mit rd. 13,4 Mio. € der Schwerpunkt auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf entfällt.



## Umsatzstruktur des Standorts nach Vorhabenrealisierung

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächen- produktivität*	Umsatz in Mio. €
<b>Nahversorgungsrelevanter Bedarf</b>	<b>2.659</b>	<b>5.000</b>	<b>13,4</b>
davon Lidl	1.440	7.000	10,0
davon Rossmann	420	4.900	2,1
davon Getränkefachmarkt	799	1.600	1,3
<i>davon Nahrungs- und Genussmittel</i>	<i>2.284</i>	<i>5.000</i>	<i>11,4</i>
<i>davon Lidl</i>	<i>1.350</i>	<i>7.000</i>	<i>9,45</i>
<i>davon Rossmann</i>	<i>135</i>	<i>4.800</i>	<i>0,65</i>
<i>davon Getränkefachmarkt</i>	<i>799</i>	<i>1.600</i>	<i>1,28</i>
<i>davon Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel</i>	<i>375</i>	<i>5.360</i>	<i>2,0</i>
<i>davon Lidl</i>	<i>90</i>	<i>6.500</i>	<i>0,6</i>
<i>davon Rossmann</i>	<i>285</i>	<i>5.000</i>	<i>1,4</i>
<b>Aperiodischer Bedarf</b>	<b>440</b>	<b>3.900</b>	<b>1,7</b>
davon Lidl	160	4.800	0,8
davon Rossmann	280	3.400	1,0
<b>Gesamt</b>	<b>3.099</b>	<b>4.900</b>	<b>15,1</b>
davon Lidl	1.600	6.800	10,8
davon Rossmann	700	4.300	3,0
davon Getränkefachmarkt	799	1.600	1,3

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

**Tabelle 3: Umsatzstruktur des Gesamtvorhabens**

In diesem Zusammenhang ist jedoch darauf hinzuweisen, dass es sich bei dem Vorhaben nicht um eine vollständige Neuansiedlung handelt. Der bestehende Lidl-Markt, erweitert seine Verkaufsfläche. Die Bestandsumsätze haben ihre Wirkungen bereits in der Vergangenheit induziert. Damit ist nicht der komplette Vorhabenumsatz in der Wirkungsanalyse prüfungsrelevant, sondern nur der Zusatzumsatz der aus der Verkaufsflächenerweiterung des Lidl-Discounters<sup>1</sup> und den zusätzlichen Märkten resultiert. Aktuell beläuft sich der Marktanteil des Lidl-Markts im Einzugsgebiet auf insgesamt rd. 2 bzw. 4 % im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf.

<sup>1</sup> Im Sinne des Baurechts sind nur die mit der Erweiterung erzielten Zusatzumsätze prüfungsrelevant, da der bestehende Betrieb seine Wirkungen bereits in der Vergangenheit entfaltet hat. Dabei sei darauf hingewiesen, dass der Umsatz bei einer Erweiterung in der Regel nicht proportional zur Verkaufsfläche anwächst. Vielmehr dient in der Regel eine Verkaufsflächenerweiterung häufig auch dazu, den gestiegenen Anforderungen an eine bessere Warenpräsentation und Convenience (z.B. breitere Gänge, niedrigere Regale etc.) Rechnung zu tragen.



#### Marktanteile des Lidl-Discounters im Einzugsgebiet (Status quo)\*

Nahversorgungsrelevanter Bedarf	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Marktpotenzial (Mio. €)	43,2	93,8	137,0
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	3,0	2,7	5,7
Marktanteile	7%	3%	4%
<i>davon Nahrungs- und Genussmittel</i>			
Marktpotenzial (Mio. €)	37,7	81,8	119,5
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	2,9	2,6	5,4
Marktanteile	8%	3%	5%
<i>davon Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel</i>			
Marktpotenzial (Mio. €)	5,5	12,0	17,5
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,2	0,1	0,3
Marktanteile	3%	1%	2%
<b>Aperiodischer Bedarf</b>			
Marktpotenzial (Mio. €)	36,7	79,7	116,4
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	0,2	0,2	0,4
Marktanteile	1%	0%	0,4%
<b>Gesamt</b>			
Marktpotenzial (Mio. €)	79,9	173,4	253,4
Umsatz Vorhaben (Mio. €)	3,2	2,9	6,1
Marktanteile	4%	2%	2%

