

Auswirkungsanalyse

Auswirkungsanalyse zur Ansiedlung eines Lidl-Discountmarktes und eines Drogeriefachmarktes an der Berliner Straße in Rednitzhembach

für die
Gemeinde Rednitzhembach
Rathausplatz 1
91126 Rednitzhembach

Ihre Ansprechpartner

Dipl. Markus Wotruba
(Gesamtleitung Standortforschung)

Dr. Martin Kattner
(Projektleitung)

BBE Handelsberatung GmbH

Briener Straße 45
80333 München
Deutschland

Tel +49 89 55118-176
Fax +49 89 55118-153
E-Mail kattner@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Köln · Leipzig · Erfurt

München, 29. Februar 2016

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation und Zielsetzung	4
2	Projektplanung und Projektdaten	5
3	Makrostandort Rednitzhembach	6
4	Mikrostandortanalyse	9
5	Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftvolumen	12
5.1	Einzugsgebiet	12
5.2	Marktpotenzial	17
6	Angebotssituation im Untersuchungsgebiet	18
6.1	Rednitzhembach	20
6.1	Oberzentrum Schwabach	22
6.1	Mittelzentrum Roth	26
6.2	Zusammenfassung sonstiger Angebotsstandorte	28
6.3	Umsatzverteilung und Bindungsquoten	29
7	Auswirkungsanalyse	32
7.1	Bauplanungsrechtliche Beurteilungsgrundlagen	32
7.2	Vorhabenspezifische Besonderheit im Bereich des Lebensmitteldiscounters	34
7.3	Umsatzprognose	37
7.3.1	Umsatzerwartung Sortiment Lebensmittel	38
7.3.2	Umsatzerwartung Sortiment Drogeriewaren	40
7.4	Methodische Vorgehensweise	42
7.5	Umsatzlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen	42
7.5.1	Sortiment Lebensmittel	43
7.5.2	Sortiment Drogeriewaren	48
7.6	Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche	49
7.6.1	Sortiment Lebensmittel	49
7.6.2	Sortiment Drogeriewaren	52
7.7	Zusammenfassung der Auswirkungsanalyse	55
8	Landes-/regionalplanerische Prüfung	55
9	Bewertung der vorgebrachten Einwendungen der Städte Roth und Schwabach	57
10	Zusammenfassung und Fazit	59
11	Anlagen	60

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Einbettungsskizze des Vorhabens (Ausschnitt d. Bebauungsplanentwurfes) 5
 Abbildung 2: Derzeitige Situation am Planstandort 6
 Abbildung 3: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer 7
 Abbildung 4: Einzelhandelsstrukturen in Rednitzhembach (inkl. Bestandsmarkt) 8
 Abbildung 5: Lage des Vorhabens 9
 Abbildung 6: Derzeitige Nutzungen im Umfeld des Vorhabenstandortes 10
 Abbildung 7: Fußläufiger Nahbereich des Projektstandortes (800 m) 10
 Abbildung 8: Wettbewerber im Umfeld 13
 Abbildung 9: Fahrzeitzone 13
 Abbildung 10 Zentrenstruktur im regionalen Kontext 14
 Abbildung 11: Einzugsgebiet des Vorhabenstandortes 15

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung in Rednitzhembach im Vergleich 7
 Tabelle 2: Einwohner im Einzugsgebiet 16
 Tabelle 3: Sortimentsspezifischer Kaufkraftindex und Marktpotenzial in Zone I und II 17
 Tabelle 4: Umsatzverteilung Lebensmittel im Untersuchungsgebiet 30
 Tabelle 5: Umsatzverteilung Drogeriewaren im Untersuchungsgebiet 31
 Tabelle 6: Marktpotenzial, Umsatz und Bindungsquote im Einzugsgebiet 31
 Tabelle 7: Orientierungswerte der Umsatzverteilung bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben 33
 Tabelle 8: Betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte in Rednitzhembach 35
 Tabelle 9: Umsatzerwartung und Kaufkraftbindung Lebensmittel 38
 Tabelle 10: Prognostizierter Umsatz Lebensmittel 38
 Tabelle 11: Umsatzerwartung und Kaufkraftbindung Drogeriewaren 40
 Tabelle 12: Prognostizierter Umsatz Drogeriewaren 41
 Tabelle 13: Umsatzverteilung Lebensmittel im Untersuchungsgebiet - Erweiterung 44
 Tabelle 14: Umsatzumlenkung Lebensmittel - Erweiterung 45
 Tabelle 15: Umsatzumlenkung Lebensmittel - Neuansiedlung 47
 Tabelle 16: Umsatzumlenkung Lebensmittel - Erweiterung 48

Anlageverzeichnis

Anlage 1: Differenzierung Non-Food-Sortimente 60

1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Die Gemeinde Rednitzhembach plant die städtebauliche Neuordnung der Fläche zwischen der Berliner Straße, der Staatsstraße 2409 und dem Schwabacher Gewerbegebiet "Am Falbenholz" durch die Aufstellung eines Bebauungsplans. Aufgrund der geplanten Umsiedlung eines großflächigen Lebensmitteldiscounters und der geplanten Ansiedlung eines weiteren Fachmarktes ist dazu die Ausweisung eines Sondergebietes Einzelhandel erforderlich. Für den Fachmarkt ist als Mieter der Drogeriemarktbetreiber Rossmann vorgesehen (800 m² Verkaufsfläche).

Die Nachbarkommunen Schwabach und Roth haben im Rahmen der frühzeitigen Beteiligung Einwände gegen den Bebauungsplanentwurf geltend gemacht.

Während die Stadt Roth insbesondere Kaufkraftabflüsse durch die Stärkung des Gewerbegebietes in Rednitzhembach - das im Verbund mit dem räumlich benachbarten Schwabacher Gewerbegebiet zu bewerten ist - befürchtet, hat die Stadt Schwabach grundsätzliche Bedenken insbesondere auch bezüglich der Auswirkungen auf die Innenstadt (auch durch Non-Food-Sortimente des geplanten Discounters).

Die Gemeinde Rednitzhembach benötigt daher eine Auswirkungsanalyse, die die möglichen Auswirkungen des Vorhabens untersucht und Bezug auf die Stellungnahmen der Nachbarkommunen nimmt.

Hierzu wurde die BBE Handelsberatung mit der Begutachtung des Projektes in vertiefter Form beauftragt. Insbesondere wird der Planstandort dabei hinsichtlich der nachfrage- und angebotsseitigen Rahmenbedingungen begutachtet, und auch die lokale und regionale Wettbewerbsposition einer genauen Prüfung unterzogen. Das Gutachten dient der Abwägung und der abschließenden Beurteilung im Rahmen des Genehmigungsverfahrens.

Im Zuge der umfassenden Auswirkungsanalysen werden insbesondere folgende Fragestellungen für den Planstandort thematisiert:

- Welche einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen herrschen vor (Soziodemografie, Kaufkraft, Erreichbarkeit, Wettbewerb etc.)?
- Welche angebots- und nachfrageseitigen Strukturdaten sind für den Einzelhandel vor Ort von Bedeutung (Makrostandortanalyse)?
- Wie gestaltet sich der Mikrostandort des Vorhabens?
- Welchen Einzugsbereich hat das geplante Vorhaben?
- Welche landes- und regionalplanerischen Vorgaben sind für das Vorhaben relevant?
- Welche Festlegungen aus kommunalen Entwicklungsleitlinien (z.B. Entwicklungskonzepten) kommen zum Tragen?
- Wie ist das Vorhaben hinsichtlich seiner Auswirkungen zu bewerten? Welche Auswirkungen sind auf Versorgungszentren in der Ansiedlungsgemeinde und in benachbarten Gemeinden zu erwarten?

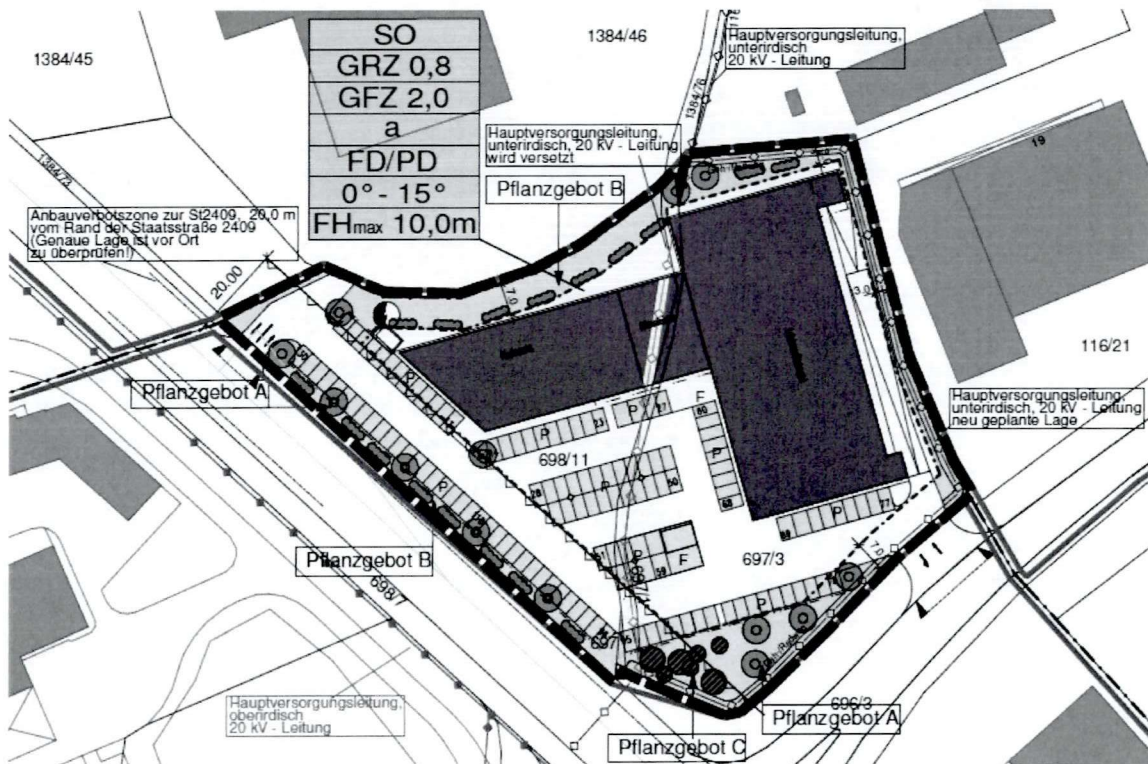
2 Projektplanung und Projektdaten

Die Auftraggeberin ist bestrebt, die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen für die Verlagerung eines Discounters und die Neuansiedlung eines Drogeriefachmarktes an der Berliner Straße in Rednitzhembach zu schaffen. Aus diesem Grund wird die Aufstellung eines Bebauungsplanes zur Ausweisung eines Sondergebietes für großflächigen Einzelhandel¹ vorangetrieben. Im zugehörigen Textteil wird die Art der baulichen Nutzung auf einen Lebensmittel-Verbrauchermarkt mit maximal 1.200 m² Verkaufsfläche, einen nicht-großflächigen Fachmarkt mit maximal 720 m² Verkaufsfläche sowie einen Dienstleistungsbetrieb mit maximal 315 m² Verkaufsfläche beschränkt.

Die Gemeinde Rednitzhembach benötigt im Rahmen der Abwägung im Bauleitungsprozess eine qualifizierte Beurteilung der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen, die mit dem Vorhaben einhergehen können.

Nachfolgende Abbildung 1 zeigt die Lage des Vorhabens und Abbildung 2 die derzeitige Situation am Planstandort.

Abbildung 1: Einbettungsskizze des Vorhabens (Ausschnitt d. Bebauungsplanentwurfes)



Quelle: Gemeinde Rednitzhembach

¹ Gewerbegebiet Nord im Bereich Berliner Straße / Staatsstraße 2409 der Gemeinde Rednitzhembach

Abbildung 2: Derzeitige Situation am Planstandort



Quelle: eig. Aufnahmen, Februar 2016

3 Makrostandort Rednitzhembach

Im Folgenden werden einzelhandelsrelevante Rahmendaten dargestellt, die zur Beurteilung des Vorhabens notwendig sind. Dazu zählen soziodemografische sowie nachfrage- und angebotsseitige Strukturdaten des Ortes, in dem der Standort liegt.

Lage und Erreichbarkeit

Der Planstandort befindet sich im nördlichen Gemeindegebiet von Rednitzhembach, und grenzt unmittelbar an das Stadtgebiet von Schwabach an. Durch das Gemeindegebiet verläuft in Nord-Süd-Richtung die überregional bedeutsame Bundesstraße 2. Nördlich der Gemeinde hat die Bundesstraße Anschluss an die BAB 6 (Heilbronn-Nürnberg-Amberg), bzw. setzt sich im Stadtgebiet von Schwabach in Richtung Nürnberg fort. In südlicher Richtung verbindet die Bundesstraße die Vorhabengemeinde mit der Stadt Roth bzw. im weiteren Verlauf mit der Stadt Weißenburg in Bayern. Ergänzend zu der Bundesstraße führt die ST 2409 durch das Gemeindegebiet, und stellt die Verbindung zu den Städten Roth und Schwabach her. Des Weiteren wird das Gemeindegebiet durch Kreis- und Ortsverbindungsstraßen erschlossen.

Die Gemeinde Rednitzhembach ist mit dem Anschluss an die S-Bahnlinie 2 des Verkehrsverbundes Großraum Nürnberg GmbH (VGN) in den regionalen Zugverkehr eingebunden. Ferner sichert das ÖPNV-System der VGN mit regelmäßig verkehrenden Busverbindungen und Anruf-Sammeltaxen die flächendeckende Erreichbarkeit.

Die überörtliche Erreichbarkeit der Gemeinde wird im Osten durch den Verlauf des Main-Donau-Kanals und begrenzte Querungsmöglichkeiten stark eingeschränkt. Darüber hinaus durchquert der Fluss Schwabach das Gemeindegebiet zwischen den Ortsteilen Plöckendorf und Rednitzhembach und stellt damit eine naturräumliche und städtebauliche Trennung innerhalb des Gemeindegebietes dar.

Landesplanerische Einstufung

Rednitzhembach ist gemäß Regionalplan der Region Industrieregion Mittelfranken (2007) kein Zentraler Ort.

Bevölkerungsdaten

Zum Dezember 2015 leben rd. 6.800 Einwohner in der Vorhabengemeinde. Im Vergleich zum Bevölkerungsstand im Jahr 2004 ist ein Bevölkerungsverlust von rd. 1,9 % zu attestieren. Gemäß den Vorausberechnungen der Bertelsmann Stiftung verstärkt sich der negative Trend in Zukunft. Auf Grundlage der Bevölkerungsprognose (Basisjahr 2015) ist bis 2030 mit einer Bevölkerungsabnahme von rd. 5 % zu rechnen.

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung in Rednitzhembach im Vergleich

Bezirks-/ Ortsname	Einwohner 2004	Einwohner 2015	Entwicklung in %	Prognose 2030	Entwicklung in %
Rednitzhembach	6.937	6.807	-1,9	6.460	-5,1
Stadt Schwabach	38.630	39.941	3,4	41.450	3,8
Stadt Roth	25.041	24.476	-2,3	23.700	-3,2
Landkreis Roth	125.757	123.890	-1,5	122.000	-1,5
Freistaat Bayern	12.443.893	12.691.568	2,0	12.952.370	2,1

Quelle: Landesamt für Statistik Bayern, Bertelmann Stiftung; eigene Bearbeitung.

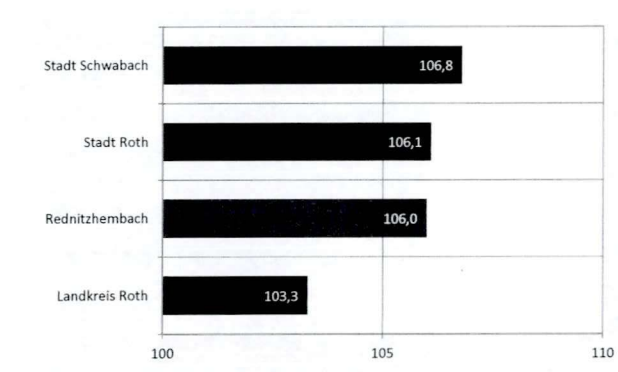
Arbeitsmarktsituation und Pendler

Im Jahresdurchschnitt 2015 liegt die Arbeitslosenquote im Landkreis Roth, diesem gehört die Vorhabengemeinde an, mit 2,8 % unter dem bayerischen Durchschnitt (3,8 %), sowie unter dem bundesweiten Durchschnitt (6,7 %).

Die Gemeinde Rednitzhembach weist einen negativen Pendlersaldo von -1.286 Personen auf. Die Zahl der Auspendler ist als üblich einzustufen, da die Stadt Schwabach oder der Städteverbund Nürnberg / Erlangen / Fürth eine hohe Arbeitsplatzzentralität besitzen.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft für die Gemeinde Rednitzhembach beträgt 106. Damit liegt diese über dem Durchschnittswert des Landkreises Roth (103,3) und über dem Bundesdurchschnitt (100,0). Dies bedeutet, dass den Einwohnern von Rednitzhembach im Durchschnitt rd. 6 % mehr einzelhandelsrelevante Kaufkraft zur Verfügung steht.

Abbildung 3: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer

Quelle: BBE|CIMA|MB-Research Marktdaten. Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2015.

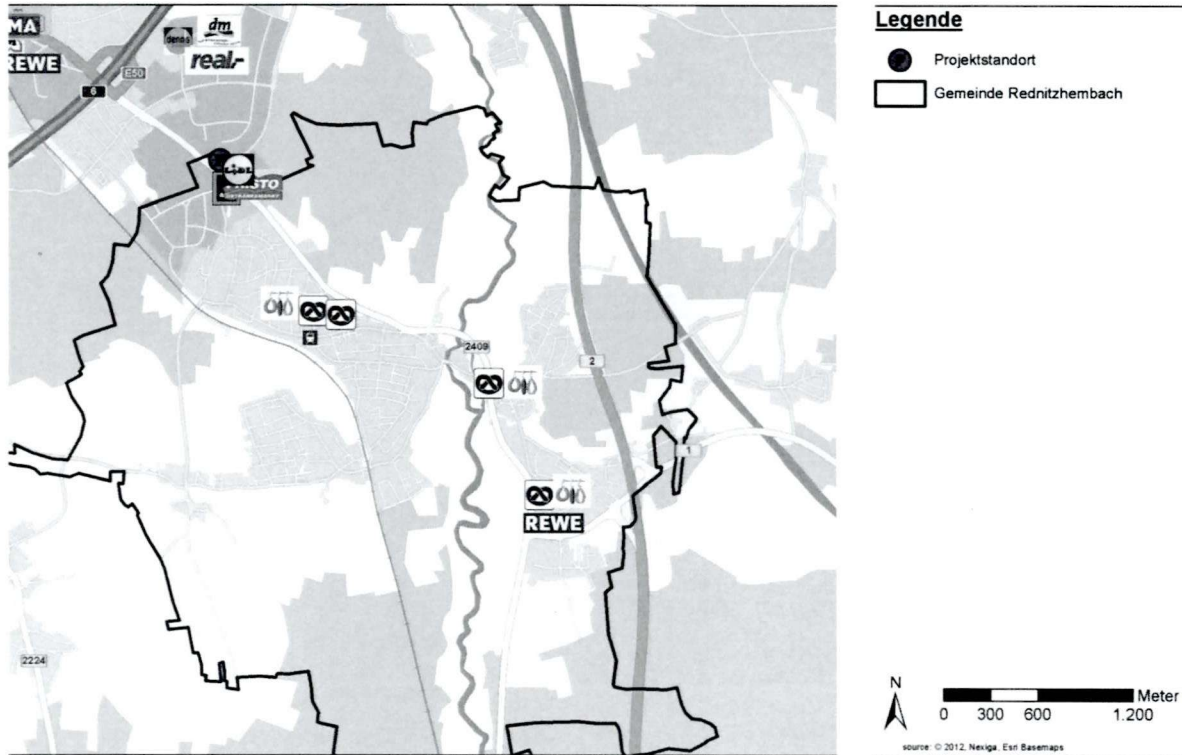
Einzelhandelsstrukturen und Zentrenkonzept

Zum Erfassungszeitpunkt konzentriert sich der Einzelhandel in der Standortgemeinde auf die Angebotslagen Gewerbegebiet Nord bzw. Gewerbegebiet Süd. Wesentliche Träger der örtlichen Angebotssituation sind die Lebensmitteleinzelhändler Lidl (Bestandsmarkt), Aldi und Rewe. Ergänzt wird das kurzfristige Angebot durch einen Getränkefachmarkt sowie einer Reihe von inhabergeführten Lebensmittelhandwerkern. Letztere zeichnen sich durch ihre starke Spezialisierung aus.

Der Bestandsmarkt bildet zusammen mit den Betrieben in dessen Umfeld den Einzelhandels- und Versorgungsschwerpunkt der Gemeinde.

Nachfolgende Karte stellt überblicksartig die beschriebenen Einzelhandelsstandorte in Rednitzhembach dar.

Abbildung 4: Einzelhandelsstrukturen in Rednitzhembach (inkl. Bestandsmarkt)



Quelle: © 2012, Nexiga TomTom, eig. Bearbeitung.

Die Gemeinde Rednitzhembach besitzt kein kommunales Einzelhandelskonzept. So erfolgt die Abgrenzung eines faktischen zentralen Versorgungsbereiches (ZVB) auf Basis der tatsächlichen Verhältnisse vor Ort zum Erfassungszeitpunkt.

Trotz der Verdichtungsansätze zentralörtlicher Einrichtungen (z.B. Rathaus in der Rathausgasse), Einzelhandels- und einzelhandelsnaher Angebote (u.a. Bank, Dienstleister entlang der Bahnhofstraße) ist kein zentraler Versorgungsbereich zu identifizieren. Gründe hierfür sind die disperse Lage der Einrichtungen, die geringe Betriebsanzahl und die geringe Verkaufsfläche von rd. 145 m². Somit kann in der Ansiedlungsgemeinde kein faktischer zentraler Versorgungsbereich identifiziert werden.

Die (Nah-)Versorgung der Einwohner von Rednitzhembach wird durch die Betriebe entlang der ST 2409 im Gewerbegebiet Nord (Aldi, Friso, Lidl [Bestandsmarkt]) bzw. Gewerbegebiet Süd (Rewe) gesichert. Hierbei deckt der Rewe-Markt als Vollsortimenter ein breites, auf Frische ausgerichtetes Sortiment ab. Die beiden Discounter bilden ein standardisiertes, auf den Preiseinstiegsbereich limitiertes Angebot.