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

**Tabelle 4: Marktanteile des Lidl-Markts im Einzugsgebiet (status-quo)**

Der bestehende Lidl-Markt erzielt auf einer Verkaufsfläche von 1.000 qm einen **Umsatz** von rd. 7,2 Mio. €, wovon rd. 6,7 Mio. € auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf entfallen.

#### Umsatzstruktur des Lidl-Discounters (Status quo)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Flächenproduktivität*	Umsatz in Mio. €
<b>Nahversorgungsrelevanter Bedarf</b>	<b>900</b>	<b>7.500</b>	<b>6,7</b>
<i>davon Nahrungs- und Genussmittel</i>	<i>850</i>	<i>7.500</i>	<i>6,4</i>
<i>davon Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel</i>	<i>50</i>	<i>6.800</i>	<i>0,3</i>
<b>Aperiodischer Bedarf</b>	<b>100</b>	<b>4.800</b>	<b>0,5</b>
<b>Gesamt</b>	<b>1.000</b>	<b>7.200</b>	<b>7,2</b>

**Tabelle 5: Umsatzstruktur des Lidl-Markts (status quo)**

Der mit der Vorhabenrealisierung einhergehende **Umsatzzuwachs** (inkl. Streuumsätze) am Standort insgesamt wird im worst-case damit bei insgesamt rd. 7,9



Mio. € liegen, wovon wiederum etwa 6,7 Mio. € auf den periodischen Bedarfsbereich entfallen.

Umsatzzuwachs des Vorhabens (durch Vorhabenrealisierung)

Branchenmix	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
<b>Nahversorgungsrelevanter Bedarf</b>	<b>1.759</b>	<b>6,7</b>
davon Lidl	540	3,3
davon Rossmann	420	2,1
davon Getränkefachmarkt	799	1,3
<i>davon Nahrungs- und Genussmittel</i>	1.434	5,0
<i>davon Lidl</i>	500	3,1
<i>davon Rossmann</i>	135	0,6
<i>davon Getränkefachmarkt</i>	799	1,3
<i>davon Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel</i>	325	1,7
<i>davon Lidl</i>	40	0,2
<i>davon Rossmann</i>	285	1,4
<b>Aperiodischer Bedarf</b>	<b>340</b>	<b>1,2</b>
davon Lidl	60	0,3
davon Rossmann	280	1,0
<b>Gesamt</b>	<b>2.099</b>	<b>7,9</b>
davon Lidl	600	3,6
davon Rossmann	700	3,0
davon Getränkefachmarkt	799	1,3

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner.

**Tabelle 6: Umsatzzuwachs am Standort durch Vorhabenrealisierung**

### Veränderungen der Wettbewerbsstruktur

Zudem gilt es zu berücksichtigen, dass der real-Markt an der Hans-Georg-Weiss-Straße in Monschau im März 2024 vom Markt gegangen ist und voraussichtlich auch keiner nahversorgungsrelevanten Nachnutzung zugeführt werden wird. Die durch die Schließung frei gewordenen Umsatzpotenziale zugunsten der übrigen Bestandsbetriebe sind in der Wirkungsanalyse mitberücksichtigt. Gleichwohl ist eine entsprechende Nachnutzung baurechtlich (theoretisch) möglich. Vor diesem Hintergrund haben wir die Berechnungen in zwei Szenarien durchgeführt (mit und ohne Nachnutzung von real).



Zudem sei noch auf das [Planvorhaben der Ansiedlung eines Norma-Lebensmitteldiscounters](#) in Monschau-Höfen (Zone 1) an der Hauptstraße mit rd. 800 qm Verkaufsfläche verwiesen. Eine Realisierung wird für die zweite Hälfte des Jahres 2025 angestrebt.

Ein weiteres Planvorhaben stellt die [Erweiterung des Kaufland-Verbrauchermarkts](#) an der Straße Auf Beuel in der Stadt Monschau von aktuell rd. 2.700 qm Verkaufsfläche auf zukünftig rd. 3.000 qm. Es handelt sich somit um eine Verkaufsfächenerweiterung von rd. 300 qm. Es ist davon auszugehen, dass die Erweiterung noch vor dem hier geprüften Vorhaben realisiert wird.

### **Wirkungsprognose**

An den untersuchten Standorten des Einzugsgebiets (Zone 1 und Zone 2) beläuft sich der [nahversorgungsrelevante Umsatz auf rd. 147,3 Mio. €](#).

#### ■ [Berücksichtigung der Marktentwicklung:](#)

Aufgrund der prognostizierten Bevölkerungszunahme bzw. Nachfragepotenzialsteigerung der nächsten Jahre wird dieser bis zum Jahr der prospektiven Marktwirksamkeit um rd. 0,8 Mio. € zunehmen.

#### ■ [Berücksichtigung von real-Schließung u. Planvorhaben:](#)

Durch die [Schließung des real-Verbrauchermarkts](#) (Zone 1 in sonstige Lage, keine Einzelhandelsnachnutzung des Standorts) kommt bzw. kam es zu einer Umsatzumverteilung des real-Umsatzes (rd. 13,9 Mio. € im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich) zu Gunsten der bestehenden Einzelhandelslagen bzw. Betriebe innerhalb des Einzugsgebiets. Vor allem die Betriebsformate der typgleichen Verbrauchermärkte im Einzugsgebiet (Kaufland, Rewe, Edeka) profitierten dabei von der Schließung durch einen Mehrumsatz.

Durch die [Ansiedlung eines Norma-Lebensmitteldiscounters](#) in Monschau-Höfen (Zone 1 in sonstige Lage) mit einem prospektiven Umsatz von rd. 2,9 Mio. € im periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich mit einzubeziehen. Durch die Ansiedlung kommt es prospektiv ebenfalls zu einer Umsatzumverteilung der Bestandumsätze in der Stadt Monschau (= Zone 1), welche sich vor allem auf die Lagen mit typgleichen Lebensmitteldiscountern auswirkt und somit als Wirkungsverschärfung in die Untersuchung mit einbezogen wird.

Auch die geplante [Erweiterung des Kaufland-Verbrauchermarkts](#) ist als eine weitere Komponente zu berücksichtigen. Diese wird eine



Umsatzumverteilung von rd. 1,2 Mio. € innerhalb des Einzugsgebiets zu Gunsten des Kaufland-Verbrauchermarkts auslösen.

■ **Entwicklung des Bestandsumsatzes des Lidl-Markts (Vorhabenkomponente)**

Die aufgeführten Veränderungen haben auch Auswirkungen auf den Umsatz des bestehenden Lidl-Markts und werden in Summe einen Umsatzrückgang von rd. -0,3 Mio. € bewirken. Somit beträgt der Umsatz des Lidl-Markts nach der Realisierung der Planvorhaben bzw. der Schließung des real-Markts im periodischen Bedarfsbereich noch 6,4 Mio. €. Abschließend gilt es den nunmehr generierten Umsatz des Lidl-Markts vom Gesamtumsatz abzuziehen, da das Erweiterungsvorhaben nicht „gegen sich selbst“ wirken kann.