Fazit zum Makrostandort Rednitzhembach

- Gute verkehrliche Anbindung an regionale und nationale Verkehrsträger.
- Aktuell leben rd. 6.800 Personen in der Vorhabengemeinde. Die negative Bevölkerungsentwicklung der vergangenen Jahre setzt sich perspektivisch in einem verstärkten Ausmaß fort.
- Unterdurchschnittliche Arbeitslosenquote im Bundesvergleich.
- Überdurchschnittliches Kaufkraftniveau in der Gemeinde Rednitzhembach.
- Strukturprägende Leitbetriebe der Nahversorgung befinden sich in den Gewerbegebieten Nord bzw. Süd.
- Ein zentraler Versorgungsbereich ist nicht zu identifizieren.

4 Mikrostandortanalyse

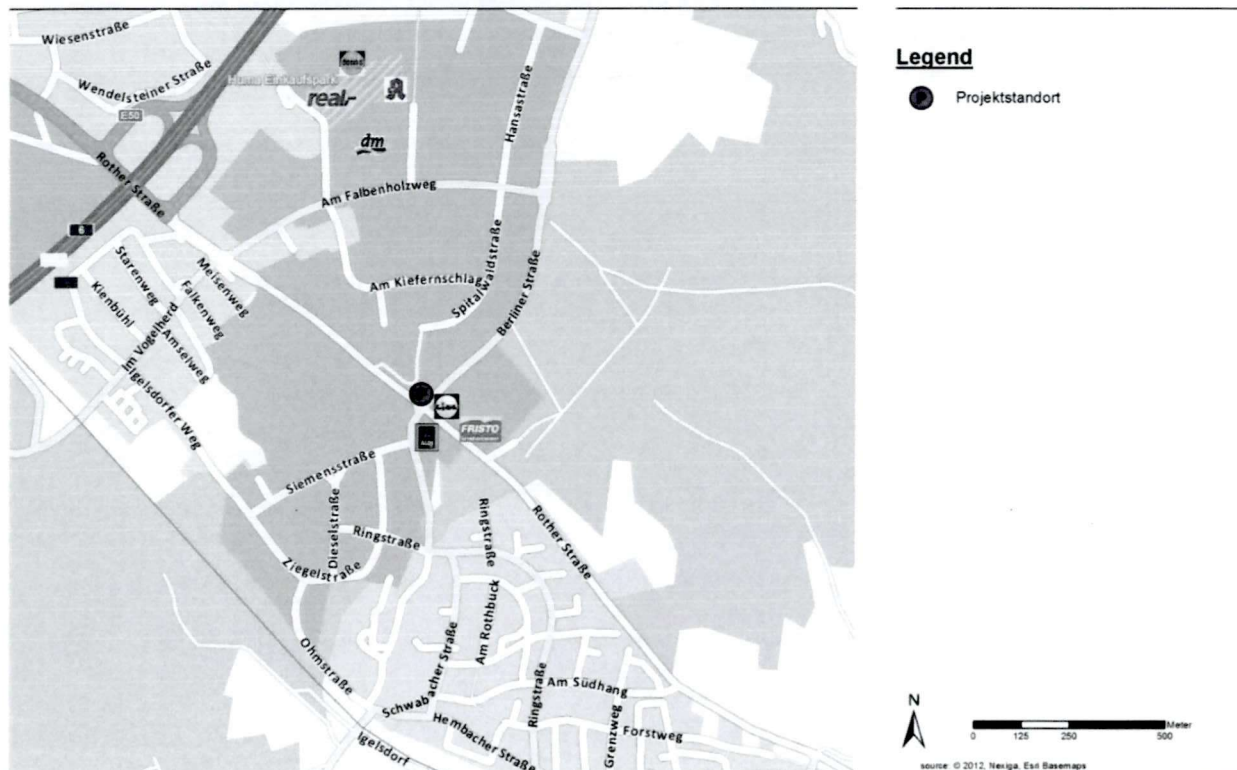
Neben der Analyse des Makrostandortes stellt die Mikrostandortanalyse den zweiten Teil der Standortbewertung dar. Damit werden insbesondere die Aspekte der Lage und der verkehrlichen Erreichbarkeit thematisiert. Der Mikrostandort ist insbesondere auch für die Abgrenzung des Einzugsgebietes von Relevanz.

Lage des Projektgrundstücks und Nutzungsumfeld

Der Projektstandort ist im Kreuzungsbereich der Rother Straße und Berliner Straße lokalisiert. Südlich des Planstandortes sind der Bestandsmarkt, ein Getränkemarkt sowie der Aldi Discounter positioniert. Darüber hinaus grenzen direkt an das Plangrundstück unterschiedliche (produzierende) Gewerbebetriebe an. Auch das weitere Umfeld wird geprägt durch eine gewerblich-industrielle Nutzung.

In einer Entfernung von rd. 400-500 m befinden sich in nördlicher Richtung im Stadtgebiet von Schwabach das Wohngebiet Vogelherd und das Gewerbegebiet Am Falbenholzweg. Hier sind u.a. ein Hornbach-Baumarkt, ein Real SB-Warenhaus sowie ein dm Drogeriemarkt ansässig. Das SB-Warenhaus und der Drogeriemarkt sind, neben verschiedenen Textilanbietern (z.B. Modemark Röther) und dem Elektrofachmarkt Media Markt, Ankerbetriebe des Huma Einkaufsparks. In südlicher Richtung beginnt in einer Distanz von rd. 400 m die geschlossene Wohnbebauung der Gemeinde Rednitzhembach.

Abbildung 5: Lage des Vorhabens



Quelle: Kartengrundlage © 2012, Nexiga, TomTom BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung.

Insgesamt wird deutlich, dass das direkte Umfeld des Planstandortes eine gewachsene Siedlungsstruktur aufzeigt, die jedoch in Bezug auf die Nutzungsformen im direkten Standortumfeld durch gewerblich-industrielle Betriebe geprägt ist.

Abbildung 6: Derzeitige Nutzungen im Umfeld des Vorhabenstandortes



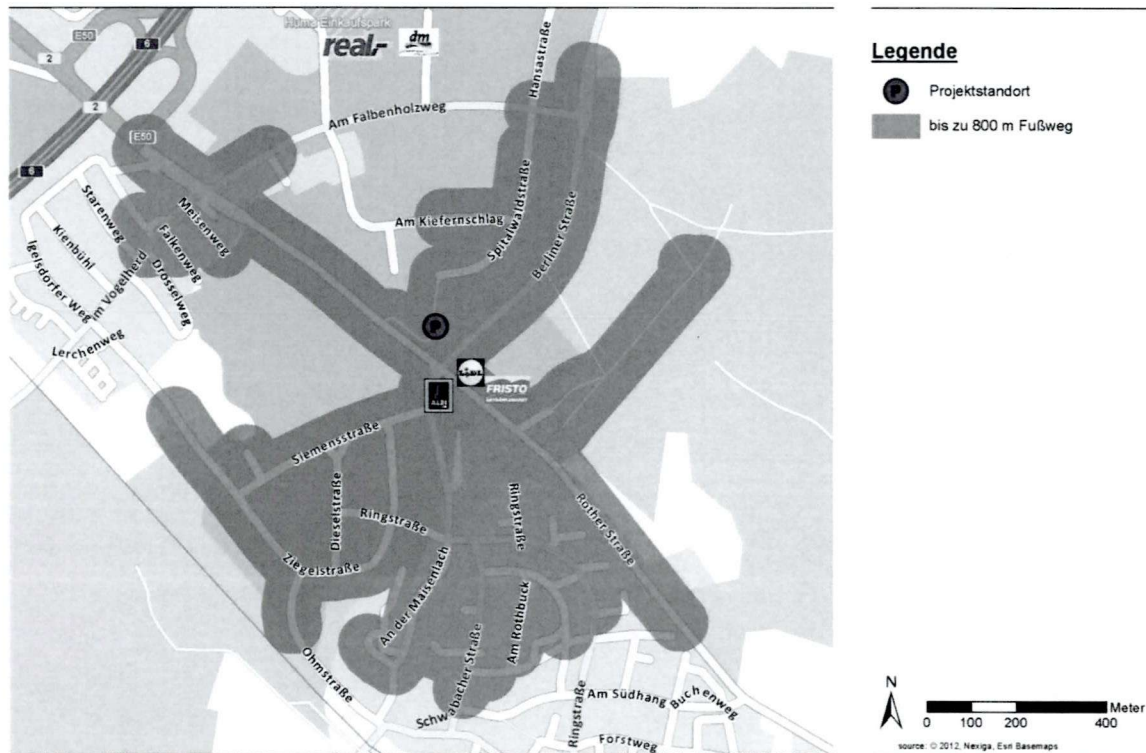
Quelle: eigene Aufnahmen Februar 2016.

Versorgungsfunktion und wohnortnahe Versorgung

Bereits zum jetzigen Zeitpunkt kommt dem Umfeld des Planstandortes eine wichtige Versorgungsfunktion mit Waren des täglichen Bedarfs zu; dies ist auf die beiden Discounter sowie den Getränkefachmarkt zurückzuführen. Innerhalb des Gemeindegebietes garantieren die Discounter die Versorgung der Einwohner im Preiseinstiegsbereich, sodass im Umkehrschluss den beiden Märkten eine gesamtgemeindliche Versorgungsfunktion zukommt. Ergänzt wird das Lebensmittelangebot ferner durch den ebenfalls hier ansässigen Textildiscounter KIK.

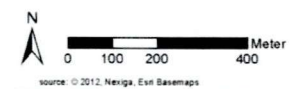
Rund 1.100 Personen, davon rd. 870 Personen aus dem Gebiet von Rednitzhembach (ca. 13 % der Gesamtbevölkerung von Rednitzhembach), können den Vorhabenstandort fußläufig in einer Distanz von maximal 800 Metern erreichen. Für diesen Personenkreis kann das Vorhaben, wie auch schon die bestehenden Betriebe, zur Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung beitragen.

Abbildung 7: Fußläufiger Nahbereich des Projektstandortes (800 m)



Legende

- Projektstandort
- bis zu 800 m Fußweg



Quelle: Kartengrundlage © 2012, Nexiga, TomTom BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung.

Verkehrliche Situation

Der Projektstandort ist mit dem PKW über die ST 2409, welche eine gute Erreichbarkeit innerhalb der Gemeinde garantiert, zu erreichen.

Parallel zur ST 2409 verläuft ein gut ausgebauter Fuß-/Radweg, der die umliegenden Wohngebiete der Stadt Schwabach und der Gemeinde Rednitzhembach an den Projektstandort anbindet.

Mit den beiden Bushaltestellen „Schwabach/ Berliner Str.“ und „Igeldorf/ RH/ Penzendorfer Str.“ ist die Einbindung in das örtliche ÖPNV-Netz gewährleistet. Die Entfernung zum Planstandort beträgt zwischen 100 m und 350 m; damit befinden sich beide Haltestellen in fußläufiger Distanz.

In der Gesamtbetrachtung ist die Erreichbarkeit des Planstandorts sowohl mit dem PKW als auch für nicht-motorisierte Kundengruppen als gut zu bewerten.

Städtebauliche Einordnung des Projektstandortes

In Summe der vorstehenden Standortfaktoren ist der Vorhabenstandort als städtebaulich integriert einzustufen, denn der Standort ist

- räumlich und funktional einem Siedlungsschwerpunkt zugeordnet,
- im Zusammenhang mit einer bestehenden Bebauung bzw. gliedert sich in diese ein,
- für die umliegende Wohnbevölkerung in fußläufig gut erreichbarer Lage,
- verfügt über Wohnanteile innerhalb des fußläufigen Einzugsgebietes (Nahbereich) und
- über eine qualifizierte ÖPNV-Anbindung.

Die Einstufung des Planstandortes als städtebaulich integrierte Lage wird auch von der Regierung von Mittelfranken bestätigt.²

Fazit zum Mikrostandort

- Gewachsenes Vorhabenumfeld, das derzeit vor allen Dingen durch die Gewerbe-, Wohn- und Verkehrsfunktion geprägt wird.
 - Gute verkehrliche Erschließung für motorisierte wie auch nicht-motorisierte Kundengruppen.
 - Von umliegenden Wohnquartieren fußläufig erreichbarer, städtebaulich integrierter Standort.
 - Der Bestandsmarkt bzw. das Vorhaben sichert in Kombination mit dem Aldi-Markt die Versorgung im Preiseinstiegssegment in der Gemeinde Rednitzhembach.
-

² Vgl. Schreiben der Regierung von Mittelfranken vom 23.12.2015 an die Gemeinde Rednitzhembach im Rahmen der frühzeitigen Beteiligung der höheren Landesplanungsbehörde als Träger öffentlicher Belange

5 Nachfrageanalyse - Einzugsgebiet und Kaufkraftvolumen

5.1 Einzugsgebiet

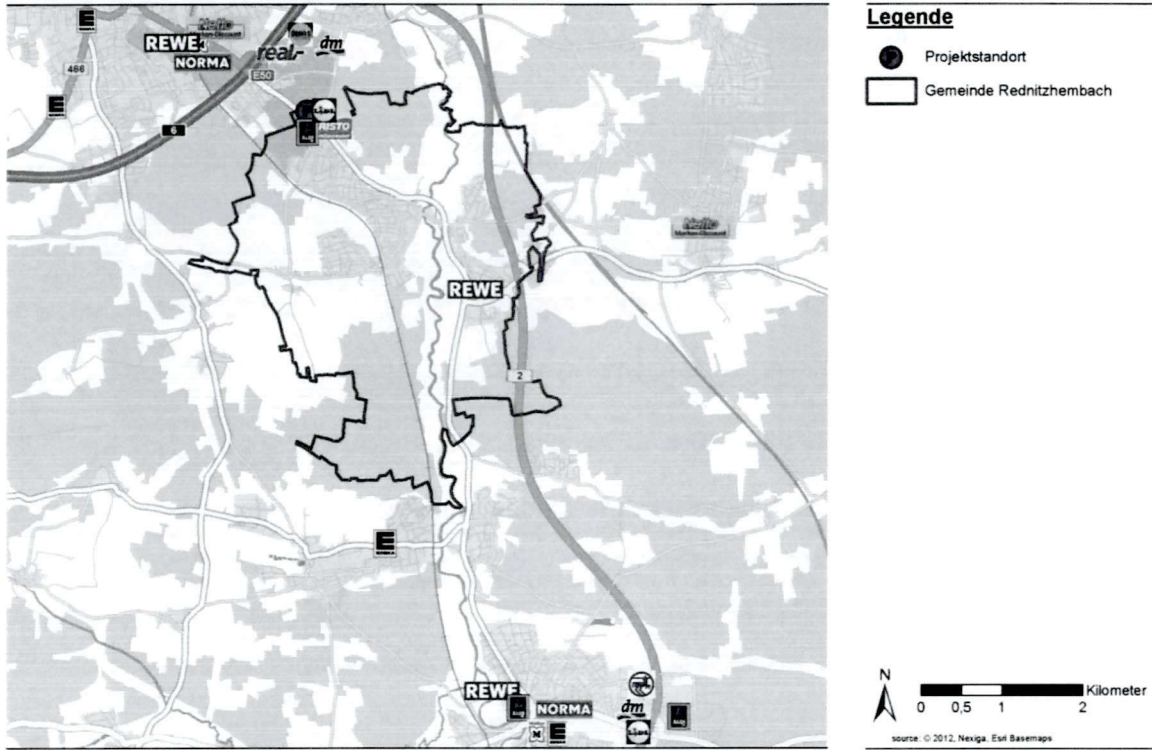
Die Abgrenzung des Einzugsgebietes und die Berechnung des vorhabenrelevanten Kaufkraftvolumens stellen weitere wichtige Bezugspunkte für die nachfolgende Analyse der möglichen Auswirkungen des Vorhabens dar. Für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung und damit die Abgrenzung des Einzugsgebietes von Einzelhandelsbetrieben spielen grundsätzlich mehrere Faktoren eine maßgebliche Rolle:

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung im geplanten Sortimentsbereich,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,³
- die relevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Wettbewerber im engeren und weiteren Standortumfeld,
- die Attraktivität der Einzelhandelslage, die durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Konzepts bzw. der Betreiber bestimmt wird,
- die Qualität des Mikrostandortes, die aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten und aus möglicherweise vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen, ausgehend von den topographischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten.

Von entscheidender Bedeutung für die Einzugsgebietsabgrenzung des Standortes ist neben der Ausstrahlung des Vorhabens besonders die regionale Angebotsstruktur. Von Bedeutung im Sinne möglicher Synergien sind zudem die Kopplungspotenziale der avisierten Betriebe innerhalb des Vorhabens als auch der benachbarten Betriebe. Nachfolgende Abbildung stellt die Angebotssituation im Umfeld des Projektstandortes dar.

³ Verbraucher akzeptieren zum Einkauf von Waren des Grundbedarfs (Lebensmittel) größtenteils eine Entfernung zwischen Wohnung und Einkaufsort von 5 bis 10 Minuten (Quelle: BBE Handelsberatung, Nahversorgung 2010, Perspektiven der Nahversorgung).

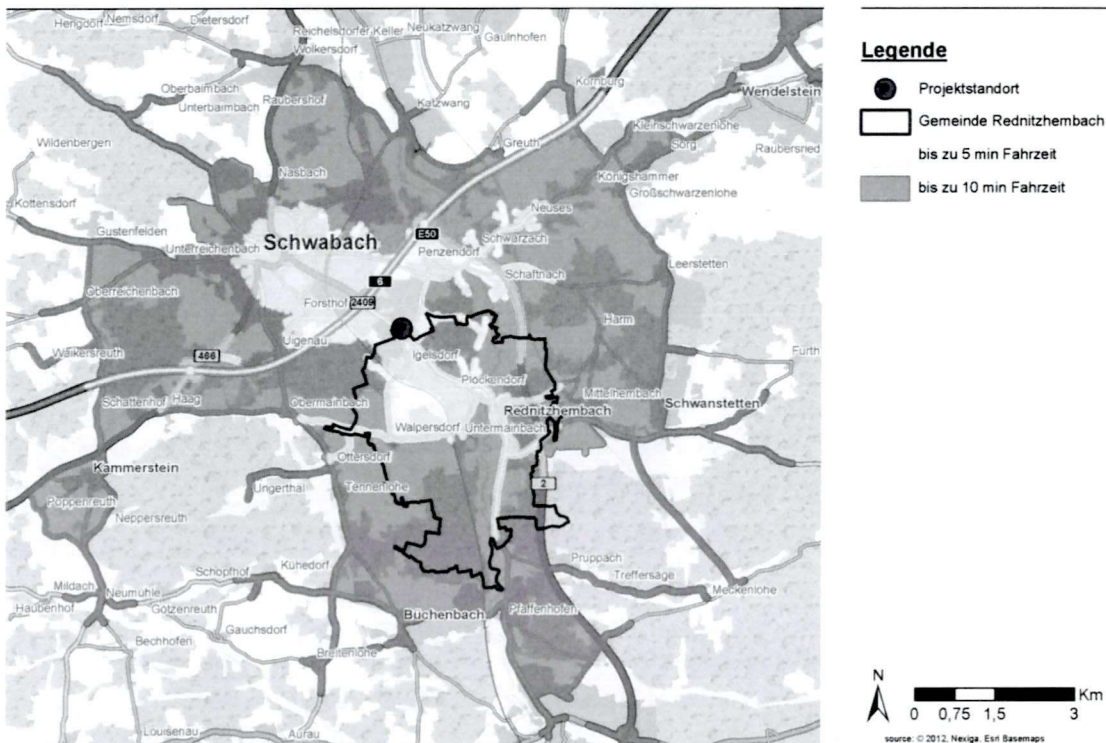
Abbildung 8: Wettbewerber im Umfeld



Quelle: Kartengrundlage © 2012, Nexiga, TomTom; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung.

Ferner ist bei der Einzugsgebietsabgrenzung des Standortes die Erreichbarkeit des Planstandortes entscheidend. Folgende Abbildung verdeutlicht die PKW-Erreichbarkeit innerhalb von 5 und 10 Fahrminuten.

Abbildung 9: Fahrzeitzonen



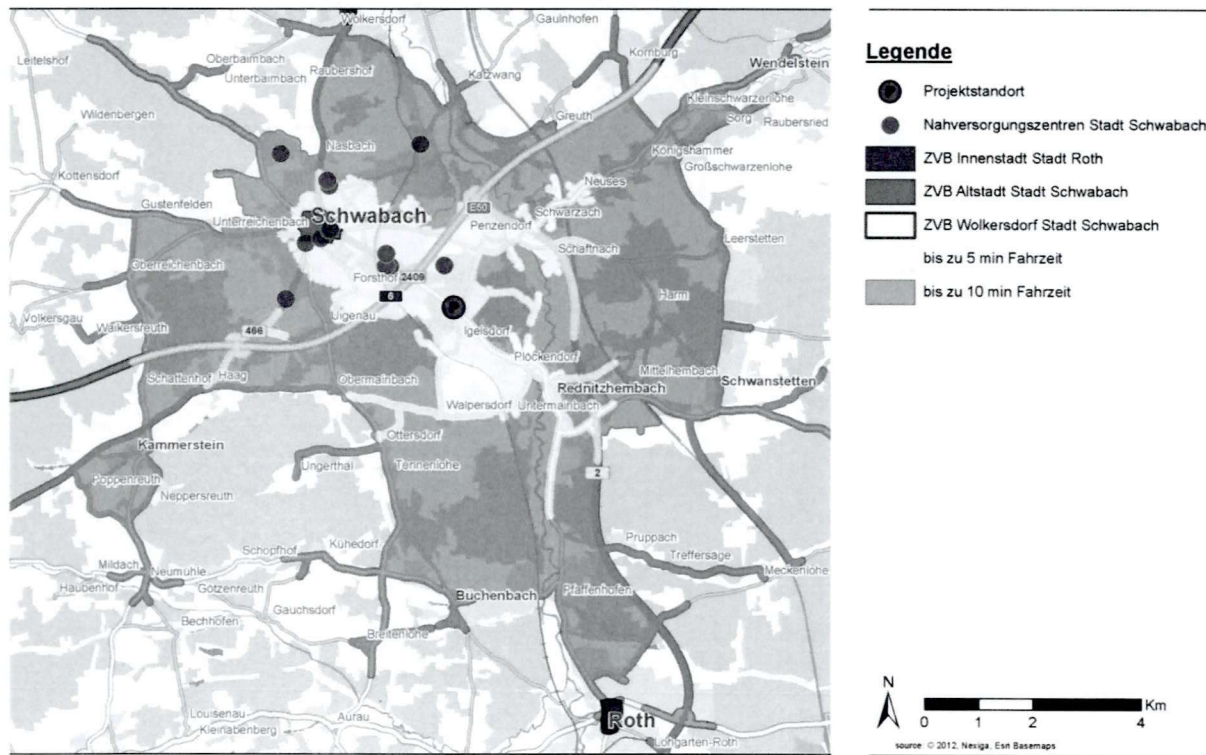
Quelle: Nexiga, eigene Darstellung

Vorstehender Abbildung kann entnommen werden, dass innerhalb einer Fahrzeit von 5 Minuten die Wohngebiete der Vorhabenkommune zu erreichen sind. Aufgrund der guten Verkehrsanbindung durch die nahegelegenen Bundesstraßen bzw. BAB sind große Teile der Stadt Schwabach Teil der 5-Minuten-Fahrzeitisochrone. Des Weiteren schlägt sich die gute PKW-Erreichbarkeit in Gestalt der 10-Minuten-Fahrzeitisochrone nieder. Die Fahrzeit-Isochrone von 10 Minuten umfasst ein Gebiet, das im Norden die gesamte Stadt Schwabach, im Westen die Gemeinde Kammerstein, im Süden die Kommunen Büchenbach und anteilig Roth sowie im Osten die Kommunen Schwanstetten, Wendelstein und anteilig Nürnberg abdeckt.