**Somit ergibt sich für das Prognosejahr 2026 ein nahversorgungsrelevanter Bestandsumsatz innerhalb des Einzugsgebiets von rd. 141,8 Mio. € (ohne den Lidl in Monschau).**

**Wirkungen ohne Nachnutzung von real**

Das Gesamtvorhaben wird mit Kunden aus seinem Einzugsgebiet einen nahversorgungsrelevanten Mehrumsatz von rd. 5,7 Mio. € erzielen (ohne Streuumsätze). Dabei ist das Vorhaben in der Lage, bisherige Abflüsse zu binden (rd. 0,5 Mio. €). Die prospektiven Betriebe werden ferner aber auch Umsätze auf sich lenken, die bisher den Betrieben innerhalb der Zone 1 von außerhalb (Zone 2) zugeflossen sind (rd. 0,3 Mio. €) und auf diese wirkungsverschärfend wirken. Zudem muss auch die Umlenkung von Streuumsätzen (rd. 1,0 Mio. €) wirkungsverschärfend für das Vorhaben berücksichtigt werden.

Nach Berücksichtigung dieser Effekte beträgt der **umverteilungsrelevante Vorhabenumsatz rd. 6,5 Mio. €**. Stellt man diesen dem nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsumsatz im Einzugsgebiet (ohne Lidl in Monschau) gegenüber, ergibt sich prospektiv eine Umsatzumverteilung von

**insgesamt rd. 5 %.**



Wirkungsprognose des Gesamtvorhabens in Monschau - Umsatzzuwachs (2026) in Mio. €

Nahversorgungsrelevanter Bedarf	ZVB Innenstadt Monschau	ZVB Ortskern Imgenbroich	Sonstige Lagen	Zone 1 Gesamt
<b>Umsatz vor Ort (2026)*</b>	<b>1,71</b>	<b>39,71</b>	<b>7,88</b>	<b>49,30</b>
<b>Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)</b>	<b>0,01</b>	<b>2,61</b>	<b>0,38</b>	<b>3,00</b>
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	0,00	-0,28	-0,02	-0,30
zzgl. Umlenkung von Kaufkraftzuflüssen	0,00	0,16	0,03	0,19
zzgl. Umlenkung der Streuumsätze	0,00	0,24	0,04	0,29
<b>Innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz</b>	<b>0,01</b>	<b>2,73</b>	<b>0,43</b>	<b>3,18</b>
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2026)	k. A.	6,9%	5,5%	6,4%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar. \*ohne Bestandsumsatz des Lidl-Markts (Vorhaben).

**Tabelle 7: Wirkungsprognose nahversorgungsrelevanter Bedarf ohne Nachnutzung real - Zone 1**

Wirkungsprognose des Gesamtvorhabens in Monschau - Umsatzzuwachs (2026) in Mio. €

Nahversorgungsrelevanter Bedarf	ZVB Ortskern Simmerath	ZVB Ortskern Roetgen	Sonstige Lagen	Zone 2 Gesamt	Gesamt
<b>Umsatz vor Ort (2026)*</b>	<b>36,43</b>	<b>36,62</b>	<b>19,45</b>	<b>92,50</b>	<b>141,80</b>
<b>Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)</b>	<b>1,23</b>	<b>1,07</b>	<b>0,36</b>	<b>2,67</b>	<b>5,7</b>
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	-0,08	-0,08	-0,03	-0,19	-0,5
zzgl. Umlenkung von Kaufkraftzuflüssen	0,06	0,03	0,01	0,09	0,3
zzgl. Umlenkung der Streuumsätze	0,34	0,28	0,09	0,71	1,0
<b>Innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz</b>	<b>1,55</b>	<b>1,31</b>	<b>0,43</b>	<b>3,29</b>	<b>6,5</b>
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2026)	4,2%	3,6%	2,2%	3,6%	4,6%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar. \*ohne Bestandsumsatz des Lidl-Markts (Vorhaben).

**Tabelle 8: Wirkungsprognose nahversorgungsrelevanter Bedarf ohne Nachnutzung real - Zone 2**



In einer Einzelbetrachtung der beiden Teilsegmente des nahversorgungsrelevanten Bedarfs – Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel – zeigt sich die nachfolgende Umsatzumverteilung:

### Nahrungs- und Genussmittel

Wirkungsprognose des Gesamtvorhabens in Monschau – Umsatzzuwachs (2026) in Mio. €

Nahrungs- und Genussmittel	ZVB Innenstadt Monschau	ZVB Ortskern Imgenbroich	Sonstige Lagen	Zone 1 Gesamt
<b>Umsatz vor Ort (2026)*</b>	<b>1,71</b>	<b>32,45</b>	<b>7,56</b>	<b>41,73</b>
<b>Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)</b>	<b>0,01</b>	<b>1,88</b>	<b>0,36</b>	<b>2,25</b>
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	0,00	-0,09	-0,02	-0,11
zzgl. Umlenkung von Kaufkraftzuflüssen	0,00	0,15	0,03	0,18
zzgl. Umlenkung der Streuumsätze	0,00	0,22	0,04	0,26
<b>Innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz</b>	<b>0,01</b>	<b>2,16</b>	<b>0,41</b>	<b>2,58</b>
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2026)	k. A.	6,6%	5,5%	6,2%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar. \*ohne Bestandsumsatz des Lidl-Markts (Vorhaben).

**Tabelle 9: Wirkungsprognose Nahrungs- und Genussmittel ohne Nachnutzung real – Zone 1**

Wirkungsprognose des Gesamtvorhabens in Monschau – Umsatzzuwachs (2026) in Mio. €

Nahrungs- und Genussmittel	ZVB Ortskern Simmerath	ZVB Ortskern Roetgen	Sonstige Lagen	Zone 2 Gesamt	Gesamt
<b>Umsatz vor Ort (2026)*</b>	<b>27,30</b>	<b>31,15</b>	<b>18,42</b>	<b>76,88</b>	<b>118,61</b>
<b>Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)</b>	<b>0,84</b>	<b>0,84</b>	<b>0,32</b>	<b>2,00</b>	<b>4,25</b>
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	-0,08	-0,08	-0,03	-0,18	-0,29
zzgl. Umlenkung von Kaufkraftzuflüssen	-	-	-	-	0,18
zzgl. Umlenkung der Streuumsätze	0,20	0,20	0,08	0,49	0,75
<b>Innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz</b>	<b>0,97</b>	<b>0,97</b>	<b>0,37</b>	<b>2,31</b>	<b>4,89</b>
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2026)	3,5%	3,1%	2,0%	3,0%	4,1%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar. \*ohne Bestandsumsatz des Lidl-Markts (Vorhaben).

**Tabelle 10: Wirkungsprognose Nahrungs- und Genussmittel ohne Nachnutzung real – Zone 2**



## Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel

Wirkungsprognose des Gesamtvorhabens in Monschau - Umsatzzuwachs (2026) in Mio. €

Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel	ZVB Innenstadt Monschau	ZVB Ortskern Imgenbroich	Sonstige Lagen	Zone 1 Gesamt
<b>Umsatz vor Ort (2026)*</b>	<b>0,00</b>	<b>7,26</b>	<b>0,31</b>	<b>7,57</b>
<b>Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)</b>	<b>0,00</b>	<b>0,73</b>	<b>0,02</b>	<b>0,75</b>
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	0,00	-0,18	-0,01	<b>-0,19</b>
zzgl. Umlenkung von Kaufkraftzuflüssen	0,00	0,01	0,00	<b>0,01</b>
zzgl. Umlenkung der Streuumsätze	0,00	0,02	0,00	<b>0,03</b>
<b>Innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz</b>	<b>0,00</b>	<b>0,58</b>	<b>0,02</b>	<b>0,60</b>
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2026)	k. A.	8,0%	k. A.	<b>7,9%</b>

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar. \*ohne Bestandsumsatz des Lidl-Markts (Vorhaben).