Für die Beurteilung des Vorhabens sind die induzierten Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in der Ansiedlungsgemeinde bzw. in den Gemeinden des Einzugsgebietes des Vorhabens darzustellen und zu bewerten.

Nachfolgende Übersicht visualisiert die Struktur zentraler Versorgungsbereiche.

Abbildung 10 Zentrenstruktur im regionalen Kontext



Quelle: Nexiga, eigene Darstellung

Die räumliche Ausdehnung des Einzugsgebietes wird neben der zunehmenden Raum-/Zeit Entfernung durch die Wettbewerbsstandorte und deren Angebotsstruktur bestimmt.

Insbesondere ist an dieser Stelle auf das im südlichen Stadtgebiet von Schwabach befindliche leistungsstarke Huma Einkaufszentrum hinzuweisen. Die hier ansässigen Lebensmittel- und Drogeriewarenanbieter limitieren die räumliche Strahlkraft des Vorhabens in nördlicher Richtung. Denn diese Wettbewerber verfügen nicht nur über ein ausgedehntes überörtliches Einzugsgebiet, sondern auch - trotz der städtebaulich nicht-integrierten Lage des Einkaufszentrums - über eine (Nah-)Versorgungsfunktion für den südlichen Stadtbereich von Schwabach. In nicht unerheblichem Umfang profitieren die Anbieter dabei von den Synergien mit den überregional bedeutsamen Anbietern im Huma Einkaufszentrum, z.B. Media Markt, Modemarkt Röther, Intersport Voswinkel. Aufgrund der Angebotsstruktur im Huma Einkaufszentrum, verbunden mit der einzelbetrieblichen Leistungsfähigkeit, können die Lebensmittelanbieter nicht nur das örtliche Nachfragepo-

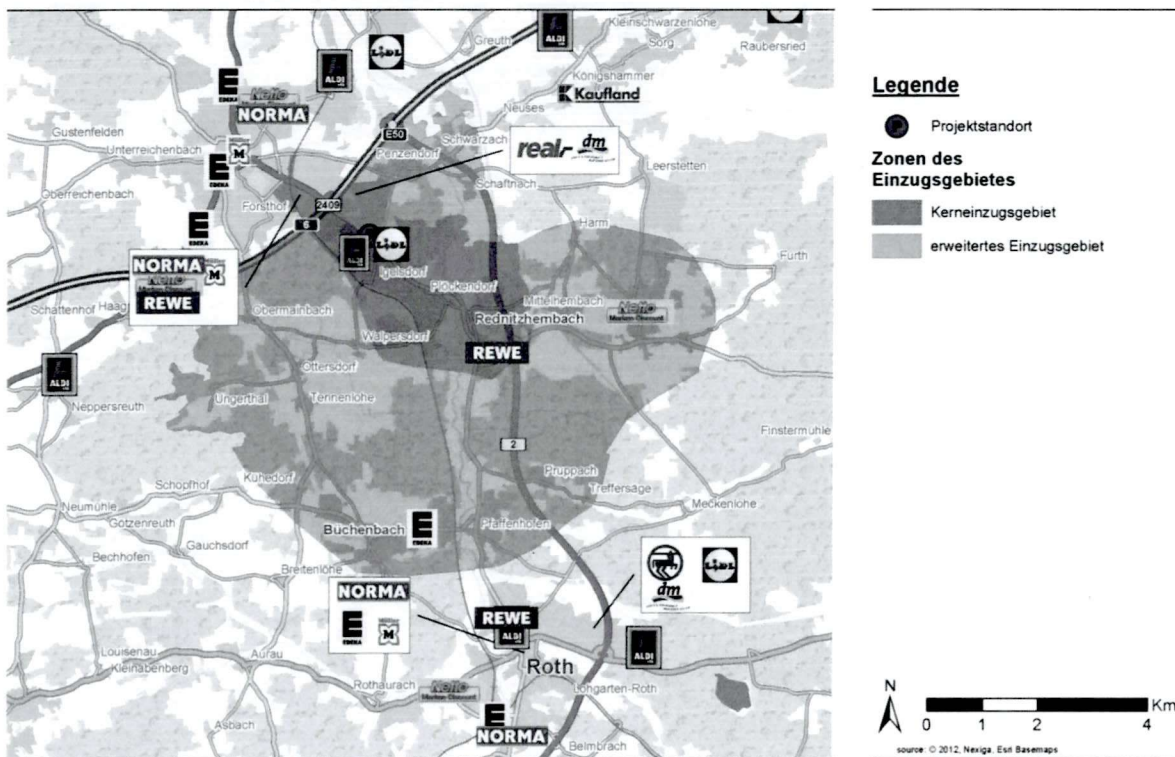
tenzial bedienen, sondern zudem anteilig die Versorgung der Einwohner aus den umliegenden Kommunen sichern.

Im Weiteren wird die räumliche Reichweite des Vorhabens durch die umliegenden Discounter bzw. Drogeriefachmärkte limitiert. Als direkte Wettbewerber sind die Discounter in Rednitzhembach (Aldi) und in den Städten Schwabach sowie Roth (Netto, Norma, Aldi, Lidl) zu identifizieren. Im Bereich der Drogeriewaren sind mit den Anbietern dm, Drogeriemarkt Müller und Rossmann namhafte, leistungsstarke Wettbewerber in den Städten Roth und Schwabach ansässig.

Die im Rahmen des Vorhabens avisierten Betriebe sind als Nahversorgungsbetriebe zu bezeichnen. Durch die Häufigkeit, mit der nahversorgungsrelevante Warengruppen nachgefragt werden, ist die Bereitschaft der Konsumenten einen großen Zeit- und Wegeaufwand zu akzeptieren entsprechend gering ausgeprägt. Dies resultiert aus der Tatsache, dass für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben mit zunehmender Zeitdistanz und des hiermit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwands geringer wird. Die Zeit-Distanz-Empfindlichkeit der einzelnen Sortimente wird dabei wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt.⁴

Basierend auf der Angebotsstruktur im Vorhabenumfeld sowie den Fahrdistanzen ist folgendes prospektives Einzugsgebiet abzugrenzen (vgl. Abbildung 11).

Abbildung 11: Einzugsgebiet des Vorhabenstandortes



Quelle: © 2012, Nexiga, TomTom, eigene Bearbeitung.

Basierend auf der Angebotssituation sowie in Kombination mit den umseitig dargestellten Fahrzeitisochronen umfasst das prospektive Einzugsgebiet das Gemeindegebiet Rednitzhembach sowie Teile des Stadtgebietes Schwabach.

⁴ Die Waren des täglichen Bedarfs (bspw. Lebensmittel, Drogeriewaren) weisen bezüglich des relativ niedrigen Warenwertes und der verhältnismäßig hohen Einkaufsfrequenz (Nachfragehäufigkeit) eine hohe Zeit-Distanz-Empfindlichkeit auf. Die Folge hiervon ist, dass zur Deckung der Nachfrage von Kunden i.d.R. nur geringe Zeitdistanzen akzeptiert werden.

Unter Berücksichtigung weiterer Faktoren, wie der qualitativen Bewertung der Wettbewerbssituation sowie von Barrieren (Straßen, siedlungsstrukturelle / topografische Gegebenheiten etc.) ergibt sich folgendes Einzugsgebiet:

- **Zone I (=Kerneinzugsgebiet)** umfasst Teile der Gemeinde Rednitzhembach und der Stadt Schwabach. In diesem Bereich wird das Vorhaben die höchste Marktdurchdringung erreichen. In der Summe leben im Kerneinzugsgebiet rd. 7.900 Personen.
- Das Einzugsgebiet der **Zone II (=erweitertes Einzugsgebiet)** schließt sich an das Kerneinzugsgebiet an und umfasst das weitere Gemeindegebiet von Rednitzhembach sowie Teile der Nachbarkommunen Schwanstetten, Büchenbach und Roth. Summiert leben im erweiterten Einzugsgebiet etwa 12.000 Einwohner.

Insgesamt kann das Vorhaben auf ein maximales Einzugsgebiet von rd. 19.900 Einwohnern zurückgreifen. Aufgrund der mit zunehmenden Entfernung zum Planstandort steigenden Anzahl der regionalen Alternativstandorte (z.B. Huma Einkaufszentrum) ist es wahrscheinlich, dass nicht alle Einwohner des hier dargestellten Einzugsgebietes zum Vorhabenstandort tendieren.

Basierend auf einer Analyse mit dem BBE-eigenen Geografischen Informationssystem (GIS) erfolgt eine flächenanteilige Aufteilung der Einwohner nach Zonen. Nachstehende Tabelle stellt dies überblicksartig dar.

Tabelle 2: Einwohner im Einzugsgebiet

Gemeinde	Einwohner gesamt
Rednitzhembach (anteilig)	6.700
Schwabach (anteilig)	1.200
Summe Zone I	7.900
Rednitzhembach (anteilig)	100
Schwabach (anteilig)	2.200
Büchenbach (anteilig)	4.100
Schwanstetten (anteilig)	4.000
Roth (anteilig)	1.600
Summe Zone II	12.000
Summe Gesamt	19.900

Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik 2016, eig. Bearbeitung und Darstellung

Grundsätzlich sind Einzugsgebiete nicht als statische Gebilde anzusehen, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil des betrachteten Vorhabens stammt. Mögliche diffuse Zuflüsse von außerhalb sind demzufolge systemimmanenter Bestandteil des Modells.

Das aufgezeigte Einzugsgebiet endet folglich nicht punktgenau an der dargestellten Grenze. Aus dem Bereich, der über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinausreicht, ist lediglich vereinzelt mit Streuumsätzen (diffuse Umsätze ohne direkten Ortsbezug) zu rechnen. Diese Bereiche sind nicht zum Einzugsgebiet zu zählen, da die Verflechtungsintensität deutlich nachlässt und mit verstärkten Einflüssen von Konkurrenzstandorten zu rechnen ist.

Nachstehend wird der **Untersuchungsraum** für das geplante Vorhaben abgegrenzt. Dies ergibt sich aus der Notwendigkeit, da über das Einzugsgebiet des Projektvorhabens (vgl. Abbildung 11) hinaus Einkaufs- und Kundenverflechtungen vorliegen. Insbesondere überdecken sich die Einzugsgebiete umliegender Einzelhandelsagglomerationen oder attraktiver Solitärstandorte (bspw. Huma Einkaufszentrum bzw. Verbund-

standort Rother Straße Schwabach oder in der Stadt Roth) mit dem betrieblichen Einzugsgebiet der geplanten Betriebe. So decken Konsumenten aus dem Einzugsgebiet des Planvorhabens derzeit ihre Nachfrage nach Lebensmitteln und Drogeriewaren nicht vollständig innerhalb des dargestellten Einzugsgebietes, sondern – beispielsweise auf Grund des Fehlens eines Drogeriemarktes – außerhalb dieses Bereiches. Dies wird durch die berechnete Zentralität (vgl. Tab. 5) deutlich, die jeweils unter 100 liegt und somit einen Kaufkraftabfluss ausweist.

Es bestehen also Interdependenzen, die in Form von wechselseitigen Wettbewerbsbeziehungen zum Ausdruck kommen. Im konkreten Fall sind daher nicht nur die Betriebe im dargestellten Einzugsgebiet, sondern auch an den umliegenden Standorten zu betrachten (vgl. Abbildung 11), da diesen Lagen aktuell Kaufkraft aus dem Einzugsgebiet zufließt. Durch die zukünftige Orientierung von Kunden zu dem projektierten Discounter / Drogeriemarkt an der ST 2409 bzw. der Rückholung von derzeit abfließender Kaufkraft sind somit ggf. Umsatzverluste von Anbietern zu erwarten, die außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes angesiedelt sind.

5.2 Marktpotenzial

Die Höhe der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer gibt unabhängig von der Größe der Stadt das verfügbare Netto-Einkommen pro Einwohner im Verhältnis zum Gesamteinkommen in der Bundesrepublik an, welches für die Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.

Das vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet (ca. 19.900 Einwohner) und dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag (BBE Struktur- und Marktdaten), gewichtet mit der jeweiligen sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffer⁵ (Quelle: BBE/CIMA/MB-Research).

Tabelle 3: Sortimentspezifischer Kaufkraftindex und Marktpotenzial in Zone I und II

Sortiment	Kaufkraftindex in		Marktpotenzial in Mio. €		
	Zone I	Zone II	Zone I	Zone II	Gesamt
Lebensmittel	102,6	104,4	18,8	23,8	47,1
Drogeriewaren	102,6	104,3	2,4	3,6	6,1

Quelle: BBE/CIMA/MB-Research Marktdaten 2015, eig. Berechnung, Rundungsdifferenzen möglich

Insgesamt zeigt sich anhand der Einwohnerzahl sowie des darauf aufbauenden vorhandenen Nachfrage- und Marktpotenzials im Einzugsgebiet eine aktuell solide Nachfragebasis, die jedoch vor dem Hintergrund der perspektivischen Bevölkerungsentwicklung (vgl. Tabelle 1) stagnieren, tendenziell sogar rückläufig sein wird.

⁵ Anmerkung: Die sortimentspezifische Kaufkraft spiegelt die Nachfrage der privaten Haushalte bzw. Personen einer Stadt oder Region für spezielle Sortimente im Einzelhandel wider. Sie weicht von der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ab, welche zusammenfassend die Ausgaben über alle Sortimente im Einzelhandel darstellt. Durch die sortimentspezifische Kaufkraft werden die unterschiedlichen Elastizitäten innerhalb der einzelnen Branchen abgebildet.

6 Angebotssituation im Untersuchungsgebiet

Durch die vorhandene Angebotsstruktur in der Ansiedlungsgemeinde sowie im direkten Umfeld des Vorhabens werden sich die Auswirkungen, die mit dem Vorhaben einhergehen in der Ansiedlungsgemeinde sowie in den benachbarten Gemeinden zeigen.

Das folgende Kapitel dient der Darstellung und Bewertung der Angebotssituation im Untersuchungsraum, der über das eigentliche Einzugsgebiet hinausgeht. Besonderes Augenmerk wird hierbei neben den zentralen Versorgungsbereichen der Kommunen auf die teilweise dezentralen, jedoch strukturprägenden Angebotsstandorte bzw. Standorträume gelegt.

Die Angebotssituation wurde im Februar 2016 erhoben.

Im Kerneinzugsgebiet und den im Untersuchungsgebiet identifizierbaren zentralen Versorgungsbereichen - sofern aufgrund faktischer Gegebenheiten vorhanden oder in kommunalen Konzept ausgewiesen - erfolgte eine Totalerhebung aller projektrelevanten Anbieter, d.h., es wurden alle Einzelhandelsbetriebe ermittelt, deren Sortimente eine Überschneidung mit dem Vorhaben aufweisen.

Ferner wurden im Untersuchungsgebiet außerhalb zentraler Bereiche filialisierte und flächengrößere inhabergeführte Lebensmittel- und Drogeriemärkte betrachtet, die ein dem Vorhaben vergleichbares Sortiment führen. Dies ist aus der Tatsache abzuleiten, dass vor allem die filialisierten Betriebe untereinander in einer Konkurrenzsituation stehen, und somit durch die Vorhabenrealisierung vor allem angebotsaffine Märkte betroffen sind.

Aufgrund der spezifischen Sortimentsbreite und -tiefe sind dabei v. a. die Betriebe im Fokus, die vorhaben-spezifische Waren als Kernsortiment führen. Allerdings wurden auch Betriebe erfasst, welche das relevante Sortiment auf einer nicht nur unwesentlichen Teilfläche führen. Es ist jedoch davon auszugehen, dass Systemwettbewerber sowie Betriebe, die ebenfalls das Ziel von wiederkehrenden Versorgungseinkäufen sind und die eine größere Sortimentsüberschneidung mit dem Vorhaben aufweisen, in einen intensiveren Wettbewerb mit dem Vorhaben treten, als Betriebe, die ein spezialisiertes Sortiment führen.

Um die Auswirkungen der Vorhabenrealisierung in Rednitzhembach zu bewerten wird analysiert, welche Auswirkungen durch das Vorhaben induziert werden. Von besonderem Interesse sind dabei die Auswirkungen gegenüber zentralen Versorgungsbereichen.

Prinzipiell handelt es sich bei „zentralen Versorgungsbereichen“ (ZVB) um räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.⁶ Neben Handelsbetrieben sollte der zentrale Versorgungsbereich auch Dienstleistungsbetriebe oder sonstige Nutzungen aufweisen, welche die Einzelhandelsfunktion ergänzen, so dass dieser Bereich einen funktionalen Mittelpunkt darstellt. Idealerweise sind zentrale Versorgungsbereiche - insbesondere mit dem ÖPNV und für Fußgänger - verkehrsgünstig erreichbar. Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereiches setzt ferner eine städtebaulich integrierte Lage voraus.

Einem zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Funktion eines Zentrums zukommen, welches die Versorgung des Gemeindegebietes oder eines Teilbereichs mit einem abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs und mit Dienstleistungen funktionsgerecht sicherstellen kann. Zentrale Versorgungsbereiche können sowohl einen umfassenden als auch einen hinsichtlich des Warenangebots oder des örtlichen Einzugsbereichs eingeschränkten Versorgungsbedarf abdecken.⁷ Innerhalb von Städten kann es demnach mehr als einen zentralen Versorgungsbereich und unterschiedliche Typen bzw. Hierarchiestufen von Versorgungsbereichen (Innenstadtzentrum, Nebenzentrum, Grund-/ Nahversorgungszentrum) geben.

⁶ vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007.

⁷ vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7 A 964/05] vom 11.12.2006.

Eine bloße Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in einem räumlich abgegrenzten Bereich kann diese allein noch nicht zu einem zentralen Versorgungsbereich machen. Des Weiteren bilden einzelne solitäre Betriebe, welche i.d.R. diffus über das Stadtgebiet an städtebaulich integrierten oder peripheren Standorten liegen, keine zentralen Versorgungsbereiche.

Die Stadt Schwabach verfügt über ein integriertes Stadtentwicklungskonzept (ISEK)⁸ aus dem Jahr 2011, aus dem ein zentraler Versorgungsbereich im Bereich der historischen Altstadt entnommen werden kann. Nach telefonischer Bestätigung des Amtes für Stadtplanung und Bauordnung der Stadt Schwabach basieren die Aussagen und Abbildungen des ISEK auf den hier zitierten Studien der CIMA Stadtmarketing GmbH aus dem Jahr 2007⁹. Zum Begutachtungszeitpunkt wird das zugrundeliegende Einzelhandelskonzept aktualisiert, konnte allerdings nicht eingesehen werden. Entsprechend basiert für vorliegende Auswirkungsanalyse die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches auf der gem. ISEK im Jahr 2007 getroffenen Festsetzung, in Verbindung mit den tatsächlichen Verhältnissen vor Ort. Zusätzlich sind für die Stadt Schwabach sog. Nahversorgungszentren definiert, jedoch nicht gebiets-scharf abgegrenzt.

Die Stadt Roth verfügt nach telefonischer Rücksprache mit der Stadtverwaltung über kein kommunales Konzept in dem ein zentraler Versorgungsbereich i.e.S. ausgewiesen wurde. Im Rahmen eines sog. städtebaulichen Entwicklungskonzeptes (SEK)¹⁰ wurden Handlungsempfehlungen für das Themenfeld Einzelhandel ausgesprochen, ein zentraler Versorgungsbereich wurde nicht ausgewiesen. Infolgedessen beruht die Abgrenzung des faktischen zentralen Versorgungsbereiches auf den Ergebnissen der Vor-Ort-Begehung.

Darüber hinaus verfügen die weiteren Gemeinden des Untersuchungsgebietes über kein Einzelhandelskonzept, welches zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 11 Abs. 3 BauNVO ausweist. Daher beruht die Abgrenzung möglicher faktischer zentraler Versorgungsbereiche in der Stadt Roth und den Kommunen des Untersuchungsgebietes auf den tatsächlichen Verhältnissen vor Ort zum Begutachtungszeitpunkt.

Nachfolgend werden die Angebotsstandorte im Einzugs- und Untersuchungsgebiet des Vorhabens kurz dargestellt. Ferner erfolgt die Beschreibung der weiteren Angebotsstandorte, die für die regionale Angebotsausstattung maßgeblich sind.

8 Integriertes Stadtentwicklungskonzept Schwabach 2020, Zusammenfassung der Ergebnisse, Bearbeitungsstand: August 2011, Stadt Schwabach

9 Integriertes Innenstadt-, Einzelhandels- und Tourismuskonzept für die Stadt Schwabach. Teil II: Markt- und Standortuntersuchung Einzelhandel, Empfehlungen. CIMA Stadtmarketing GmbH, München, Juni 2007

10 Handlungsempfehlungen und Nutzungsstrukturen für das gesamte Stadtgebiet Roth. SEK 2009. Stadt Roth.

6.1 Rednitzhembach

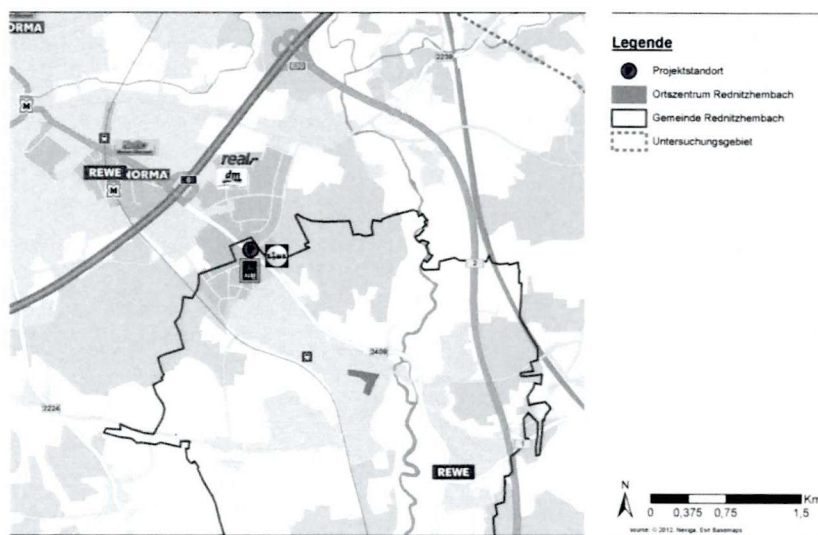
Lage des Ortszentrums	Verdichtungsansätze eines Ortszentrum entlang der Bahnhofstraße bzw. des Untermainbacher Weges
Erschließung	Bundes-, Staats- / Anwohnerstraßen, Bus, S-Bahn
Parkplatzsituation	öffentliches Parken straßenparallel möglich, betriebseigene Stellplatzanlagen
Sortimentsniveau	discountorientiertes- bis durchschnittliches Preissegment
Bedarfsorientierung	kurz- bis langfristiger Bedarf
Leerstände	n. V.
Projektreel. Verkaufsfläche / wesentliche Anbieter	rd. 3.600 m ² (inkl. Bestandsmarkt) Rewe (rd. 1.600 m ²), Aldi (rd. 800 m ²), Lidl (rd. 800 m ² , Bestandsmarkt)
Magnete	Rewe, Aldi, Lidl
Ergänzende Nutzungen	Dienstleistungen, Lebensmittelhandwerk, (Klein-)Gastronomie, öffentliche Verwaltung

Magnetbetriebe (Auswahl)



Quelle: eigene Aufnahme, Februar 2016.

Karte zur Abgrenzung der Lage



Quelle: Kartengrundlage Nexiga, eig. Darstellung

Zusammenfassende Beschreibung

Im Ortszentrum befinden sich wenige Einzelhandelsbetriebe, Dienstleistungs- und Gastronomie-/ Hotellerieangebote ebenso wie öffentliche Einrichtungen. Ein durchgehender Besatz ist nicht festzustellen, vielmehr zeigen sich Angebotsschwerpunkte im Bereich der Bahnhofstraße und im Umfeld des Rathauses im Untermainbacher Weg. Lebensmittel werden durch ansässige Lebensmittelhandwerker (Bäcker / Metzger) sowie einen Obst-/Gemüsehändler auf einer kleinen Verkaufsfläche vorgehalten. Eine Apotheke rundet das kurzfristige Warenangebot im Ortszentrum ab. Trotz der Verdichtungsansätze kann ein (faktischer) zentraler Versorgungsbereich, der u.a. eine umfassende Versorgung der Einwohner sicherstellt, nicht identifiziert werden.

Träger der örtlichen (Nah-)Versorgung sind nördlich und südlich des Ortszentrums positioniert. Hierbei

handelt es sich um den Lidl-Bestandsmarkt, einen Aldi-Discounter sowie einen baulich getrennten Super- und Getränkemarkt der Firma Rewe.

Die beiden Discounter bilden im Norden der Gemeinde einen leistungsstarken Verbundstandort, der durch einen Friso-Getränkemarkt und eine Filiale des Textildiscounters Kik ergänzt wird. Die Verkaufsfläche der Discounter bewegt sich im Bereich der betriebsformtypischen Mindestgröße. Auch entsprechen Marktauftritt und Warenpräsentation dem jeweiligen Firmenkonzept und können als funktional beschrieben werden. Die hohe Frequenz im Umfeld der Discounter ist auf die Versorgungsfunktion der Betriebe in der Gemeinde Rednitzhembach, die Kopplungspotenziale zwischen den Betrieben und die gute Verkehrslage des Standortes zurückzuführen.

Am südlichen Ortseingang unterhält die Firma Rewe einen Verbundstandort aus Super- und Getränkemarkt. Die Gebäude befinden sich dabei in zwei baulich nebeneinander liegenden Immobilien. Zusätzlich sind im Gebäude des Supermarktes ein vorgelagerter Bäcker und Metzger sowie ein Baumarkt mit separatem Eingang / Antritt ansässig. Aufgrund der baulichen Gegebenheiten belegt der Getränkemarkt einen überdurchschnittlich großen Verkaufsraum, der Supermarkt hingegen eine Verkaufsfläche, die den aktuellen Anforderungen nicht genügt. In der Gesamtbetrachtung ist der Rewe-Verbundstandort, trotz seiner baulichen Einschränkungen, als wettbewerbsstark zu beurteilen, da er eine Alleinstellung als Vollsortimenter in der Gemeinde Rednitzhembach einnimmt.

Darüber hinaus befinden sich zwei weitere Lebensmittelhandwerker in städtebaulich integrierter, jedoch solitärer Lage innerhalb des Gemeindegebietes.

Nachfolgend die Übersicht zur Verteilung der Verkaufsflächen (VKF) am Ort.

Lage	Projektrelevante Verkaufsfläche in m ² (gerundet)	Anteil in % (gerundet)
Rednitzhembach – Ortszentrum	115	3
Rednitzhembach – Gewerbegebiet Nord	1.850	52
Rednitzhembach – Gewerbegebiet Süd	1.590	44
Rednitzhembach – sonstige integrierte Lage	40	1
Summe	3.595	100

Quelle: eig. Erhebung und Darstellung; Rundungsdifferenzen möglich.

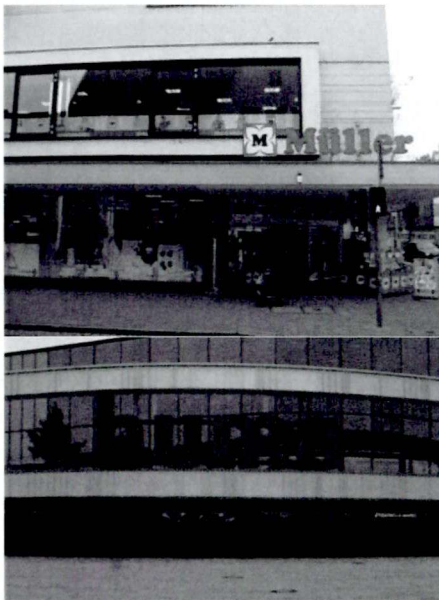
Fazit

Die Angebotslandschaft in der Gemeinde Rednitzhembach ist stark auf das Gemeindegebiet ausgerichtet und spricht primär die Einwohner von Rednitzhembach an.

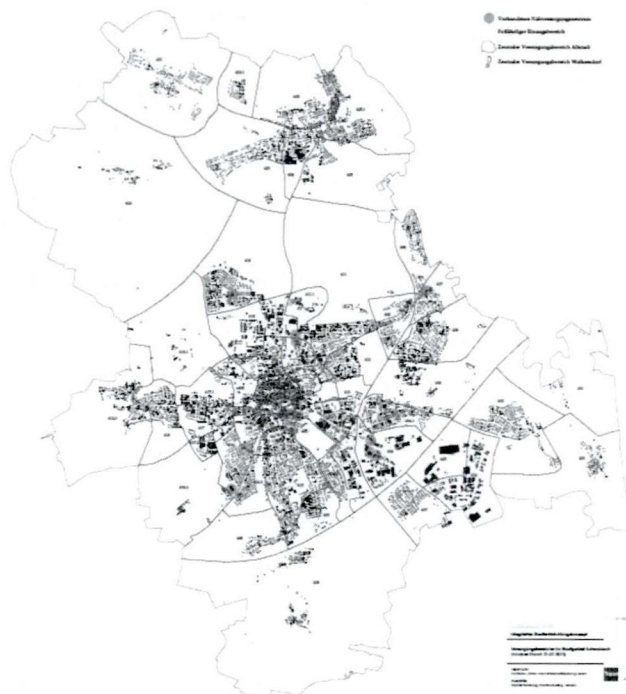
Trotz der Verdichtungsansätze im Ortszentrum ist kein zentraler Versorgungsbereich zu identifizieren. Eine Vorschädigung der wenigen im Siedlungskern ansässigen Betriebe ist nicht festzustellen.

6.1 Oberzentrum Schwabach

Lage des zentralen Versorgungsreiches	Historisches Stadtzentrum mit Angebotskonzentration entlang der zentralen Straßenachse, die z.T. als Fußgängerzone ausgewiesen ist
Erschließung	Autobahn, Staats- / Bundes- / Anwohnerstraßen, Bus, Bahn
Parkplatzsituation	öffentliches Parken straßenparallel und in einer Tiefgarage möglich, betriebseigene Stellplatzanlagen vorhanden
Sortimentsniveau	discountorientiertes- bis durchschnittliches Preissegment
Bedarfsorientierung	kurz- bis langfristiger Bedarf
Leerstände	vereinzelte Leerstände in Nebenlagen der historischen Innenstadt
Projektrelevante Verkaufsfläche / wesentliche Anbieter (Auswahl)	rd. 22.900 m ² Drogeriemarkt Müller ¹¹ (rd. 1.200 m ² [Ludwigstraße], bzw. 750 m ² [Alte Rother Str.]), dm (rd. 770 m ²), Real ¹² (rd. 5.500 m ²), Rewe (rd. 1.600 m ²), Norma (rd. 800 m ² [Rother Straße]), Netto (rd. 750 m ² [Rother Straße])
Magnete	Drogeriemarkt Müller, dm, Real, H&M, Gerry Weber, Intersport Voswinkel, Media markt
Ergänzende Nutzungen	Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Verwaltung
Magnetbetriebe (Auswahl)	Karte zur Abgrenzung der Lagen



Quelle: eigene Aufnahme, Februar 2016.



Quelle: Integriertes Stadtentwicklungskonzept – Vorentwurf (Teil D)

11 Nur Lebensmittel- und Drogeriewaren

12 Nur Lebensmittel- und Drogeriewaren

Zusammenfassende Beschreibung

Gemäß der kommunalen Konzepte (vgl. S. 14) umfasst der zentrale Versorgungsbereich (ZVB) die historische Altstadt. Aufgrund der tatsächlichen Verhältnisse vor Ort zum Besichtigungszeitpunkt ist dies aus Sicht der BBE zu bestätigen.

Innerhalb des **ZVB Altstadt** konzentriert sich das Einzelhandelsangebot auf die zentrale Straßenachse, die teilweise als Fußgängerzone umgebaut ist. Neben dem gepflegt wirkenden öffentlichen Raum tragen die historischen und baulich gut erhaltenen Gebäude zum attraktiven Erscheinungsbild der Innenstadt bei. Aus der historischen Bausubstanz resultiert im Umkehrschluss eine in weiten Teilen kleinteilige Verkaufsflächenstruktur. Nur wenige Betriebe verfügen über größere Verkaufsräume, z.B. H&M oder Drogeriemarkt Müller. Neben wenigen filialisierten Betrieben prägen zahlreiche inhabergeführte Betriebe die Angebotsstruktur. Diese zeichnen sich durch einen hohen Spezialisierungsgrad und in Folge dessen durch eine überdurchschnittliche Wettbewerbsfähigkeit aus. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch unterschiedliche, teilweise höherwertige Dienstleistungsangebote. Trotz vereinzelter ungenutzter Verkaufsräume in den Nebenlagen ist eine Vorschädigung des ZVBs nicht festzustellen.

Neben dem ZVB Altstadt wird in den kommunalen Konzepten im Norden von Schwabach, im Stadtteil **Wolkersdorf**, ein weiterer ZVB abgegrenzt. Aufgrund des vergleichsweise geringen, aufgelockerten Besatzes und der hauptsächlich auf das Umfeld beschränkten Versorgungsfunktion, liegt u.E. nach ein sog. Nahversorgungszentrum (NVZ) vor. Neben Lebensmittelhandwerkern ist in diesem Bereich ein Aldi-Discounter in Mindestbetriebsgröße ansässig. Eine Vorschädigung des NVZ oder des Magnetbetriebes Aldi ist nicht zu attestieren.

Neben den beiden ZVBs weisen die kommunalen Konzepte 13 weitere sog. **Nahversorgungszentren** aus. Im Zuge der Vor-Ort-Begehung wurde deutlich, dass die dargestellten Nahversorgungszentren lediglich die prägenden Einzelhandelsbetriebe abbilden. Ergänzende Angebote, etwa aus dem Bereich Gastronomie oder öffentliche Einrichtungen, fehlen. Darüber hinaus sind drei dieser Nahversorgungszentren innerhalb der definierten ZVB Altstadt und Wolkersdorf positioniert. Ferner belegen die Nahversorgungszentren Standorte in städtebaulich integrierten (z.B. Edeka Wittelsbacherstraße), teilintegrierten (z.B. Edeka Nördlinger Straße) und nicht-integrierten Lagen (z.B. Betriebe an der Rother Straße / im Huma Einkaufszentrum). Vor diesem Hintergrund kommt den Betrieben zwar teilweise eine deutlich über den Nahbereich hinausgehende Versorgungsfunktion zu, wesentliche Merkmale, die charakterisierend für ZVBs sind, fehlen jedoch. In der Gesamtbetrachtung kommt den sog. Nahversorgungszentren eine wichtige Versorgungsfunktion zu, sie stellen aber u.E. nach keine zentralen Versorgungsbereiche im eigentlichen Sinne dar.

Eine besonders hervorgehobene Stellung in der gesamtstädtischen Angebotslandschaft nimmt das **Huma Einkaufszentrum** ein. Dieses modern gestaltete Einkaufszentrum befindet sich in nicht-integrierter Gewerbegebietslage am südlichen Stadtrand von Schwabach. Die überörtliche Strahlkraft ist das Ergebnis der sehr guten Verkehrsanbindung und der dort ansässigen, leistungsfähigen Anbieter. Magnetbetriebe sind u.a. das Real SB-Warenhaus, dm, Media Markt, Intersport Voswinkel sowie Modepark Röther. Das Huma Einkaufszentrum ist in erster Linie auf PKW-affine Kunden ausgerichtet und hält eine entsprechend große Zahl an PKW-Stellplätzen vor. Die im Einkaufszentrum befindlichen Betriebe entsprechen hinsichtlich Verkaufsflächengröße, Warenpräsentation und Marktauftritt den derzeit üblichen Konzepten. Die Strahlkraft reicht durch die filialisierten, leistungsstarken Konzepte und die gute Verkehrsanbindung deutlich über die Stadtgrenze von Schwabach hinaus.

Das **Gewerbegebiet Alte Rother Straße** liegt eingebettet zwischen der Bundesstraße 2, dem Gleiskörper und der BAB 6 in städtebaulich nicht-integrierter Lage. Die Betriebe Rewe, Netto, Norma, Drogeriemarkt Müller und Expert sind als Leitbetriebe des Gewerbegebietes zu identifizieren. Während der Drogerie- bzw. Elektrofachmarkt moderne Verkaufsräume belegt, entsprechen die Verkaufsflächen der Discounter nicht den aktuellen Konzepten in Bezug auf Größe und Gestaltung. Die Firma Rewe unterhält einen baulich getrennten Super- und Getränkemarkt an der Rother Straße mit gemeinsam genutztem Eingang. Die Verkaufsfläche beider Betriebsteile präsentiert sich modern und attraktiv gestaltet,

gleichwohl die bauliche Trennung nicht dem aktuellen Konzept der Firma Rewe entspricht. In der Gesamtbewertung bilden die Märkte des Gewerbegebietes, trotz der einzelbetrieblichen Schwächen, einen wettbewerbs- und leistungsfähigen Verbundstandort. Die Strahlkraft reicht durch die beiden Fachmärkte und die gute Verkehrsanbindung in südlicher Richtung über die Stadtgrenze von Schwabach hinaus.

Im Südwesten des Stadtgebietes befindet sich an der **Nördlinger Straße**, diese ist als Bundesstraße 466 ausgewiesen, ein sog. Stand-alone-Supermarkt der Firma Edeka in städtebaulich teil-integrierter Lage. Der Betrieb zeigt hinsichtlich der Warenpräsentation, der Verkaufsraumgestaltung, aber auch im Hinblick auf sein externes Erscheinungsbild Defizite. Auf einer Verkaufsfläche, die deutlich über dem betriebstypenspezifischen Durchschnitt liegt, wird ein breites und vergleichsweise tiefes nahversorgungsrelevantes Sortiment vorgehalten. In Summe ist dem Markt trotz der baulichen Schwächen eine hohe Wettbewerbsfähigkeit zu attestieren, nicht zuletzt durch die Alleinstellung im südwestlichen Stadtgebiet bzw. der Lage an einer Ausfallstraße.

Unmittelbar südlich des ZVB Altstadt befindet sich an der **Wittelsbacherstraße** ein Edeka-SB-Markt. Der Markt wird gekennzeichnet durch seinen verwinkelten Grundriss, eine Verkaufsflächengröße, die dem Betriebstyp SB-Markt entspricht, und die städtebaulich integrierte Lage; eine Stellplatzanlage ist nicht vorhanden. Der attraktiv gestaltete Markt spricht somit primär die umliegende Mantelbevölkerung an. Zusätzliche Kunden kann der Markt durch die Nachfrage der Schüler des nahegelegenen Gymnasiums gewinnen. Eine betriebliche Vorschädigung ist nicht zu erkennen.

Am nördlichen Rand des Stadtteils **Limbach** bilden der Aldi-Discounter und ein Getränkemarkt einen Verbundstandort an der Katzwanger Straße. Beide Betriebsräume präsentieren sich funktional gestaltet. Der Aldi-Markt ist aufgrund der Alleinstellung des Verbundstandortes Träger der discountorientierten Nahversorgung im Nordosten der Stadt Schwabach. Eine vollumfängliche Nahversorgung ist hingegen nicht gewährleistet.

Die Märkte der Anbieter Netto und Norma an der **Fürther Straße** befinden sich in einer städtebaulich teil-integrierten Lage. Während das Umfeld im Süden durch Wohnbebauung geprägt ist, dominieren im sonstigen Umfeld gewerbliche Nutzungsformen. Beide Betriebe verfügen über eine durchschnittlich dimensionierte und funktional gestaltete Verkaufsfläche. Aufgrund der Alleinstellung als Discounterstandort im Stadtnorden und die vorwiegende Ausrichtung auf die hier lebende Bevölkerung ist eine Vorschädigung der Betriebe nicht festzustellen.

Abweichend zur Darstellung des ISEK ist der sog. NVZ Eichwasen nicht mehr abzugrenzen. Vielmehr hat sich zwischenzeitlich mit dem Verbundstandort Edeka / Fränky Getränkemarkt an der Straße **Am Pointgraben** ein „Ersatz“ entwickelt. Insbesondere der Edeka-Markt präsentiert sich modern und entspricht in Bezug auf Marktauftritt und Warenpräsentation dem aktuellen Konzept des Anbieters. Aus der Alleinstellung als Vollsortimenter im Stadtnorden, kombiniert mit der guten Verkehrsanbindung durch die Bundesstraße 2, resultiert eine hohe Wettbewerbsfähigkeit.

In sog. **sonstigen integrierten Lagen** sind neben kleineren Lebensmittelhandwerkern verschiedene Getränkemarkte ansässig. Diese Betriebe richten sich in erster Linie an die umliegende Mantelbevölkerung und können das Warenspektrum der zuvor dargestellten Angebotsstandorte lediglich komplettieren. Darüber hinaus stehen diese Betriebe mit dem Vorhaben nur nachrangig in Wettbewerb.

Nachfolgend die Übersicht zur Verteilung der Verkaufsflächen (VKF) am Ort.

Lage	Projektrelevante Verkaufsfläche in m ² (gerundet)	Anteil in % (gerundet)
Schwabach – Am Pointgraben	1.800	7
Schwabach – Fürther Straße	1.500	7
Schwabach – Gewerbegebiet Rother Straße	3.800	16
Schwabach – Huma Einkaufszentrum	7.000	31
Schwabach – Limbach	1.750	8
Schwabach – NVZ Wolkersdorf	850	4
Schwabach – Nördlinger Straße	2.000	9
Schwabach – sonstige integrierte Lagen	700	3
Schwabach – Wittelsbacherstraße	500	2
Schwabach – zentraler Versorgungsbereich Altstadt	3.000	13
Summe	22.900	100

Quelle: eig. Erhebung und Darstellung; Rundungsdifferenzen möglich.

Fazit

Die Angebotslandschaft des Oberzentrums Schwabach ist vielfältig und vital. Prägende Handelslagen sind neben dem dominierenden Huma Einkaufszentrum das Gewerbegebiet an der Rother Straße sowie der zentrale Versorgungsbereich Altstadt.

Aufgrund der überörtlichen Strahlkraft der Anbieter richten sich diese nicht nur an der Nachfrage der Einwohner in der Stadt Schwabach aus, sondern sichern darüber hinaus auch anteilig die Versorgung der umliegenden Kommunen. So wird die Stadt der landesplanerisch zugewiesenen Versorgungsfunktion gerecht. Im Umkehrschluss beschränken die vorhabenrelevanten Wettbewerber in der Stadt die Marktdurchdringung des Vorhabens und dessen Einzugsgebiet.