**Tabelle 11: Wirkungsprognose Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel ohne Nachnutzung real - Zone 1**

Wirkungsprognose des Gesamtvorhabens in Monschau - Umsatzzuwachs (2026) in Mio. €

Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel	ZVB Ortskern Simmerath	ZVB Ortskern Roetgen	Sonstige Lagen	Zone 2 Gesamt	Gesamt
<b>Umsatz vor Ort (2026)*</b>	<b>9,12</b>	<b>5,47</b>	<b>1,03</b>	<b>15,62</b>	<b>23,19</b>
<b>Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)</b>	<b>0,39</b>	<b>0,23</b>	<b>0,04</b>	<b>0,67</b>	<b>1,42</b>
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	0,00	0,00	0,00	<b>-0,01</b>	<b>-0,20</b>
zzgl. Umlenkung von Kaufkraftzuflüssen	0,06	0,03	0,01	<b>0,09</b>	<b>0,10</b>
zzgl. Umlenkung der Streuumsätze	0,13	0,08	0,01	<b>0,23</b>	<b>0,25</b>
<b>Innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz</b>	<b>0,58</b>	<b>0,34</b>	<b>0,06</b>	<b>0,98</b>	<b>1,58</b>
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2026)	<b>6,3%</b>	<b>6,3%</b>	k. A.	<b>6,3%</b>	<b>6,8%</b>

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar. \*ohne Bestandsumsatz des Lidl-Markts (Vorhaben).

**Tabelle 12: Wirkungsprognose Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel ohne Nachnutzung real - Zone 2**

### Wirkungen mit Nachnutzung von real

Sollte es wider Erwarten dennoch zu einer **gleichwertigen Nachnutzung des real-Verbrauchermarkts in Monschau-Imgenbroich** (sonstige Lagen) kommen, so ergeben sich unter Berücksichtigung der noch verbleibenden Planvorhaben sowie der bereits vorgestellten Kompensations- und Wirkungsverschärfungseffekte für das Planvorhaben die nachfolgenden Umverteilungswirkungen für die einzelnen Standortlagen innerhalb des Einzugsgebiets:



Wirkungsprognose des Gesamtvorhabens in Monschau - Umsatzzuwachs (2026) in Mio. €

Nahversorgungsrelevanter Bedarf	ZVB Innenstadt Monschau	ZVB Ortskern Imgenbroich	Sonstige Lagen	Zone 1 Gesamt
<b>Umsatz vor Ort (2026)*</b>	<b>1,71</b>	<b>29,78</b>	<b>20,99</b>	<b>52,48</b>
<b>Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)</b>	<b>0,01</b>	<b>1,96</b>	<b>1,03</b>	<b>3,00</b>
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	0,00	-0,22	-0,08	-0,30
zzgl. Umlenkung von Kaufkraftzuflüssen	0,00	0,12	0,07	0,19
zzgl. Umlenkung der Streuumsätze	0,00	0,19	0,11	0,31
<b>Innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz</b>	<b>0,01</b>	<b>2,05</b>	<b>1,13</b>	<b>3,20</b>
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2026)	k. A.	6,9%	5,4%	6,1%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar. \*ohne Bestandsumsatz des Lidl-Markts (Vorhaben).

**Tabelle 13: Wirkungsprognose nahversorgungsrelevanter Bedarf mit Nachnutzung real - Zone 1**

Wirkungsprognose des Gesamtvorhabens in Monschau - Umsatzzuwachs (2026) in Mio. €

Nahversorgungsrelevanter Bedarf	ZVB Ortskern Simmerath	ZVB Ortskern Roetgen	Sonstige Lagen	Zone 2 Gesamt	Gesamt
<b>Umsatz vor Ort (2026)*</b>	<b>35,02</b>	<b>35,21</b>	<b>19,41</b>	<b>89,63</b>	<b>142,12</b>
<b>Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)</b>	<b>1,23</b>	<b>1,07</b>	<b>0,36</b>	<b>2,67</b>	<b>5,7</b>
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	-0,08	-0,08	-0,03	-0,19	-0,5
zzgl. Umlenkung von Kaufkraftzuflüssen	0,06	0,03	0,01	0,09	0,3
zzgl. Umlenkung der Streuumsätze	0,33	0,28	0,09	0,69	1,0
<b>Innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz</b>	<b>1,54</b>	<b>1,30</b>	<b>0,43</b>	<b>3,27</b>	<b>6,5</b>
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2026)	4,4%	3,7%	2,2%	3,6%	4,5%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar. \*ohne Bestandsumsatz des Lidl-Markts (Vorhaben).