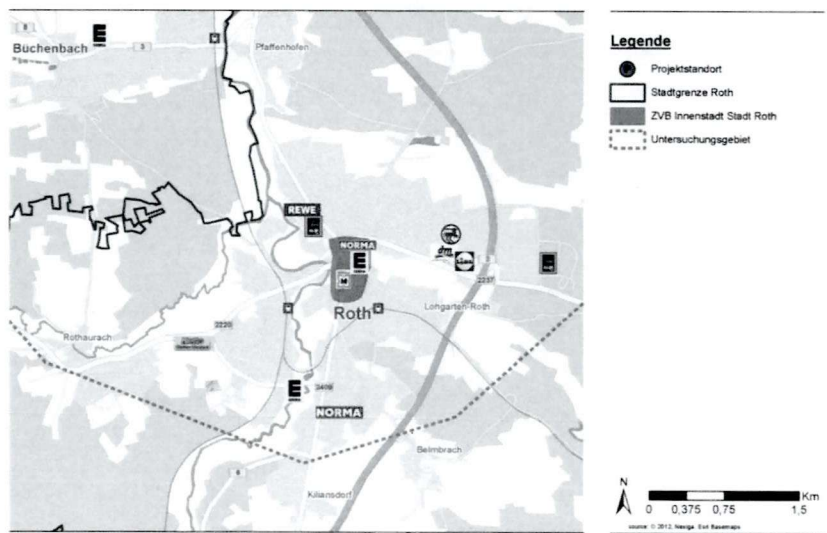
In der Gesamtbewertung sind die Zentrenstruktur und die Angebotslandschaft in der Stadt Schwabach stabil, zentrale Bereiche sind ohne Vorschädigung.

6.1 Mittelzentrum Roth

Lage des zentralen Versorgungsbereiches	Historisches Stadtzentrum entlang der Straßenachse Hauptstraße
Erschließung	Bundes- / Staats- / Anwohnerstraßen, Bus, Bahn
Parkplatzsituation	öffentliches Parken straßenparallel möglich, öffentliche Parkplätze und Parkhäuser vorhanden, betriebseigene Stellplatzanlagen
Sortimentsniveau	discount- bis durchschnittliches Preissegment
Bedarfsorientierung	kurz- bis langfristiger Bedarf
Leerstände	vereinzelte Leerstände
Projektrel. Verkaufsfläche / wesentliche Anbieter (Auswahl)	rd. 13.650 m ² Edeka (rd. 1.900 m ² [Sieh-dich-für-Weg], rd. 2.000 m ² [Eichenweg]), Drogeriemarkt Müller ¹³ (rd. 600 m ²), dm (rd. 750 m ²), Rossmann (rd. 650 m ²), Lidl (rd. 950 m ²), Norma (rd. 800 m ²), Netto (rd. 800 m ²)
Magnete	Edeka, Norma, Netto, Drogeriemarkt Müller, dm, Rossmann
Ergänzende Nutzungen	Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Verwaltung
Magnetbetriebe (Auswahl)	Karte zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches



Quelle: eigene Aufnahme, Februar 2016.



Zusammenfassende Beschreibung

Die Stadt Roth verfügt trotz eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nicht über eine Definition des zentralen Versorgungsbereiches (vgl. S. 19). Aufgrund der tatsächlichen Ausstattung zum Erhebungszeitpunkt kann ein zentraler Versorgungsbereich Altstadt abgegrenzt werden. Aufgrund der baulichen und funktionalen Verflechtung wird der historische Stadtkern durch das sich direkt anschließende „Einkaufszentrum“ erweitert. Dieses befindet sich zwischen dem Fluss Roth und der Allersberger Straße.

Innerhalb des **ZVB Innenstadt** konzentriert sich das Einzelhandelsangebot auf die zentrale Straßen-

13 Nur Lebensmittel- und Drogeriewaren

achse, die teilweise als Fußgängerzone teilweise zur verkehrsberuhigten Zone umgebaut ist. Neben dem gepflegt wirkenden öffentlichen Raum tragen die historischen und baulich gut erhaltenen Gebäude zum attraktiven Erscheinungsbild der Innenstadt bei. Die vereinzelt mindergenutzten Immobilien trüben das positive Erscheinungsbild hingegen kaum. Aus der historischen Bausubstanz resultiert im Umkehrschluss eine in weiten Teilen kleinteilige Verkaufsflächenstruktur. Verkaufsflächenseitig prägende Anbieter im ZVB sind die filialisierten Betriebe Norma, Drogeriemarkt Müller, Edeka Supermarkt sowie die Textilanbieter Wöhl, C&A und Olymp&Hades. Neben dem Drogeriemarkt, der etwa in der Mitte des ZVB positioniert ist, konzentrieren sich die weiteren großformatigen Anbieter im Norden des ZVB. Die Leitbetriebe des ZVB belegen durchweg marktadäquate Verkaufsflächen und zeichnen sich durch eine ansprechende Verkaufsflächengestaltung aus. Die sonstigen Betriebe sind mehrheitlich inhabergeführt, verfügen über kleinere Verkaufsflächen und zeigen einen höheren Spezialisierungsgrad. Trotz der vereinzelt mindergenutzten Immobilien ist eine Vorschädigung des ZVB nicht zu erkennen. Außerhalb des ZVB Altstadt konzentrieren sich die maßgeblichen Wettbewerber auf wenige Standortlagen.

Im Osten des Stadtgebietes können die Gewerbegebiete I und III aufgrund der städtebaulich nicht-integrierten Lage zur Standortlage **Gewerbegebiete Ost** zusammengefasst werden. Die hier ansässigen Betriebe zeichnen sich durch ihre funktionale Architektur und die primäre Ausrichtung auf PKW-affine Kundengruppen aus. Die in den Gewerbegebieten Ost ansässigen Betriebe belegen durchweg marktüblich gestaltete und dimensionierte Verkaufsflächen. Neben den Lebensmittel- (bes. Lidl, Aldi, Friso) und Drogerie-Anbietern (dm, Rossmann) treten weitere Fachmärkte in Erscheinung. Zu nennen sind an erster Stelle der OBI Baumarkt sowie ein Fahrradfachmarkt. Ferner dominiert in diesem Bereich die gewerbliche Nutzung, z.B. Auto- und Motorradhandel. In der Gesamtbetrachtung ist keine Vorschädigung der Einzelhändler zu attestieren.

Entlang der **Nürnberger Straße** sind verschiedene Einzelhandels- aber auch Dienstleistungsbetriebe verortet, ohne dabei jedoch eine geschlossene Einzelhandelslage zu formen. Leitbetriebe sind ein Rewe-Supermarkt und ein Aldi-Discounter. In erster Linie richten sich die Betriebe an der Nachfrage aus ihrem unmittelbaren Umfeld aus. Der Aldi-Markt ist funktional-schlicht gestaltet und verfügt über eine branchenübliche Mindestbetriebsgröße. Der Marktauftritt des Supermarktes zeigt Verbesserungsbedarf. Darüber hinaus ist die Verkaufsfläche des Anbieters in einen Super- und Getränkemarkt baulich getrennt. Aufgrund der Alleinstellung der Betriebe im nördlichen Stadtgebiet und der vergleichsweise dichten Siedlungsstruktur im Umfeld sind die beiden Anbieter tendenziell überdurchschnittlich wettbewerbsfähig.

Am südwestlichen Ortseingang ist in städtebaulich teil-integrierter Lage **Westring** ein alleinstehender Netto-Discounter mit vorgelagertem Bäcker positioniert. Beide Betriebe verfügen über eine Verkaufsfläche im Bereich der Mindestbetriebsgröße, die darüber hinaus funktional gestaltet ist. Primär richtet sich der Netto-Markt an der nördlich gelegenen Wohnbebauung aus, kann aber durch die Lage an der Ausfallstraße zusätzlich Kunden aus den südlichen Nachbarkommunen gewinnen. Eine Vorschädigung ist nicht zu erkennen.

An der Straße **Eichenweg** befindet sich in städtebaulich teil-integrierter Lage ein großer Edeka-Supermarkt. Im Gegensatz zum verbesserungsfähigen Außenauftritt, zeichnet sich der Betrieb durch eine ansprechende Gestaltung des Verkaufsraumes aus. Auf einer überdurchschnittlich großen Verkaufsfläche wird ein umfassendes Angebot vorgehalten. Aufgrund seiner Alleinstellung als Vollsortimenter im Süden der Stadt Roth kann der Anbieter auf eine breite Nachfragebasis zurückgreifen. Eine Vorschädigung des Betriebes ist nicht festzustellen.

Entlang der **Münchener Straße** sind verschiedene Einzelhandels- aber auch Dienstleistungsbetriebe verortet, ohne dabei jedoch eine geschlossene Einzelhandelslage zu formen. Leitbetrieb ist u.a. ein Norma-Discounter mit vorgelagertem Backshop. In erster Linie richtet sich der Anbieter an der Nachfrage der Einwohner im unmittelbaren Umfeld aus. Der Discounter ist funktional-schlicht gestaltet und verfügt über eine branchenübliche Mindestbetriebsgröße.

In sog. **sonstigen integrierten Lagen** sind neben kleineren Lebensmittelhandwerkern verschiedene

kleine Lebensmittelanbieter und Getränkemärkte ansässig. Diese Betriebe richten sich in erster Linie an die umliegende Mantelbevölkerung und können das Warenspektrum der zuvor dargestellten Angebotsstandorte lediglich komplettieren. Darüber hinaus stehen diese Betriebe mit dem Vorhaben nur nachrangig in Wettbewerb.

Nachfolgend die Übersicht zur Verteilung der Verkaufsflächen (VKF) am Ort.

Lage	Projektrelevante Verkaufsfläche in m ² (gerundet)	Anteil in % (gerundet)
Roth - Gewerbegebiete Ost	3.600	26
Roth – Eichenweg	2.000	15
Roth – Münchener Straße	800	6
Roth – Nürnberger Straße	2.400	18
Roth – sonstige integrierte Lagen	450	3
Roth – Westring	800	6
Roth – zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	3.600	26
Summe	13.650	100

Quelle: eig. Erhebung und Darstellung; Rundungsdifferenzen möglich.

Fazit

Die Angebotslandschaft des Mittelzentrums Roth ist hauptsächlich auf das Stadtgebiet von Roth ausgerichtet und spricht primär die eigenen Einwohner an.

Jedoch entwickeln insbesondere die großformatigen Betriebe in den Gewerbegebieten im Stadtosten, aber auch die bedeutsamen Anbieter im zentralen Versorgungsbereich eine räumliche Strahlkraft, die über die Stadtgrenzen hinausreicht. So wird der Angebotsstandort Roth dem landesplanerisch zugewiesenen mittelzentralen Versorgungsauftrag gerecht.

Eine Vorschädigung der gesamtstädtischen Zentrenstruktur und des faktischen zentralen Versorgungsbereiches im Speziellen ist nicht festzuhalten.

6.2 Zusammenfassung sonstiger Angebotsstandorte

Schwanstetten

In einer Entfernung von rd. 4 km befindet sich östlich der Vorhabengemeinde das Kleinzentrum Schwanstetten, das sich in siedlungsstrukturell abgesetzte Ortsteile aufgliedert. Schwanstetten soll entsprechend dem zugewiesenen Versorgungsauftrag die Versorgung der Einwohner sicherstellen. Die örtliche Händlerschaft kann dies allerdings nur teilweise gewährleisten. Neben einem Netto-Discounter inkl. Getränkemarkt in Mindestbetriebsgröße sind ein SB-Markt sowie ergänzende Lebensmittelhandwerker ansässig. Um sich vollumfänglich zu versorgen, sind die Einwohner von Schwanstetten bereits aktuell angehalten, mittels PKW / Bus die umliegenden Angebotsstandorte aufzusuchen.

Trotz vereinzelter Verdichtungsansätze von Einzelhandel oder öffentlichen Einrichtungen in den Ortsteilen ist die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches i.e.S. nicht möglich.

Die Ansiedlung eines marktüblich dimensionierten Lebensmittelvollsortimenters ist angesichts der siedlungsstrukturellen Kleinteiligkeit der Ortschaft auszuschließen. Die Nachbelegung eines aktuell ungenutzten Ladenlokals an der Sperbersloher Straße scheidet aufgrund der nicht erweiterungsfähigen Verkaufsflächenengröße aus.

Büchenbach

Die Gemeinde Büchenbach befindet sich rd. 6 km südwestlich der Vorhabengemeinde. Im Bereich der unteren Bahnhofstraße befinden sich verschiedene Lebensmittelhandwerker, die die Nachfrage lediglich ergänzen und im Frischebereich abrunden können. Der in Büchenbach ansässige Edeka-Markt verfügt über eine Verkaufsfläche deutlich unterhalb der Mindestbetriebsgröße. Entsprechend beschränkt sich das Warenangebot auf ein Rumpfsortiment, sodass eine qualifizierte Nahversorgung nicht dargestellt werden kann. Neben den Lebensmittelbetrieben sind in Büchenbach verschiedene zentrenbildende Einrichtungen ansässig, z.B. Kirche, Rathaus oder Kindertageseinrichtungen. Aufgrund des dispersen Besatzes kann jedoch kein zentraler Versorgungsbereich mit gesamtgemeindlicher Versorgungsfunktion identifiziert werden.

6.3 Umsatzverteilung und Bindungsquoten

Im Untersuchungsgebiet des Vorhabens sind demnach folgende strukturprägenden Hauptwettbewerber mit einer Verkaufsfläche von mehr als 400 m² zu identifizieren:

Kommune	Betriebstyp / Name des Wettbewerbers
Schwabach	<ul style="list-style-type: none"> ■ SB-Warenhaus: Real ■ (großer) Supermarkt: Rewe, Edeka (3x) ■ Discounter: Aldi (2x), Netto (2x), Norma (2x) ■ Drogeriemarkt: dm, Drogeriemarkt Müller (2x)
Roth	<ul style="list-style-type: none"> ■ (großer) Supermarkt: Rewe, Edeka (2x) ■ Discounter: Aldi, Netto, Norma (2x), Lidl ■ Drogeriemarkt: dm, Drogeriemarkt Müller (2x), Rossmann
Rednitzhembach	<ul style="list-style-type: none"> ■ Supermarkt: Rewe ■ Discounter: Aldi, Lidl (Bestandsmarkt)
Schwanstetten	<ul style="list-style-type: none"> ■ Discounter: Netto
Büchenbach	<ul style="list-style-type: none"> ■ Supermarkt: Rewe

Im Folgenden wird die Angebotssituation des vorhabenrelevanten Lebensmittelsortiments detailliert dargestellt.

Aus nachfolgender Tabelle wird anhand des generierten Umsatzes¹⁴ die hervorgehobene Stellung der zentralen Versorgungsbereiche bzw. der teil-/ nicht-integrierten Streulagen innerhalb des Untersuchungsgebietes deutlich.

¹⁴ Die Bewertung des Umsatzes (Brutto-Jahresumsatz) jedes einzelnen Betriebes erfolgt auf Grundlage der ortstypischen Raumleistung, die mit der Verkaufsfläche des jeweiligen Anbieters multipliziert wird. Die Kennwerte der Raumleistung werden aus den Erfahrungen der einzelnen spezialisierten BBE-Branchenberater abgeleitet. Ferner werden diese Raumleistungen mit der aktuellen Handelsliteratur oder mit Veröffentlichungen von Großbetriebsformen abgeglichen. Durch die Vor-Ort-Begehung jedes einzelnen Geschäftes fließen in die Umsatzbewertung ebenfalls qualitative Aspekte, die Wettbewerbsfähigkeit der einzelnen Anbieter oder mikroräumliche bzw. lageseitige Standortbedingungen mit ein.

Tabelle 4: Umsatzverteilung Lebensmittel im Untersuchungsgebiet

Standortlage	Umsatz in Mio. €	Umsatz in % des Angebotes
Büchenbach	3,0	1,7
Rednitzhembach – GE Nord*	8,7	5,0
Rednitzhembach – GE Süd	4,6	2,7
Rednitzhembach – Ortszentrum	0,6	0,3
Rednitzhembach – sonstige integrierte Lagen	0,2	0,1
Roth – Eichenweg	7,8	4,5
Roth - Gewerbegebiete Ost	9,6	5,5
Roth – Münchener Straße	4,0	2,3
Roth – Nürnberger Straße	10,5	6,1
Roth – sonstige integrierte Lage	0,7	0,4
Roth – Westring	3,8	2,2
Roth – zentraler Versorgungsbereich	14,7	8,5
Schwabach – Am Pointgraben	5,8	3,4
Schwabach – Fürther Straße	7,2	4,2
Schwabach – Gewerbegebiet Rother Straße	14,3	8,3
Schwabach – Huma Einkaufszentrum	42,5	24,6
Schwabach – Limbach	6,1	3,5
Schwabach – Nahversorgungszentrum Wolkersdorf	4,1	2,4
Schwabach – Nördlinger Straße	7,6	4,4
Schwabach – sonstige integrierte Lagen	1,3	0,8
Schwabach – Wittelsbacherstraße	1,9	1,1
Schwabach – zentraler Versorgungsbereich	6,3	3,6
Schwanstetten	7,8	4,5
Summe	173,1	100,0

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH; eigene Erhebung und Berechnung, Rundungsdifferenzen möglich, * inkl. Bestandmarkt.

Im Folgenden wird die Angebotssituation des vorhabenrelevanten Drogeriewarensortiments detailliert dargestellt.

Aus nachfolgender Tabelle wird anhand des generierten Umsatzes die hervorgehobene Stellung der zentralen Versorgungsbereiche bzw. der teil-/ nicht-integrierten Streulagen innerhalb des Untersuchungsgebietes deutlich.

Tabelle 5: Umsatzverteilung Drogeriewaren im Untersuchungsgebiet

Standortlage	Umsatz in Mio. €	Umsatz in % des Angebotes
Roth - Gewerbegebiete Ost	8,4	27,4
Roth – zentraler Versorgungsbereich	3,2	10,5
Schwabach – Gewerbegebiet Rother Straße	4,5	14,7
Schwabach – Huma Einkaufszentrum	5,8	19,0
Schwabach – zentraler Versorgungsbereich	8,7	28,4
Summe	30,6	100,0

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH; eigene Erhebung und Berechnung, Rundungsdifferenzen möglich.

In Tabelle 6 erfolgt die Gegenüberstellung des derzeit durch die im Einzugsbereich ansässigen Betriebe generierten Umsatzes und des im Einzugsbereich verfügbaren Kaufkraftpotenzials. Dabei zeigt ein Wert der Umsatz-Kaufkraft-Relation (sog. Bindungsquote) unter 100 an, dass das lokale Kaufkraftpotenzial nicht durch die örtlichen Anbieter gebunden wird. Im Umkehrschluss bedeutet dies, dass umliegende Anbieter von einem Zufluss an Kaufkraftpotenzial profitieren.

Aus nachfolgender Tabelle kann entnommen werden, dass im Kerneinzugsgebiet (Zone 1) das Marktpotenzial für Lebensmittel teilweise und für Drogeriewaren vollständig ungebunden ist. Im Umkehrschluss fließen diese Nachfragepotenziale umliegenden Angebotsstandorten zu. In erster Linie profitieren die räumlich nächstgelegenen Betriebe, wie zum Beispiel das Huma Einkaufszentrum, das im erweiterten Einzugsgebiet (Zone 2) verortet ist.

Rechnerisch wird das vorhandene Marktpotenzial der Zone 2, aber auch das des gesamten Einzugsgebietes durch die Betriebe (nahezu) vollständig gebunden. Dies ist primär mit dem Huma Einkaufszentrum zu erklären. So können zwar die generierten Umsätze der im Huma Einkaufszentrum ansässigen Betriebe räumlich in Zone 2 verortet werden, die Umsatzherkunft hingegen geht deutlich über das vorhabenspezifische Einzugsgebiet hinaus. Dies ist das Resultat des überörtlichen Einzugsgebietes des Einkaufszentrums / der Einzelbetriebe.

Primär wird sich das Vorhaben als Nahversorger an der Nachfrage der Wohnbevölkerung im Einzugsbereich ausrichten. Damit trägt das Vorhaben zur quantitativen und qualitativen Reduzierung des aktuellen Versorgungsdefizites bei.

Tabelle 6: Marktpotenzial, Umsatz und Bindungsquote im Einzugsgebiet

Sortiment	Marktpotenzial in Mio.			Umsätze in Mio. € in					Bindungsquote in % in		
	Zone 1	Zone 2	Gesamt	Zone 1	davon ZVB	Zone 2	davon ZVB	Gesamt	Zone 1	Zone 2	Gesamt
Lebensmittel	18,8	23,8	42,6	14,2	0,0	50,3	0,0	64,6	76	211	152
Drogeriewaren	2,4	3,6	6,1	0,0	0,0	5,8	0,0	5,8	0	161	95

Quelle: eig. Erhebung und Bearbeitung, ZVB = zentraler Versorgungsbereich.

Aus vorstehender Tabelle wird ferner deutlich, dass ein zentraler Versorgungsbereich im Einzugsgebiet nicht zu identifizieren ist (vgl. Angebotsanalyse). Gleichermäßen heißt dies aber auch, dass sich der zu erwartende Wettbewerb vor allen Dingen gegenüber den Betrieben außerhalb zentraler Versorgungsbereiche entwickeln wird.

Die derzeitigen Umsatzabflüsse aus dem Kerneinzugsgebiet werden durch attraktive und leistungsstarke Anbieter in umliegenden Angebotslagen induziert. Aus diesem Grund liegt im Rahmen der Untersuchung der Fokus auf großformatige Betriebe, die mit der Ausrichtung des Projektvorhabens vergleichbar sind und als direkte Mitbewerber einzustufen sind.

Fazit zur Angebotssituation:

- Strukturprägend im unmittelbaren Umfeld des Vorhabens ist das Angebot im Huma Einkaufszentrum. Dieses setzt sich flächenseitig vorwiegend aus kurz- und mittelfristigen Sortimenten zusammen. Hierbei handelt es sich um sehr leistungsstarke Betriebe, die von der ausgeprägten Bekanntheit des Standortes, der überörtlichen Erreichbarkeit und den Kopplungseffekten innerhalb des Einkaufszentrums profitieren.
 - Im direkten, aber auch im weiteren Umfeld des Planstandortes ist eine Angebotskonzentration im Bereich des discountorientierten Lebensmittelhandels festzustellen. Die maßgeblichen Anbieter sind hauptsächlich an städtebaulich (teil-)integrierten oder nicht-integrierten Standorten ansässig.
 - Die (faktischen) zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsgebiet können als stabil und ohne Vorschädigungen beschrieben werden. Oftmals handelt es sich bei den hier ansässigen Betrieben um leistungsstarke Filialisten, die durch inhabergeführte Betriebe mit kleiner Verkaufsfläche ergänzt werden.
 - Insgesamt präsentieren sich die ansässigen Betriebe mit mehrheitlich modernen und leistungsstarken Konzepten. In dieser Form stellen sie einen begrenzenden Faktor für das Einzugsgebiet des Projektvorhabens in Rednitzhembach dar.
-

7 Auswirkungsanalyse

7.1 Bauplanungsrechtliche Beurteilungsgrundlagen

Das Vorhabenareal ist Teil eines Gebietes, für das sich ein verbindlicher Bebauungsplan in Aufstellung befindet („*Gewerbegebiet Nord im Bereich Berliner Straße / Staatsstraße 2409 der Gemeinde Rednitzhembach*“). Der Bebauungsplan definiert das Vorhabengrundstück als Sondergebiet i.S.d. § 11 BauGB. Im Textteil des Bebauungsplanes erfolgt eine Begrenzung der baulichen Nutzung auf einen Lebensmittel-Verbrauchermarkt mit maximal 1.200 m² Verkaufsfläche, einen nicht-großflächiger Fachmarkt mit maximal 720 m² Verkaufsfläche, sowie einen Dienstleistungsbetrieb mit maximal 315 m² Verkaufsfläche.

Die Gemeinde Rednitzhembach benötigt im Rahmen der Abwägung im Bauleitplanungsprozess eine qualifizierte Beurteilung der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen, die mit dem Vorhaben einhergehen können.

Im Folgenden werden die induzierten Auswirkungen dargestellt und diskutiert.

Das örtliche Kaufkraftvolumen ist das Produkt der Wohnbevölkerung und der gewichteten Verbrauchsausgaben pro Kopf. Das örtliche Kaufkraftpotenzial kann dabei nur einmal in Form von monetärem Umsatz im Einzelhandel getätigt werden. Ein neu hinzutretendes Vorhaben, verbunden mit einem zu erwartenden Plenumsatz, kann wie der bestehende Einzelhandel auch, nur auf das vorhandene Kaufkraftpotenzial zurückgreifen. Folglich steht das Vorhaben in Wettbewerb zu etablierten Betrieben. Dies bedeutet im Umkehrschluss, dass das Kaufkraftpotenzial, welches durch das Vorhaben gebunden wird, zwangsläufig den etablierten Anbietern entzogen wird. Diese monetäre Umsatzumverteilung gegenüber umliegenden Angebotsstandorten soll Grundlage für die folgende Beurteilung sein.

Für die Betrachtung der Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung spielen u.a. die städtebaulichen Gegebenheiten und die ökonomischen Auswirkungen (d.h., die Umsatzumlenkungen) auf die jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche eine wesentliche Rolle.

Noch nicht abschließend geklärt ist, ab welcher Höhe der Umsatzumlenkungen nicht nur unwesentliche Auswirkungen auftreten können. In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis (abgeleitet aus der Zulässigkeit von Vorhaben nach § 34 Abs. 3 BauGB) hat sich jedoch als quantitative Orientierungsgröße etabliert,

dass bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust von 10 %, bei anderen Sortimenten von 20 % zu Geschäftsaufgaben führen kann und als abwägungsrelevant angesehen wird.¹⁵

Tabelle 7: Orientierungswerte der Umsatzverteilung bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben

Orientierungswerte der Umsatzverteilung nach Sortimenten	zentrenrelevant	nicht-zentrenrelevant
Abwägungsschwellenwert, Folgen auf den Wettbewerb sind wahrscheinlich	< 10 %	< 10 %
Nicht nur unwesentliche städtebauliche Folgen sind wahrscheinlich	10 – 20 %	> 20 %
Nicht nur unwesentliche raumordnerische Folgen sind wahrscheinlich	> 20 %	20 – 30 %
Unverträglichkeit	> 20 %	> 30 %

Quelle: eigene Darstellung nach: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Langzeitstudie im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg

Diese Richtwerte sind allerdings schematisch und berücksichtigen nicht die Situation im Einzelfall. Die städtebauliche Verträglichkeit von Einzelhandelsvorhaben ist immer auch aus den individuellen lokalen Gegebenheiten betroffener Bereiche und deren Stabilität abzuleiten. Daher werden weitere Aspekte (städtebauliche Gegebenheiten, etwaige Vorschädigungen von Versorgungsbereichen, Leerstand, Sortimentsausrichtung von betroffenen Magnetbetrieben, qualitative Aspekte etc.) in die Bewertung der Auswirkungen mit einbezogen. Der Abwägungsschwellenwert von 10 % ist demnach ein wesentlicher Indikator für mögliche negative Auswirkungen, jedoch nicht als „Demarkationslinie“ zu sehen.

Insbesondere sind bspw. bei einer bestehenden Vorschädigung bzw. bei Attraktivitätsmängeln (z.B. geringe städtebauliche Qualität, geringe Aufenthaltsqualität des Stadtraums, geringe Einzelhandelsdichte, Ladenleerstände, unattraktives Angebot) oder wegen der schwierigen Erreichbarkeit (z.B. schlechte Straßenanbindung, geringes Stellplatzangebot) Stabilitätsverluste zu erwarten.

Mögliche Umsatzzumlenkungen, die keine negativen Auswirkungen haben, sind bei der Beurteilung der baurechtlichen Genehmigungsfähigkeit hinzunehmen. Genehmigungsverfahren sollen kein Instrument zur Wettbewerbssteuerung darstellen. Nachteilige Auswirkungen dürfen nicht unter dem Aspekt von Wettbewerbsschutz gesehen werden. Selbst ein größerer Umsatzverlust in einzelnen Branchen gilt als unschädlich, solange der gesamte Versorgungsbereich in keine kritische Lage versetzt wird.¹⁶ Grundsätzlich sind jedoch negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche dann zu erwarten, wenn es deren Funktionsfähigkeit so nachhaltig stört, dass sie ihren Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr substantiell wahrnehmen können.¹⁷

Derartige Versorgungsbereiche ergeben sich u.a. aus Festsetzungen der Planungsbehörden (Bauleitpläne, Raumordnungspläne) oder sonstigen städtebaulichen Konzepten und können neben der besonders zu schützenden Innenstadt in größeren Städten auch Stadtteil-, Quartiers- und Ortsteilzentren umfassen.¹⁸

¹⁵ vgl. Sparwasser, R. (2006), Stadtplanung und Raumplanung - Herausforderung Einzelhandel, in: NVwZ, 2006, H. 3, S. 266; Uechtritz, M. (2004), Neuregelung im EAG Bau zur „standortgerechten Steuerung des Einzelhandels“, in: NVwZ, 2004, H. 9, S. 1031; GMA (1998), Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe (Langzeitstudie), Ludwigsburg.

¹⁶ Fickert, H.-C./Fieseler, H. (2002), Baunutzungsverordnung, Stuttgart

¹⁷ vgl. Urteil BVerwG [rd. 4 C 7.07] vom 11.10.2007

¹⁸ Gatawis, S. (2006), Die Neuregelung des §34 III Baugesetzbuch (BauGB), in: NVwZ, 2006, H. 3, S. 273f

7.2 Vorhabenspezifische Besonderheit im Bereich des Lebensmitteldiscounters

Das Vorhaben stellt hinsichtlich des Lebensmitteldiscounters eine Verlagerung mit einhergehender Verkaufsflächenerweiterung des in der Einzelhandelslandschaft etablierten Lidl-Marktes dar. Durch die limitierende Wirkung der umliegenden Discounter-Filialen bzw. den dicht besetzten, nahegelegenen Angebotsstandort Schwabach ist nicht davon auszugehen, dass sich das prospektive Einzugsgebiet deutlich von der derzeitigen räumlichen Ausprägung unterscheidet. So wird der bisherige Bestandsumsatz als Sockelumsatz in die Umsatzleistung des dann erweiterten Discounters einfließen.

Eine Nachbelegung der Bestandsimmobilie mit einem vergleichbaren Discount-Format erscheint unrealistisch aufgrund der einwohnerbezogenen bzw. betriebstypenspezifischen Verkaufsflächendichte sowie des Trends, dass Lebensmittelmärkte nicht mit vergleichbaren Betrieben nachbelegt werden können.

Basierend auf der aktuellen Einwohnerzahl (rd. 6.800 Personen) sowie der zum Erhebungszeitpunkt genutzten gesamten Lebensmittelverkaufsfläche (rd. 3.600 m²) ergibt sich der rechnerische Wert der einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte¹⁹ von rd. 0,53 m² im Lebensmittelsegment. Mit der Vorhabenrealisierung steigt dieser Wert nochmals auf dann rd. 0,59 m² je Einwohner. Damit liegt die Verkaufsflächendichte in Rednitzhembach über dem Bundesdurchschnitt²⁰. Angesichts der **einwohnerbezogenen Verkaufsflächendichte** ist eine Nachbelegung durch einen derzeit in Rednitzhembach noch nicht ansässigen Discounter, d.h., einen vergleichbaren Betrieb, realistisch gesehen unwahrscheinlich.

In der Gesamtbetrachtung ist in der Vorhabenkommune eine hohe Marktanspannung im Discountbereich festzuhalten. Um einen Überblick über die gesamtgemeindliche Angebotssituation zu erhalten, wird nachstehend die **betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte** für Rednitzhembach ermittelt. Dabei werden nur die sog. strukturprägenden Lebensmittelmärkte (Discounter, Vollsortimenter) berücksichtigt, die ein umfassendes Lebensmittelangebot präsentieren. Alle anderen Anbieter (bspw. Getränkemärkte, Nahrungsmittelhandwerker, Spezialgeschäfte) werden hier nicht betrachtet. Ausgehend von der betriebstypenspezifischen Gesamtverkaufsflächendichte²¹ wird in Rednitzhembach ein leicht überdurchschnittlicher Versorgungsgrad erreicht (Dichteindex = 115).²² Folgende Tabelle beschreibt die Dichtewerte nach den einzelnen Betriebstypen.

19 Die Verkaufsflächendichte errechnet sich aus dem Verhältnis von Verkaufsfläche zu Einwohnern eines Ortes oder Region und stellt die Flächenausstattung dar.

20 Der bundesdurchschnittliche Wert der Verkaufsflächenausstattung liegt bei ca. 0,40 m² Verkaufsfläche je Einwohner.

21 In diesem Wert sind lediglich die Verkaufsflächen der strukturprägenden Lebensmittelanbieter (d.h. Discounter und Supermärkte) enthalten.

22 Die angegebenen Werte dienen als Orientierungsgröße, nicht als Zielwerte.

Tabelle 8: Betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte in Rednitzhembach

	Region/ Anbieter	Anzahl Märkte	VKF Gesamt	VKF je Objekt	VKF je Einwohner ²⁾	DICHTE- INDEX
		abs.	m ²	m ² /Markt	m ² /Einwohner	
Disco- unter	Vergleich BRD ¹⁾	16.222	12.090.000	745	0,15	100
	Rednitzhembach (Aldi, Lidl)	2	1.600	800	0,24	160
Vollsor- timerter	Vergleich BRD ¹⁾	12.597	20.020.000	1.589	0,25	100
	Rednitzhembach (Rewe)	1	1.550	1.550	0,23	92
Gesamt	Vergleich BRD	28.819	32.110.000	1.114	0,40	100
	Rednitzhembach	3	3.150	1.050	0,46	115

¹⁾ Daten EHI Retail Institute Köln 2013, Definition Betriebstypen: Supermarkt 400 - 2.500 m², Verbrauchermarkt (Großer Supermarkt) 2.500 bis 5.000 m², SB-Warenhaus ab 5.000 m², Discounter entsprechend Angebotsstrategie

²⁾ Berechnungsbasis: Einwohner Bundesrepublik Deutschland: 80.585.700 Personen / Rednitzhembach: 6.807 Personen

³⁾ Supermarkt, Verbrauchermarkt / SB-Warenhaus

Bei einer Differenzierung hinsichtlich der einzelnen Betriebstypen fällt auf, dass das Discountersegment in Rednitzhembach im Vergleich zu bundesdurchschnittlichen Werten überbesetzt ist (Dichteindex = 160). Der Dichte-Index bei Vollsortimentern erreicht einen Wert von 92, und liegt damit leicht unter dem bundesweiten Durchschnittswert. Demzufolge ist von einer angespannten Wettbewerbssituation im Discountsegment auszugehen, was sich aus dem im Bundesvergleich deutlich überdurchschnittlichen flächenseitigen Angebot ableitet. Angesichts der **betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte** ist eine Nachbelegung durch einen derzeit in Rednitzhembach noch nicht ansässigen Discounter, d.h., einen vergleichbaren Betrieb, realistisch gesehen auszuschließen.

Darüber hinaus zeigt sich die **Tendenz**, dass "Altflächen" eher selten wieder qualifiziert nachgenutzt werden. Dies belegt auch eine Studie der HafenCity Universität Hamburg und des Instituts für Immobilienwirtschaft (IREBS) an der Universität Regensburg:

"Als Ergebnis der Kommunalbefragung und der Expertengespräche kann in der Tendenz festgehalten werden:

- *Tritt trotz einer gewissen Handelsdynamik dennoch ein Leerstand oder ein Nutzungswechsel ein, dann lässt sich dieser meist auf veränderte Standortanforderungen und/oder einen nicht zeitgemäßen Verkaufsflächenzuschnitt der aufgegebenen Immobilie zurückführen.*
- *Meist dominiert hierbei der Leerstand, d. h. vor allem für „zu klein“ gewordene Supermärkte und Discounter konnte selten eine gleichwertige Nachnutzung durch Lebensmittelmärkte gefunden werden.*
- *Die Flexibilität des Standortes sowie des Gebäudes sind ein wichtiger Faktor für die langfristige Nutzung eines Lebensmittelmarktes, wobei dies für Discounter ebenso wie für Supermärkte gilt.*
- *Nachnutzungen zeichnen sich in der Regel durch Trading-Down-Nutzungen aus, d. h. die nachfolgende Nutzung führt in der Tendenz – im Vergleich zur vorherigen Nutzungen durch einen Lebensmittelmarkt eher zu einer Abwertung des Standortes. Als relevante Nachnutzungen kommen je nach Standort verschiedene Handelsnutzungen, vor allem Fachmärkte für Tiernahrung, Drogeriemärkte oder Sonderpostenmärkte, aber auch Spielcasinos in Frage. Die erfolgreiche Suche von Nachnutzern wird betriebsformenübergreifend vor allem bei „Stand-Alone“ Standorten als besonders schwierig angesehen.*

- *Ebenso hängt die Möglichkeit der Nachnutzung vor allem von der Siedlungsstruktur (Kreistyp) und der Größenklasse der Standortgemeinde ab: Für kleinere Gemeinden und Städte im Ländlichen Raum (die nicht in Wachstumsregionen bzw. in Gebieten mit positiver Bevölkerungsentwicklung liegen) ist das Leerstandsrisiko besonders groß, wohingegen in Verdichtungsräumen bzw. in Wachstumsregionen genügend Folgenutzungen zur Verfügung stehen.*²³

Die Nachnutzung und damit die Behandlung des Vorhabens als Neuansiedlung sind - vor dem Hintergrund dieser wissenschaftlichen Erkenntnisse und der hohen Verkaufsflächendichte - weitestgehend als rechtlich getriebenes, theoretisches Konstrukt einzustufen. Ungeachtet dessen wird nachfolgend eine Berechnung möglicher Auswirkungen in **zwei Szenarien** durchgeführt.

Für die nachfolgende Betrachtung der Auswirkungen der geplanten Verlagerung und Verkaufsflächenerweiterung ist demnach im **realistischen Szenario** 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 Wettbewerbsswirkungen der Bestandsflächen bereits eingetreten sind. Das BVerwG hat dazu u.a. in einem Urteil von 12.02.2009 ausgeführt, dass „von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen (ist). Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb, dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt.“²⁴

Es handelt sich bei dem Vorhaben nicht um eine Lebensmittel-Neuansiedlung. Vielmehr soll im Zuge der angestrebten Verlagerung und gleichzeitiger Optimierung der Verkaufsfläche diese um 400 m² erweitert werden. Somit ist davon auszugehen, dass der derzeitige Bestandsumsatz als Sockel vollständig in den Planumsatz eingehen wird.

Der Bestandsmarkt verfügt über eine Verkaufsfläche, die eine Nachbelegung mit einem weiteren Lebensmittelanbieter grundsätzlich ermöglicht. Nach Rücksprache mit der Gemeindeverwaltung Rednitzhembach sind gem. zugrundeliegendem Bebauungsplan²⁵ die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen zur Nachnutzung mit Lebensmittelhandel, aber auch mit anderen Sortimenten gegeben. Im Folgenden ist damit zusätzlich ein **theoretisches Szenario** zu beurteilen. Hierbei gilt die Prämisse, dass der Bestandsmarkt durch einen vergleichbaren Betrieb nachgenutzt wird. Im Umkehrschluss handelt es sich bei dem Vorhaben um eine Neuansiedlung.

23 HafenCityUniversität Hamburg / Institut für Immobilienwirtschaft (IREBS) an der Universität Regensburg, Qualifizierte Nahversorgung im Lebensmitteleinzelhandel - Endbericht. Studie im Auftrag des Handelsverbandes Deutschland (HDE) und des Bundesverbandes des Deutschen Lebensmittelhandels (BVL), Hamburg/Regensburg 26. März 2013, S.112. Es ist zu beachten, dass diese Aussagen auch auf einer Befragung der Kommunen beruhen.

24 Vgl. BVerwG 4 B 3.09 vom 12. Februar 2009, RN 6

25 Vgl. Bebauungsplan mit Grünordnungsplan Nr. 1B Igelsdorf Erweiterung – Deckblatt 4

7.3 Umsatzprognose

Insbesondere nach städtebaulichen Kriterien ist zu prüfen, welche Auswirkungen das Vorhaben auslösen kann. Zunächst sind die möglichen Umsätze des Vorhabens zu prognostizieren.

Die Umsätze eines Ansiedlungsvorhabens setzen sich in Abhängigkeit von Art, Größe, Lage des Vorhabens und der Wettbewerbssituation aus verschiedenen Quellen zusammen. Nachfolgend wird eine Umsatzherkunftsprognose auf Grundlage des möglich erzielbaren Marktanteils im Einzugsgebiet (= Marktanteilskonzept²⁶) des Vorhabens erstellt. Auf Grundlage

- der Lagequalität des Projektstandortes,
- der Größe und des Betriebstyps des Discounters,
- des örtlichen Nachfragepotenzials und
- der Wettbewerbsintensität

ergibt sich der prognostizierte Umsatz.

Die folgende Berechnung der Marktanteile des Vorhabens basiert auf einem Gravitationsmodell, welches Zeit-Wege- sowie die Wege-Attraktivitätskorrelation berücksichtigt. Grundlegend ist hierbei, dass unter Berücksichtigung der eigenen Attraktivität (v.a. Umsatzleistung), der Attraktivität von Konkurrenten sowie der Fahrdistanzen zwischen den Anbietern sich sowohl das gesamte Einzugsgebiet definieren lässt als auch die dort möglichen Marktanteile. Tendenziell nehmen Marktanteile mit zunehmender Entfernung zum Projektstandort ab.

Dabei spielt das vorhandene Angebot eine besondere Rolle (siehe Angebotsanalyse oben). Für den Vorhabenstandort und das direkte Umland ist hierbei v.a. zu berücksichtigen, dass mit Lidl, Aldi, Norma und Netto sowie den Anbietern dm, Drogeriemarkt Müller und Rossmann weitere Anbieter desselben Betriebstyps im Untersuchungsgebiet ansässig sind. Zusammen mit den Vollsortimentsanbietern im Untersuchungsgebiet ist eine gute Angebotsausstattung zu attestieren. Durch die Vorhabenrealisierung wird sich diese Situation insbesondere in Zone I (Kerneinzugsgebiet) weiter intensivieren. Für die Marktanteilsprognose bedeutet dies, dass das Vorhaben im gesamten Einzugsgebiet keine marktbeherrschende Stellung erreichen kann. Die etablierten Anbieter (v.a. Lidl, Aldi, Norma, Netto, dm, Rossmann) im regionalen Umfeld schränken den erreichbaren Marktanteil des Vorhabens ebenso ein, wie die nächstgelegenen eigenen Lidl-Filialen. In der Konsequenz ist deshalb vom Grundsatz her nicht zu erwarten, dass für den Lebensmittelmarkt sehr hohe Marktanteile im ergänzenden Einzugsbereich erreicht werden können. Umgekehrt ausgedrückt erhöhen sich die Auswahlmöglichkeiten der Konsumenten, die dann auch Anfahrtswege, Konzeptqualität und Preisniveau der Konzepte in eine Einkaufsentscheidung einbeziehen.

²⁶ Bei dem sog. Marktanteilskonzept wird das relevante Nachfragevolumen im Einzugsgebiet der möglichen Kaufkraftabschöpfung eines Vorhabens (= Marktanteil) gegenübergestellt.

7.3.1 Umsatzerwartung Sortiment Lebensmittel

Durch den Einfluss weiterer lokaler Lebensmittelanbieter im Einzugsgebiet und die ansteigenden Zeit-/Wegedistanzen zum Erreichen des Vorhabenstandortes verringert sich mit wachsender Entfernung vom Projektstandort die Bindungsintensität des Vorhabens. Folgende Tabelle stellt die Umsatzprognose des Vorhabens dar.

Tabelle 9: Umsatzerwartung und Kaufkraftbindung Lebensmittel

Einzugsgebiet	Kaufkraft			
	Kaufkraft in Mio. €	Ø Bindungsquoten	Umsatz in Mio. €	Umsatzanteil in %
Einzugsgebiet insgesamt	47,4	12-13	5,8	95
<i>davon in Zone I</i>	18,8	28-29	5,3	86
<i>davon in Zone II</i>	28,3	2-3	0,6	9
Diffuse Zuflüsse	-	-	0,3	5
Insgesamt	-	-	6,1	100

Quelle: Eigene Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich.

Insgesamt wird der geplante Discounter rd. 5,8 Mio. € des prognostizierten Umsatzes mit den im Einzugsgebiet lebenden Einwohnern erwirtschaften. Dies wird insbesondere an der hohen Marktdurchdringung des Vorhabens im Kerneinzugsgebiet (Zone I) deutlich. Aufgrund umliegender alternativer Angebotsstandorte (z.B. Huma Einkaufszentrum, Gewerbegebiet Rother Straße) fällt die Bindungsquote im ergänzenden Einzugsgebiet (Zone II) deutlich geringer aus. Somit werden rd. 95 % des prognostizierten Umsatzes aus dem Einzugsgebiet generiert, was die versorgungsbezogene Bedeutung des Untersuchungsvorhabens für die Bevölkerung nochmals unterstreicht.