**Tabelle 14: Wirkungsprognose nahversorgungsrelevanter Bedarf mit Nachnutzung real - Zone 2**



In einer Einzelbetrachtung der beiden Teilsegmente des nahversorgungsrelevanten Bedarfs – Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel – zeigt sich die nachfolgende Umsatzumverteilung:

### Nahrungs- und Genussmittel

Wirkungsprognose des Gesamtvorhabens in Monschau – Umsatzzuwachs (2026) in Mio. €

Nahrungs- und Genussmittel	ZVB Innenstadt Monschau	ZVB Ortskern Imgenbroich	Sonstige Lagen	Zone 1 Gesamt
<b>Umsatz vor Ort (2026)*</b>	<b>1,71</b>	<b>23,67</b>	<b>19,16</b>	<b>44,54</b>
<b>Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)</b>	<b>0,01</b>	<b>1,36</b>	<b>0,88</b>	<b>2,25</b>
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	0,00	-0,07	-0,04	-0,11
zzgl. Umlenkung von Kaufkraftzuflüssen	0,00	0,11	0,07	0,18
zzgl. Umlenkung der Streuumsätze	0,00	0,17	0,11	0,28
<b>Innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz</b>	<b>0,01</b>	<b>1,57</b>	<b>1,01</b>	<b>2,60</b>
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2026)	k. A.	6,6%	5,3%	5,8%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar. \*ohne Bestandsumsatz des Lidl-Markts (Vorhaben).

**Tabelle 15: Wirkungsprognose Nahrungs- und Genussmittel mit Nachnutzung real – Zone 1**

Wirkungsprognose des Gesamtvorhabens in Monschau – Umsatzzuwachs (2026) in Mio. €

Nahrungs- und Genussmittel	ZVB Ortskern Simmerath	ZVB Ortskern Roetgen	Sonstige Lagen	Zone 2 Gesamt	Gesamt
<b>Umsatz vor Ort (2026)*</b>	<b>26,05</b>	<b>29,90</b>	<b>18,39</b>	<b>74,34</b>	<b>118,88</b>
<b>Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)</b>	<b>0,84</b>	<b>0,84</b>	<b>0,32</b>	<b>2,00</b>	<b>4,25</b>
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	-0,08	-0,08	-0,03	-0,18	-0,29
zzgl. Umlenkung von Kaufkraftzuflüssen	-	-	-	-	0,18
zzgl. Umlenkung der Streuumsätze	0,20	0,20	0,08	0,47	0,75
<b>Innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz</b>	<b>0,96</b>	<b>0,96</b>	<b>0,37</b>	<b>2,29</b>	<b>4,89</b>
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2026)	3,7%	3,2%	2,0%	3,1%	4,1%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar. \*ohne Bestandsumsatz des Lidl-Markts (Vorhaben).

**Tabelle 16: Wirkungsprognose Nahrungs- und Genussmittel mit Nachnutzung real – Zone 2**



## Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel

Wirkungsprognose des Gesamtvorhabens in Monschau - Umsatzzuwachs (2026) in Mio. €

Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel	ZVB Innenstadt Monschau	ZVB Ortskern Imgenbroich	Sonstige Lagen	Zone 1 Gesamt
<b>Umsatz vor Ort (2026)*</b>	<b>0,00</b>	<b>6,11</b>	<b>1,83</b>	<b>7,95</b>
<b>Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)</b>	<b>0,00</b>	<b>0,60</b>	<b>0,15</b>	<b>0,75</b>
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	0,00	-0,15	-0,04	-0,19
zzgl. Umlenkung von Kaufkraftzuflüssen	0,00	0,01	0,00	0,01
zzgl. Umlenkung der Streuumsätze	0,00	0,02	0,01	0,03
<b>Innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz</b>	<b>0,00</b>	<b>0,48</b>	<b>0,12</b>	<b>0,60</b>
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2026)	k. A.	7,8%	6,5%	7,5%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar. \*ohne Bestandsumsatz des Lidl-Markts (Vorhaben).