Für das Vorhaben ist davon auszugehen, dass aufgrund der sehr guten Verkehrsanbindung der Pendlerstrom im Vorhabenumfeld teilweise angesprochen werden kann. So ist realistisch, dass etwa 5 % des Umsatzes mit Kunden generiert wird, die nicht in im Untersuchungsgebiet leben, die also als sog. Streuumsätze zufließen.

Grundsätzlich stellen die Marktanteile des Vorhabens im Einzugsgebiet von 12-13 % eine übliche Marktdurchdringung eines Discounters in der geplanten Größenordnung dar, so dass durch das Vorhaben kein überdimensionaler Kaufkraftzufluss zum Projektstandort induziert wird.²⁷

Nachfolgend wird auf Basis der Umsatzprognose und der geplanten Verkaufsfläche die Raumleistung des avisierten Discounters berechnet. Somit wird die Kapazitätsauslastung der Verkaufsfläche deutlich und kann Vergleichswerten gegenübergestellt werden.

Tabelle 10: Prognostizierter Umsatz Lebensmittel

Sortiment / Branche	Planumsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in m ²	Raumleistung in € / m ² Verkaufsfläche
Lebensmittel	6,1	1.200	5.100

Quelle: Struktur- und Marktdaten der BBE Handelsberatung, eig. Berechnung, Rundungsdifferenzen möglich.

²⁷ Der Umsatz-Marktanteil im Bundesgebiet für Lebensmitteldiscounter liegt bei rd. 43 % (2014). Das zitierte Institut berechnet hierbei regelmäßig Marktanteile im Lebensmittelhandel nach Betriebstypen für den Gesamtmarkt Deutschland. Eine Analogie zu einem dezidiert abgeleiteten Einzugsgebiet kann hier nicht ohne Weiteres erfolgen. Quelle: Statista

Die vorstehend errechnete Raumleistung liegt im Rahmen von bundesdurchschnittlichen Vergleichswerten für Discounter.²⁸ Ein höherer Umsatz wäre zwar auf der projektierten Verkaufsfläche theoretisch möglich, ist jedoch auf Grund

- des Wettbewerbsdrucks durch weitere Großflächenanbieter im Umfeld (bes. der Anbieter Real, Netto, Norma, Aldi und nachrangig [großer] Supermärkte),
- des Einzugsgebietes, das angesichts der Wettbewerbssituation im Lebensmittelsegment im weiteren regionalen Umfeld (Untersuchungsgebiet) und vor dem Hintergrund der räumlichen Distanzen i.V.m. den topografischen Zäsuren nicht auszudehnen ist,

nicht realisierbar. Somit handelt es sich bei der dargestellten Umsatzprognose um einen Maximalwert für das Vorhaben.

Der am Standort bestehende Discounter Lidl erzielt bundesweit über alle Filialen hinweg einen durchschnittlichen Umsatz von rd. 4,9 Mio. € je Filiale²⁹ bei einer Durchschnittsgröße der Verkaufsfläche von rd. 850 m². So handelt es sich bei der Umsatzprognose auch unter Berücksichtigung der vorstehend aufgeführten Fakten um einen maximalen Umsatzwert. Eine höhere Umsatzleistung ist demnach auch unter Berücksichtigung der Standortqualität und der Wettbewerbssituation auszuschließen.

Der untersuchungsrelevante Planumsatz des Discounters wird hauptsächlich mit dem **Kernsortiment Lebensmittel** (Food) erzielt. Die Non-Food-Randsortimente³⁰ nehmen bei einem vergleichbaren Lidl-Markt durchschnittlich knapp 6 % der Verkaufsfläche (hier rd. 70 m²) ein (vgl. Anlage 1). Unter Hinzurechnung der jeweiligen Laufflächen³¹ ergibt sich für die Non-Food-Randsortimente ein Flächenanteil von rd. 14 % (hier rd. 170 m²) an der Gesamtverkaufsfläche.

Der Non-Food-Bereich setzt sich dabei neben festen Non-Food I Artikeln (Drogeriewaren, Tiernahrung) zu einem weiteren Teil aus Aktionsangeboten verschiedenster Sortimente (Non-Food II, vgl. Differenzierung in Anlage 1) zusammen. Der Flächenanteil der beiden Non-Food-Abteilungen teilt sich anteilig circa hälftig auf. Demnach belegen

- die Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereichs (Food und Non-Food I, d.h., Lebensmittel, Drogeriewaren, Tiernahrung, sog. nahversorgungsrelevante Sortimente) rd. 93 % der Verkaufsfläche und
- die Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs (Non-Food II) rd. 7 % der Verkaufsfläche.³²

Grundsätzlich ist das Non-Food-Programm eines Discounters flächen- und umsatzmäßig wesentlich dem Kernsortiment untergeordnet. Da es sich insbesondere bei Non-Food II um unterschiedliche und zudem wöchentlich wechselnde Warengruppen handelt, ist durch die geringe Größe der jeweiligen sortimentsbezogenen Verkaufsfläche (hier rd. 85 m²) die konkrete Zuordnung der Flächen und Umsätze auf einzelne Sortimente nicht möglich.

28 Die bundesdurchschnittliche Raumleistung (brutto) liegt bei Discountern bei ca. 4.800 €/m² Verkaufsfläche, wobei hier eine Spannweite von 3.800 – 5.800 €/m² üblich ist (vgl. BBE Handelsberatung, Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2013).

29 Quelle: EHI Retail Institute Köln, Durchschnittlicher Filialumsatz der Lebensmittel-Discounter in Deutschland (2012).

30 Als Randsortimente sind solche Waren zu definieren, welche u.a. zu einem spezifischen Kernsortiment hinzutreten, dieses gleichsam ergänzen und durch solche Waren anreichern, die eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein (vgl. OVG Nordrhein-Westfalen [Urteil 7AD 108/96.NE] vom 22.06.1998).

31 Die Laufflächen beinhalten den Bereich vor der jeweiligen Regalierung, d.h., 50 % der Fläche des jeweiligen Ganges.

32 Diese Flächenangaben verstehen sich inkl. der Laufflächen. Die jeweiligen Flächen nur für die Warenpräsentation (d.h., die Warenträger, rd. 60 m²) liegen bei rd. 6 % der Gesamtverkaufsfläche.

Ferner liegt - bedingt durch die geringe Größe der jeweiligen sortimentsbezogenen Verkaufsfläche und des geringen Umsatzvolumens je Einzelsortiment - der wettbewerbswirksame Umsatz unterhalb der Nachweisbarkeitsschwelle³³.

Des Weiteren stellen die Artikel des Non-Food II nur eine Ergänzung des Hauptsortiments Lebensmittel dar, da die Nachfrage nach solchen Sortimenten i.d.R. bei Fachanbietern erfolgt und Lebensmittelmärkte branchenspezifisch vergleichsweise niedrige Marktanteile erzielen.

In der folgenden Umsatzprognose und den darauf basierenden Umverteilungsrechnungen sind neben den Food- auch die Non-Food-Sortimente des Discounters inbegriffen.

In den Non-Food I-Sortimenten werden sich die Umsatzzumlenkungen des Discounters nicht zu Lasten von anderen Betriebstypen außerhalb des Lebensmitteleinzelhandels ergeben. Diese Sortimente (Drogeriewaren/ Tiernahrung) werden i.d.R. in Kombination mit dem Lebensmittelsortiment nachgefragt, so dass diese Umsätze - wie berechnet - von bestehenden Anbietern des Lebensmitteleinzelhandels verlagert werden.

Die Umverteilungseffekte des erweiterten Lebensmitteldiscounters im Bereich des Non-Food II-Segments sind hinsichtlich der geringen Größenordnung des zusätzlichen bzw. neu generierten Umsatzes, der sich zudem auf unterschiedliche Sortimente verteilt, städtebaulich nicht erheblich. Auf einzelbetrieblicher Ebene ist nicht zu erwarten, dass der Umsatzverlust über das Ausmaß der jährlichen Umsatzschwankung hinausgeht. Dies bedeutet, der Umsatzverlust liegt unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsschwellen. Dementsprechend ist ein Umschlagen von rein wirtschaftlichen zu städtebaulichen Auswirkungen (bspw. Leerstand und daraus folgende Trading-down-Tendenzen) auszuschließen.

7.3.2 Umsatzerwartung Sortiment Drogeriewaren

Durch den Einfluss weiterer lokaler Drogeriewarenanbieter im Einzugsgebiet und die ansteigenden Zeit-/ Wegedistanzen zum Erreichen des Vorhabenstandortes verringert sich mit wachsender Entfernung vom Projektstandort die Bindungsintensität des Vorhabens.

Folgende Tabelle stellt die Umsatzprognose des Vorhabens dar.

Tabelle 11: Umsatzerwartung und Kaufkraftbindung Drogeriewaren

Einzugsgebiet	Kaufkraft			
	Kaufkraft in Mio. €	Ø Bindungsquoten	Umsatz in Mio. €	Umsatzanteil in %
Einzugsgebiet insgesamt	6,1	62-63	3,8	95
<i>davon in Zone I</i>	2,4	79-80	2,0	49
<i>davon in Zone II</i>	3,6	49-50	1,8	46
Diffuse Zuflüsse	-	-	0,2	5
Insgesamt	-	-	4,0	100

Quelle: Eigene Berechnungen; Rundungsdifferenzen möglich.

Insgesamt wird der geplante Drogeriemarkt rd.3,8 Mio. € des prognostizierten Umsatzes mit im Einzugsgebiet lebenden Personen erwirtschaften. Dies wird insbesondere an der hohen Marktdurchdringung des Vorhabens im Kerneinzugsgebiet (Zone I) deutlich. Aufgrund umliegender alternativer Angebotsstandorte (z.B. Huma Einkaufszentrum, Gewerbegebiet Rother Straße) fällt die Bindungsquote im ergänzenden Einzugs-

³³ Umsatzzumlenkungseffekte von unter 0,1 Mio. € sind auf einzelne Betriebe mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachweisbar (vgl. auch Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10 A 1676/08] vom 30.09.2009). Unterhalb dieser Werte sind i.d.R. keine städtebaulich negativen Auswirkungen zu erwarten.

gebiet (Zone II) geringer aus. Somit werden rd. 95 % des prognostizierten Umsatzes aus dem Einzugsgebiet generiert, was die versorgungsbezogene Bedeutung des Untersuchungsvorhabens für die Bevölkerung nochmals unterstreicht.

Für das Vorhaben ist davon auszugehen, dass aufgrund der sehr guten Verkehrsanbindung die passierenden Pendler im Vorhabenumfeld teilweise als Kundengruppe gewonnen werden. So ist realistisch, dass etwa 5 % des Umsatzes mit Kunden generiert wird, die nicht in im Untersuchungsgebiet leben, die als sog. Streuumsätze zufließen.

Aufgrund des derzeit fehlenden Drogeriewarenangebotes in der Gemeinde Rednitzhembach und der legitimen Eigenbindung derzeit abfließenden Kaufkraftpotenzials - trotz des Marktanteils des Vorhabens im Einzugsgebiet von 62-63 % - wird kein überdimensionaler Kaufkraftzufluss zum Projektstandort induziert.

Nachfolgend wird auf Basis der Umsatzprognose und der geplanten Verkaufsfläche die Raumleistung des avisierten Drogeriemarktes berechnet. Somit wird die Kapazitätsauslastung der Verkaufsfläche deutlich und kann Vergleichswerten gegenübergestellt werden.

Tabelle 12: Prognostizierter Umsatz Drogeriewaren

Sortiment / Branche	Planumsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in m ²	Raumleistung in € / m ² Verkaufsfläche
Drogeriewaren	4,0	800	5.000

Quelle: Struktur- und Marktdaten der BBE Handelsberatung, eig. Berechnung, Rundungsdifferenzen möglich.

Die vorstehend errechnete Raumleistung liegt am unteren Rand der Spannweite der bundesdurchschnittlichen Vergleichswerte für Drogeriemärkte³⁴, jedoch im unternehmensweiten Durchschnitt von rd. 5.010 € / m² Verkaufsfläche (Quelle: Statista).

Der am Standort geplante Drogeriemarkt Rossmann erzielte im Jahr 2014 bundesweit bei einer durchschnittlichen Verkaufsflächengröße von rd. 530 m² (Quelle: Statista) über alle Filialen hinweg einen durchschnittlichen Umsatz von rd. 2,70 Mio. € je Filiale. Somit handelt es sich bei der Umsatzprognose - auch unter Berücksichtigung der vorstehend aufgeführten Fakten - um einen maximalen Umsatzwert. Eine erhebliche Umsatzausweitung ist demnach auch unter Berücksichtigung der Standortqualität und der Wettbewerbssituation nicht wahrscheinlich.

Ein höherer Umsatz wäre zwar auf der projektierten Verkaufsfläche theoretisch möglich, ist jedoch auf Grund

- des Wettbewerbsdrucks durch weitere Großflächenanbieter im Umfeld (bes. der Anbieter dm, Drogeriemarkt Müller, Rossmann und nachrangig das SB-Warenhaus Real),
- des Einzugsgebietes, das angesichts der Wettbewerbssituation im Drogeriewarensegment im weiteren regionalen Umfeld (Untersuchungsgebiet) und vor dem Hintergrund der räumlichen Distanzen i.V.m. den topografischen Zäsuren nicht auszudehnen ist,

nicht realisierbar. Somit handelt es sich bei der dargestellten Umsatzprognose um einen Maximalwert für das Vorhaben.

Bei der zuvor dargestellten Umsatzprognose handelt es sich unter Berücksichtigung der vorstehend aufgeführten Fakten um einen maximalen Umsatzwert. Die tatsächliche Umsatzleistung der Betriebe wird nach gutachterlicher Ansicht jedoch unter der Umsatzprognose liegen. Zu begründen ist dies mit der im vorherigen Kapitel dargestellten Angebotssituation im Untersuchungsgebiet. Die dicht besetzte Angebotslandschaft schränkt die mögliche Marktdurchdringung des Vorhabens ein. Die genannten Gründe wirken sich dahingehend aus, dass die nachfolgend prognostizierbaren Umlenkungsquoten geringer sein werden.

³⁴ Die bundesdurchschnittliche Raumleistung (brutto) liegt bei Drogeriemärkten bei ca. 5.500 €/m² Verkaufsfläche, wobei hier eine Spannweite von 5.000 – 6.000 €/m² üblich ist (vgl. BBE Handelsberatung, Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2013).

In diesem Sinne handelt es sich um einen **Worst-Case-Ansatz**. Insofern ist davon auszugehen, dass im Folgenden eine Überzeichnung der tatsächlich zu erwartenden Auswirkungen erfolgt. Mit anderen Worten: der gewählte Ansatz garantiert, dass ein ausreichender Sicherheitspuffer besteht.

7.4 Methodische Vorgehensweise

Im Rahmen einer qualifizierten Auswirkungsanalyse ist eine sachgerechte Bewertung der Auswirkungen einer geplanten Einzelhandelsansiedlung bzw. -erweiterung auf die bestehende städtebauliche Situation bzw. die Nutzungsstruktur in dem Ansiedlungsort erforderlich. Für die Beurteilung der Auswirkungen ist im Wesentlichen die Überprüfung möglicher Umsatzumlenkungsprozesse, welche aus zentralen Versorgungsbereichen induziert werden könnten, von entscheidender Bedeutung. Insofern erfolgt eine Analyse und Bewertung der möglichen Umsatzumlenkungen, welche durch das Planvorhaben hervorgerufen werden.

Die Ermittlung der Umsatzumlenkungen erfolgt unter Anwendung eines Gravitationsmodells, in welches die für den Untersuchungsraum relevanten Berechnungskennwerte einfließen. Die Eingangswerte des Gravitationsmodells sind dabei

- die bestehenden sortimentspezifischen Verkaufsflächen im Untersuchungsraum,
- der erzielte Umsatz bzw. die Raumleistung eines jeden Betriebes,
- die Betriebstypenzugehörigkeit der einzelnen Anbieter,
- die Raumdistanzen bzw. räumlichen Widerstände zwischen den Anbietern und dem Projektstandort,
- die räumliche Verortung des Konsumentenpotenzials und
- der Prognoseumsatz des Projektvorhabens.

Nach der Umsetzung der Verkaufsflächenerweiterung wird sich unter der Prämisse, dass für den Bestandsmarkt keine vergleichbare, adäquate Nachbelegung erfolgt, das räumliche Angebotsgefüge im Untersuchungsraum nicht verändern. Dennoch werden sich in Folge der hinzutretenden Verkaufsfläche Umsatzverlagerungen zu Lasten von einzelnen Standorten bzw. Betrieben ergeben.

Im Ansiedlungsfalle des Drogeriemarktes wird sich hingegen die Angebotslandschaft im regionalen Umfeld verändern. In der Folge werden vor allen Dingen die umliegenden Angebotsstandorte Umsatzverlagerungen zu erwarten haben.

Somit liefert das Modell eine Berechnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen, welche dann in einem zweiten Schritt auf Grundlage der konkreten Standortgegebenheiten der betroffenen Betriebe bewertet werden müssen. Auf Grundlage der absatzwirtschaftlichen Untersuchung erfolgt somit eine Einschätzung von möglichen städtebaulichen Auswirkungen des Projektes i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO.

7.5 Umsatzlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen

Für die Betrachtung der zu erwartenden absatzwirtschaftlichen Auswirkungen sind die vom Vorhaben ausgehenden Umlenkungseffekte für die in den zentralen Versorgungsbereichen ansässigen Betriebe relevant. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall am Standort zu erwartende Umsatz zwangsläufig Wettbewerbern an anderer Stelle verloren geht, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern / Wettbewerbsstandorten umgelenkt wird.

7.5.1 Sortiment Lebensmittel

Primär steht das Vorhaben im Wettbewerb zu betriebstypengleichen Lebensmittelanbietern. Dies bedeutet, dass im Falle des Discounters Lidl vergleichbare Discounter durch Auswirkungen betroffen sind. Insbesondere stehen dabei die umliegenden Lidl-Filialen im Fokus (sog. Kannibalisierung). Erst nachfolgend werden andere Lebensmittelanbieter (u.a. Vollsortimenter) Auswirkungen unterliegen.

Grundsätzlich ist das Vorhaben aufgrund der Verlagerung und der derzeit ungeklärten Nachfolgenutzung der Bestandsimmobilie in **zwei Szenarien zu beurteilen**.

Szenario 1 geht von einer reinen Verlagerung / Verkaufsflächenerweiterung aus. Vor dem Hintergrund der Verkaufsflächendichte und der limitierten Nachfragebasis handelt es sich hierbei nach gutachterlicher Einschätzung um das realistische Szenario.

Szenario 2 unterstellt, dass aufgrund des Bestandsschutzes am "Altstandort" das Vorhaben als Neuansiedlung zu behandeln ist. Dies impliziert jedoch, dass der "Altstandort" wieder mit einem vergleichbaren Lebensmittelmarkt belegt wird.

Szenario 1 - Vorhaben als Verkaufsflächenerweiterung

Die Umsätze eines Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhabens setzen sich in Abhängigkeit von Art, Größe, Lage des Vorhabens und der Wettbewerbssituation aus verschiedenen Quellen zusammen. Für die nachfolgende Betrachtung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen der geplanten Erweiterung ist grundsätzlich der zu erwartende **Zusatzumsatz** von Relevanz, so dass von dem prognostizierten Gesamtumsatz des erweiterten Discounters der aktuelle Bestandsumsatz subtrahiert wird.

Diese Betrachtungsweise ist gemäß der aktuellen Rechtsprechung üblich, da der genehmigte Lidl-Lebensmittelmarkt bereits seit vielen Jahren Bestandteil des lokalen Einzelhandelsangebots in diesem Gebiet ist. Demzufolge sind die Wettbewerbswirkungen der Bestandsflächen am Markt schon eingetreten bzw. der Wettbewerb hat sich auf die langjährig etablierten Anbieter eingestellt.³⁵ Demnach werden durch den „Bestandsumsatz“ keine zusätzlichen städtebaulich relevanten Umsatzumverteilungen ausgelöst. Als Prüfmaßstab ist somit lediglich der zusätzlich durch die Mehrverkaufsfläche induzierte Umsatz anzusetzen.

Die Umsatzverteilung des Einzelhandels mit Lebensmitteln im Untersuchungsgebiet (ohne Bestandsmarkt) stellt sich folgendermaßen dar:

35 Das BVerwG hat dazu u.a. in einem Urteil ausgeführt, dass „... bei der Prognose der Auswirkungen [...] von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen [ist]. Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb, dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt.“ (vgl. BVerwG [4 B 3.09] vom 12.02.2009).

In einem Urteil schreibt das OVG Nordrhein-Westfalen, dass „...im Rahmen der Prognoseentscheidung über schädlichen Auswirkungen im konkreten Einzelfall jedoch zu berücksichtigen [ist], dass die Klägerin bereits am Erweiterungsstandort ein genehmigtes Lebensmitteldiscountgeschäft mit einer Verkaufsfläche von 727,97 m² seit 1995 betreibt und sich der Markt hierauf eingestellt hat. In die Prognose ist somit nicht die Neuansiedlung eines Discounters mit einer Verkaufsfläche von 899,40 m² einzustellen, sondern die Erweiterung eines Geschäftes mit 727,97 m² um 171,43 m², das dadurch großflächig wird.“ (vgl. OVG Nordrhein-Westfalen [10 A 1417/07] vom 06.11.2008).

Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil zur Erweiterung eines Shopping-Centers aus: „Das Gutachten prognostiziert zu Recht nur die durch die geplante [...] -Erweiterung bewirkten Umsatzumverteilungen. Dieser Ansatz ist nachvollziehbar und plausibel.“ (vgl. OVG Nordrhein-Westfalen [10 D 148/04.NE] vom 06.06.2005).

Tabelle 13: Umsatzverteilung Lebensmittel im Untersuchungsgebiet - Erweiterung

Standortlage	Umsatz in Mio. €	Umsatz in % des Angebotes
Büchenbach	3,0	1,8
Rednitzhembach – GE Nord*	4,6	2,7
Rednitzhembach – GE Süd	4,6	2,7
Rednitzhembach – Ortszentrum	0,6	0,4
Rednitzhembach – sonstige integrierte Lagen	0,2	0,1
Roth – Eichenweg	7,8	4,6
Roth - Gewerbegebiete Ost	9,6	5,7
Roth – Münchener Straße	4,0	2,4
Roth – Nürnberger Straße	10,5	6,2
Roth – sonstige integrierte Lage	0,7	0,4
Roth – Westring	3,8	2,2
Roth – zentraler Versorgungsbereich	14,7	8,7
Schwabach – Am Pointgraben	5,8	3,4
Schwabach – Fürther Straße	7,2	4,3
Schwabach – Gewerbegebiet Rother Straße	14,3	8,4
Schwabach – Huma Einkaufszentrum	42,5	25,1
Schwabach – Limbach	6,1	3,6
Schwabach – Nahversorgungszentrum Wolkersdorf	4,1	2,4
Schwabach – Nördlinger Straße	7,6	4,5
Schwabach – sonstige integrierte Lagen	1,3	0,8
Schwabach – Wittelsbacherstraße	1,9	1,1
Schwabach – zentraler Versorgungsbereich	6,3	3,7
Schwanstetten	7,8	4,6
Summe	169,3	100,0

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH; eigene Erhebung und Berechnung. Rundungsdifferenzen möglich, * ohne Bestandsmarkt.