**Tabelle 17: Wirkungsprognose Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel mit Nachnutzung real - Zone 1**

Wirkungsprognose des Gesamtvorhabens in Monschau - Umsatzzuwachs (2026) in Mio. €

Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel	ZVB Ortskern Simmerath	ZVB Ortskern Roetgen	Sonstige Lagen	Zone 2 Gesamt	Gesamt
<b>Umsatz vor Ort (2026)*</b>	<b>8,96</b>	<b>5,31</b>	<b>1,03</b>	<b>15,29</b>	<b>23,24</b>
<b>Vorhabenumsatz (ohne Streuumsätze)</b>	<b>0,39</b>	<b>0,23</b>	<b>0,04</b>	<b>0,67</b>	<b>1,42</b>
abzgl. Rückholung von Kaufkraftabflüssen	0,00	0,00	0,00	-0,01	-0,20
zzgl. Umlenkung von Kaufkraftzuflüssen	0,06	0,03	0,01	0,09	0,10
zzgl. Umlenkung der Streuumsätze	0,13	0,08	0,01	0,23	0,25
<b>Innerhalb des Einzugsgebiets umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz</b>	<b>0,58</b>	<b>0,34</b>	<b>0,06</b>	<b>0,98</b>	<b>1,58</b>
Umsatzumverteilung in % vom Umsatz des bestehenden Einzelhandels (2026)	6,4%	6,5%	k. A.	6,4%	6,8%

Quelle: Eigene Berechnungen. Werte gerundet. Umsatzrückgänge < 0,1 Mio. € rechnerisch nicht nachweisbar. \*ohne Bestandsumsatz des Lidl-Markts (Vorhaben).

**Tabelle 18: Wirkungsprognose Drogeriewaren, Gesundheits- und Pflegeartikel mit Nachnutzung real - Zone 2**

## Bewertung des Vorhabens

Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens in städtebauliche oder raumordnerische Wirkungen im Sinne einer Funktionsstörung der Nahversorgung oder zentraler Versorgungsbereiche kann weiterhin ausgeschlossen werden, zumal der Vorhabenstandort selbst Teil des ZVB Ortskern Imgenbroich ist. Dem Beeinträchtigungsverbot wird auch das angepasste Gesamtvorhaben gerecht. Auch die raumordnerischen Vorgaben sowie die Kriterien des Städteregionalen Einzelhandelskonzepts Aachen (STRIKT) werden weiterhin vollständig erfüllt. Das Vorhaben wird sowohl im Segment Nahrungs- und Genussmittel als auch im Segment Drogeriewaren/ Gesundheits- und



**Pflegeartikel die Kaufkraft im zugewiesenen Verflechtungsbereich auch weiterhin bei weitem nicht übersteigen.**

Umsatz-Kaufkraft-Vergleich der nahversorgungsrelevanten Sortimente

	Umsatz in Mio. € *	Marktpotenzial in Stadt Monschau (Mio. €)	Kongruenzgebot
Nahrungs- und Genussmittel	11,4	38,6	✓
Drogeriewaren/ Gesundheits- und Pflegeartikel	2,0	5,6	✓

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. Werte gerundet.

\*sortimentspezifischer Gesamtumsatz des Vorhabens im Sinne der Agglomerationsregel.

**Tabelle 19: Umsatz-Kaufkraft-Vergleich der nahversorgungsrelevanten Sortimente**

Wir hoffen, Ihnen mit diesen ergänzenden Bewertungen behilflich zu sein und verbleiben

mit freundlichen Grüßen

  
Ulrike Rehr

  
David Kamin

Dr. Lademann & Partner GmbH