Im vorliegenden Fall ist der zu begutachtende Gesamtumsatz in Höhe von ca. 6,1 Mio. € für das Sortiment Lebensmittel zu berücksichtigen. Die zugrunde liegende Modellrechnung basiert auf der Annahme, dass der wettbewerbswirksame Umsatz in Höhe von rd. 1,6 Mio. € (Planumsatz [rd. 6,1 Mio. €] abzgl. der Streuumsätze³⁶ [rd. 0,3 Mio. €] abzgl. des Bestandsumsatzes [rd. 4,2 Mio. €]) **komplett** umgelenkt wird. Angesichts der Ausstattung im Einzugsgebiet, die sich in der unvollständigen Kaufkraftbindung durch örtliche Anbieter zeigt, konzentrieren sich die Auswirkungen vornehmlich auf die Betriebe im Untersuchungsgebiet, d.h., außerhalb des zu erwartenden Einzugsgebietes.

Der nachfolgenden Berechnung, im Grundsatz auf einem Gravitationsmodell basierend, liegen v. a. dabei die Verkaufsflächen- und Umsatzverteilungen des relevanten Einzelhandels zu Grunde.

³⁶ Dies sind Umsätze, welche durch Kunden von außerhalb des Einzugsgebiets zufließen. Streuumsätze resultieren aus keinen dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen und können hinsichtlich der Herkunft nicht genau lokalisiert werden. Diese Umsätze ergeben sich bspw. aus sporadischen Einkäufen, von Besuchern des Standortes oder von Zufallskunden.

Tabelle 14: Umsatzumlenkung Lebensmittel - Erweiterung

Standortlage	Bestandsumsatz in Mio. €	Umsatzumverla- gerung in Mio. €	Umsatzumver- lagerung in %
Büchenbach	3,0	*	*
Rednitzhembach – GE Nord	4,6	0,5	10-11
Rednitzhembach – GE Süd	4,6	*	0-1
Rednitzhembach – Ortszentrum	0,6	*	*
Rednitzhembach – sonstige integrierte Lagen	0,2	*	*
Roth – Eichenweg	7,8	*	0-1
Roth - Gewerbegebiete Ost	9,6	0,1	1-2
Roth – Münchener Straße	4,0	*	0-1
Roth – Nürnberger Straße	10,5	0,1	1-2
Roth – sonstige integrierte Lage	0,7	*	*
Roth – Westring	3,8	*	*
Roth – zentraler Versorgungsbereich	14,7	*	0-1
Schwabach – Am Pointgraben	5,8	*	0-1
Schwabach – Fürther Straße	7,2	*	0-1
Schwabach – Gewerbegebiet Rother Straße	14,3	0,2	1-2
Schwabach – Huma Einkaufszentrum	42,5	0,4	0-1
Schwabach – Limbach	6,1	*	0-1
Schwabach – NVZ Wolkersdorf	4,1	*	*
Schwabach – Nördlinger Straße	7,6	*	0-1
Schwabach – sonstige integrierte Lagen	1,3	*	*
Schwabach – Wittelsbacherstraße	1,9	*	*
Schwabach – zentraler Versorgungsbereich	6,3	*	0-1
Schwanstetten	7,8	0,1	1-2
Summe	169,3	1,6	0-1
wettbewerbswirksamer Umsatz		1,6	26
wettbewerbsneutraler Bestandsumsatz		4,2	69
diffuser Zufluss / Streuumsatz		0,3	5
Summe Gesamtumsatz des Vorhabens		6,1	100

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH; eigene Erhebung und Berechnung; * Werte kleiner 0,1 Mio. € / 0,1 % werden nicht dargestellt, Rundungsdifferenzen möglich.

Die geplante Verkaufsflächenerweiterung wird beim unterstellten Worst-Case-Fall – mit Ausnahme der Angebotslage Rednitzhembach GE Nord – zu durchwegs wettbewerbliehen Umlenkungseffekten führen. Besonders betroffen sind dabei in erster Linie vergleichbare Discounter und das Warenspektrum des SB-Warenhauses im Preiseinstiegsbereich. Aus der Modellrechnung ist die Betriebsaufgabe eines Anbieters auf den ersten Blick nicht vollständig auszuschließen. Eine detaillierte Bewertung der Auswirkungen erfolgt im anschließenden Kapitel.

Szenario 2 - Vorhaben als theoretische Neuansiedlung

Die Nachnutzung und damit die Behandlung des Vorhabens als Neuansiedlung ist - vor dem Hintergrund dieser wissenschaftlichen Erkenntnisse und der aktuellen Verkaufsflächendichte in Rednitzhembach - weitestgehend als rechtlich getriebenes, theoretisches Konstrukt einzustufen. Dennoch wird das Vorhaben aus

dem Blickwinkel einer theoretischen Neuansiedlung betrachtet.

Grundlage bildet der Ansatz, dass der Bestandsmarkt durch einen anderen, gleichwertigen Lebensmittelmarkt belegt wird. Ferner wird unterstellt, dass es sich um einen modernen und leistungsfähigen Betrieb handelt, der die gesamte Verkaufsfläche des Bestandsmarktes nutzt.³⁷

Im vorliegenden Fall ist der zu begutachtende Gesamtumsatz in Höhe von ca. 6,1 Mio. € für das Sortiment Lebensmittel zu berücksichtigen. Die zugrunde liegende Modellrechnung basiert auf der Annahme, dass der wettbewerbswirksame Umsatz in Höhe von rd. 5,8 Mio. € (Planumsatz [rd. 6,1 Mio. €] abzgl. der Streuumsätze [rd. 0,3 Mio. €]) **komplett** umgelenkt wird. Angesichts der Ausstattung im Einzugsgebiet, die sich in der unvollständigen Kaufkraftbindung durch örtliche Anbieter zeigt, konzentrieren sich die Auswirkungen vornehmlich auf die Betriebe im unmittelbaren Umfeld.

Der nachfolgenden Berechnung, im Grundsatz auf einem Gravitationsmodell basierend, liegen v. a. dabei die Verkaufsflächen- und Umsatzverteilungen des relevanten Einzelhandels zu Grunde.

³⁷ Unter Umständen wäre die Verlagerung und Erweiterung des Getränkemarktes denkbar. Dieser belegt derzeit eine Verkaufsfläche, die in Bezug auf die absolute Größe nicht den Markt- und Betreiberanforderungen entspricht. In der hier vorliegenden Analyse wird hingegen die Nachbelegung durch einen durchschnittlichen Discounter zugrunde gelegt.

Tabelle 15: Umsatzumlenkung Lebensmittel - Neuansiedlung

Standortlage	Bestandsumsatz in Mio. €	Umsatzumverla- gerung in Mio. €	Umsatzumver- lagerung in %
Büchenbach	3,0	*	*
Rednitzhembach – GE Nord	8,7	3,8	43-44
Rednitzhembach – GE Süd	4,6	0,2	4-5
Rednitzhembach – Ortszentrum	0,6	*	*
Rednitzhembach – sonstige integrierte Lagen	0,2	*	*
Roth – Eichenweg	7,8	*	0-1
Roth - Gewerbegebiete Ost	9,6	0,2	2-3
Roth – Münchener Straße	4,0	*	0-1
Roth – Nürnberger Straße	10,5	0,1	1-2
Roth – sonstige integrierte Lage	0,7	*	*
Roth – Westring	3,8	*	*
Roth – zentraler Versorgungsbereich	14,7	*	1-2
Schwabach – Am Pointgraben	5,8	*	0-1
Schwabach – Fürther Straße	7,2	*	0-1
Schwabach – Gewerbegebiet Rother Straße	14,3	0,3	2-3
Schwabach – Huma Einkaufszentrum	42,5	0,6	1-2
Schwabach – Limbach	6,1	*	0-1
Schwabach – NVZ Wolkersdorf	4,1	*	0-1
Schwabach – Nördlinger Straße	7,6	*	0-1
Schwabach – sonstige integrierte Lagen	1,3	*	*
Schwabach – Wittelsbacherstraße	1,9	*	*
Schwabach – zentraler Versorgungsbereich	6,3	*	0-1
Schwanstetten	7,8	0,1	1-2
Summe	173,4	5,8	3-4
wettbewerbswirksamer Umsatz		1,6	26
diffuser Zufluss / Streuumsatz		0,3	5
Summe Gesamtumsatz des Vorhabens		6,1	100

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH; eigene Erhebung und Berechnung; * Werte kleiner 0,1 Mio. € / 0,1 % werden nicht dargestellt, Rundungsdifferenzen möglich.

Die theoretische Neuansiedlung in Rednitzhembach wird – beim unterstellten Worst-Case-Szenario – zu sehr hohen Umlenkungseffekten gegenüber den Anbietern im Gewerbegebiet Nord von Rednitzhembach führen. Eine Betriebsaufgabe kann angesichts der quantitativen Analyse nicht per se ausgeschlossen werden. Jedoch sind aufgrund fehlender zentraler Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet Schädigungen i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO auszuschließen. Maßgeblich betroffene Betriebe in den umliegenden Angebotslagen in Rednitzhembach und Schwabach sind außerhalb zentraler Versorgungsbereiche verortet. Damit genießen diese nicht die Schutzwürdigkeit zentraler Versorgungsbereiche, und eine Betriebsaufgabe wäre aus bauplanungsrechtlicher Sicht hinzunehmen.

Im Folgenden werden die städtebaulichen Auswirkungen der theoretischen Neuansiedlung diskutiert.

7.5.2 Sortiment Drogeriewaren

Primär steht das Vorhaben im Wettbewerb zu betriebstypengleichen Fachmärkten. Dies bedeutet, dass im Falle des Drogeriefachmarktes Rossmann vergleichbare Drogerieanbieter durch Auswirkungen betroffen sind. Drogeriewaren sind darüber hinaus als sog. Non-Food I-Sortiment fester Bestandteil von Lebensmittelmärkten. Hierbei unterscheiden sich die Betriebsformen in der Angebotsbreite und –tiefe. Während Discounter ein standardisiertes Rumpfsortiment vorhalten, wächst mit zunehmender Verkaufsflächengröße der Sortimentsumfang bei Vollsortimentsanbietern ([großen] Supermärkten, SB-Warenhäusern) an. Im Umkehrschluss stehen diese Anbieter, wenn auch nachrangig, mit dem Vorhaben in Wettbewerb.

Im vorliegenden Fall ist der zu begutachtende Gesamtumsatz in Höhe von ca. 4,0 Mio. € für das Sortiment Drogeriewaren zu berücksichtigen. Die zugrunde liegende Modellrechnung basiert auf der Annahme, dass der wettbewerbswirksame Umsatz in Höhe von rd. 3,8 Mio. € (Planumsatz [rd. 4,0 Mio. €] abzgl. der Streuumsätze [rd. 0,2 Mio. €]) **komplett** umgelenkt wird. Angesichts der Ausstattung im Einzugsgebiet, die sich in der unvollständigen Kaufkraftbindung durch örtliche Anbieter zeigt, konzentrieren sich die Auswirkungen auf die Betriebe im Untersuchungsgebiet, d.h., außerhalb des zu erwartenden Einzugsgebietes.

Der nachfolgenden Berechnung, im Grundsatz auf einem Gravitationsmodell basierend, liegen v. a. dabei die Verkaufsflächen- und Umsatzverteilungen des relevanten Einzelhandels zu Grunde.

Tabelle 16: Umsatzumlenkung Lebensmittel - Erweiterung

Standortlage	Bestandsumsatz in Mio. €	Umsatzumverla- gerung in Mio. €	Umsatzumver- lagerung in %
Roth - Gewerbegebiete Ost	8,4	0,5	5-6
Roth – zentraler Versorgungsbereich	3,2	0,3	9-10
Schwabach – Gewerbegebiet Rother Straße	4,5	0,4	8-9
Schwabach – Huma Einkaufszentrum	5,8	1,4	24-25
Schwabach – zentraler Versorgungsbereich	8,7	1,1	12-13
Summe	30,6	3,7	12-13
wettbewerbswirksamer Umsatz		3,80	
....davon zu Lasten von Drogeriemärkten		3,70	95
....davon diffus zu Lasten des Randsortiments- anteils im Lebensmittelhandel		0,15	
diffuser Zufluss / Streuumsatz		0,2	5
Summe Gesamtumsatz des Vorhabens		4,0	100

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH; eigene Erhebung und Berechnung; Rundungsdifferenzen möglich.

Die geplante Drogeriemarktansiedlung wird beim unterstellten Worst-Case-Fall – beim unterstellten Worst-Case-Szenario – zu sehr hohen Umlenkungseffekten gegenüber den Anbietern im Untersuchungsgebiet führen. Eine Betriebsaufgabe kann angesichts der quantitativen Analyse nicht per se ausgeschlossen werden. Jedoch sind aufgrund fehlender zentraler Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet Schädigungen i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO auszuschließen. Maßgeblich betroffene Betriebe in den umliegenden Angebotslagen sind in den zentralen Versorgungsbereichen, aber auch außerhalb dieser Bereiche verortet. Letztere genießen nicht die Schutzwürdigkeit zentraler Versorgungsbereiche, und eine Betriebsaufgabe wäre aus bauplanungsrechtlicher Sicht hinzunehmen.

Im Folgenden werden die städtebaulichen Auswirkungen der theoretischen Neuansiedlung diskutiert.

7.6 Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche

Für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzumlenkungseffekte wesentliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind. Diese negativen Effekte sind zu unterstellen, wenn infolge des Vorhabens Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können.

7.6.1 Sortiment Lebensmittel

Im Folgenden werden die Auswirkungen der Vorhabenrealisierung im Bereich des Discounters dezidiert bewertet.

Vorhaben als Verkaufsflächenerweiterung

Aus der vorstehenden Modellrechnung (Worst-Case-Szenario) lassen sich im Bereich Lebensmittel wettbewerbliche, jedoch keine wesentlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche ableiten. Im Einzelnen können die Ergebnisse wie folgt interpretiert werden:

Prozentual (rd. 10-11 %), aber auch absolut (rd. 0,5 Mio. €) am stärksten betroffen ist der Discounter Aldi im Gewerbegebiet Nord von Rednitzhembach. Zur Begründung ist auf die deckungsgleiche Sortimentsstruktur einerseits und die räumliche Nähe der beiden Betriebe andererseits hinzuweisen. Der Friso-Getränkemarkt, der das Angebot der beiden Discounter ergänzt, wird hingegen einen Ertragsrückgang im untergeordneten Ausmaß zu erwarten haben. Gesetzt den Fall, der induzierte Umsatzverlust geht allein zu Lasten des Aldi-Marktes, resultiert bei unveränderter Verkaufsflächen-größe aus dem verbleibenden Umsatz eine Flächenleistung von rd. 4.500 € / m². Damit liegt der Wert zwar unter dem Bundesdurchschnitt, jedoch innerhalb der bundesweiten Spannweite der Flächenleistung für Discounter³⁸. Vor diesem Hintergrund und angesichts der Markenpositionierung des Anbieters Aldi, kombiniert mit der guten (Mikro-)Standortlage, ist eine Betriebsaufgabe in Summe unwahrscheinlich. Sollte es wider Erwarten dennoch zu einer Betriebsschließung kommen, ist durch den heutigen wie auch zukünftigen Mehrfachbesatz im Preiseinstiegssegment die Versorgung der Einwohner nicht gefährdet.

Das Lebensmittelangebot des Huma Einkaufszentrums setzt sich aus verschiedenen Betrieben zusammen (Lebensmittelhandwerker, Bio-Markt, SB-Warenhaus). Dabei sprechen die Anbieter verschiedene Kundengruppen und Kaufinteressen an. Prägender Leitbetrieb ist das Real SB-Warenhaus. Dieses offeriert – neben einem breiten Non-Food-Sortiment – ein vollumfängliches Lebensmittelsortiment, welches u.a. auch durch die sog. Eigenmarken den Preiseinstiegsbereich abdeckt. So steht das SB-Warenhaus in diesem Bereich in Wettbewerb zum Lidl-Discounter des Vorhabens. Gesetzt den Fall, der zu erwartende Umsatzverlust schlägt sich allein zu Lasten des Food-Sortimentes im SB-Warenhaus nieder, beläuft sich der Umsatzrückgang auf rd. 1 % (0,4 Mio. €). Die Höhe des zu erwartenden Umsatzverlustes liegt mit einem deutlichen Sicherheitspuffer unterhalb des Schwellenwertes der Schädlichkeit. Auch ist eine Gefährdung nicht abzuleiten, da sich die genannte Umlenkungsquote allein auf das Food-Sortiment beschränkt. Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen gegenüber dem Gesamtumsatz des Anbieters (Food- und Non-Food-Umsatz) fällt entsprechend niedriger aus. So ist eine Absiedlung auch aus diesem Grund unwahrscheinlich.

In der Angebotslage Schwabach – Gewerbegebiet Rother Straße sind neben dem Rewe-Supermarkt die beiden Discounter Netto und Norma verortet. Diese stehen aufgrund der Vergleichbarkeit von Angebot und Betriebstyp sowie der geringen Entfernung von rd. 1,5 km in direktem Wettbewerb zum Vorhaben. Der summierte Umsatzverlust, den die beiden Betriebe zu erwarten

38 Die bundesdurchschnittliche Raumleistung (brutto) liegt bei Discounter bei ca. 4.800 €/m² Verkaufsfläche, wobei hier eine Spannweite von 3.800 – 5.800 €/m² üblich ist (vgl. BBE Handelsberatung, Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2013).

haben, beträgt rd. 0,2 Mio. € (1-2 %). Sollte der Umsatzrückgang im theoretischen Fall allein einen der beiden Betriebe betreffen, bewegt sich der Erlösrückgang zwischen 6 und 7 %. Die Höhe des zu erwartenden Umsatzverlustes liegt mit einem Sicherheitspuffer unterhalb des Schwellenwertes der Schädlichkeit. Ferner reduziert sich vor dem Hintergrund des Mehrfachbesatzes im Lebensmittelbereich der Umsatzverlust auf einzelbetrieblicher Ebene. Auch ist im unwahrscheinlichen Fall einer Betriebsschließung durch den Mehrfachbesatz eine Versorgung im Preiseinstiegssegment gesichert.

Alle weiteren Standortbereiche im Untersuchungsgebiet werden je Angebotslage in Summe Auswirkungen von maximal 0,1 Mio. € hinnehmen müssen. Auf einzelbetrieblicher Ebene reduzieren sich die Auswirkungen entsprechend, sodass diese unterhalb der Nachweisbarkeitsschwelle liegen. Somit bewegen sich die einzelbetrieblichen Auswirkungen mit einem Sicherheitspuffer unterhalb der Schädlichkeitsschwelle. Eine Gefährdung der wirtschaftlichen Existenz der Betriebe oder eine Gefährdung der Versorgungsfunktion der jeweiligen Angebotslage ist nicht abzuleiten.

Insgesamt wird der größte Anteil des Planumsatzes gegenüber Wettbewerbern umgeleitet. Der verbleibende Umsatzanteil betrifft in Form von diffusen Streuumsätzen eine breite Anzahl an Betrieben in zentralen und dezentralen Lagen. Eine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche außerhalb des Untersuchungsgebietes ist dabei nicht zu erwarten.

Eine negative Veränderung der Angebotslandschaft oder eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereich ist daher nicht auf die Realisierung des Vorhabens zurückzuführen.

Vorhaben als theoretische Neuansiedlung

Die Beurteilung des Vorhabens als theoretische Neuansiedlung erfolgt, wie zuvor dargestellt, unter der Prämisse, dass der „Altstandort“ durch einen vergleichbaren Lebensmittelmarkt belegt wird.

Aus der vorstehenden Modellrechnung (Worst-Case-Szenario) lassen sich im Bereich Lebensmittel wettbewerbliche, jedoch keine wesentlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche ableiten. Im Einzelnen können die Ergebnisse wie folgt interpretiert werden:

Prozentual (rd. 45-46 %), aber auch absolut (rd. 3,8 Mio. €) am stärksten betroffen sind die Betriebe im Gewerbegebiet Nord von Rednitzhembach. Gründe hierfür sind die deckungsgleiche Sortimentsstruktur des Aldi-Discounters und des Nachfolgenutzers der Bestandsimmobilie einerseits sowie die räumliche Nähe der beiden Betriebe zum Vorhaben andererseits. Gesetzt den Fall, der induzierte Umsatzverlust geht allein zu Lasten eines Anbieters, erreicht die Quote des Ertragsrückganges einen Wert von rd. 93 %. In diesem Falle ist eine Betriebsschließung zu erwarten. Aufgrund des Mehrfachbesatzes reduzieren sich nicht nur die einzelbetrieblichen Umsatzverluste, auch die Versorgung der Einwohner in Rednitzhembach im Discountsegment ist nach der Vorhabenrealisierung nicht gefährdet. Zudem genießen die Betriebe des Gewerbegebietes nicht die Schutzwürdigkeit zentraler Versorgungsbereiche, sodass eine Betriebsschließung aus bauplanungsrechtlicher Sicht hinzunehmen ist.

Allerdings ist es unwahrscheinlich, dass der Anbieter Aldi angesichts seiner Markenpositionierung, der räumlichen Positionierung gegenüber dem Wettbewerber Lidl bzw. der Positionierung im Aldi-Filialnetz, kombiniert mit der guten (Mikro-)Standortlage, den Standort Rednitzhembach verlassen wird.

Das Lebensmittelangebot des Huma Einkaufszentrums setzt sich aus verschiedenen Betrieben zusammen (Lebensmittelhandwerker, Bio-Markt, SB-Warenhaus). Dabei sprechen die Anbieter verschiedene Kundengruppen und Kaufinteressen an. Prägender Leitbetrieb ist das Real SB-Warenhaus. Dieses offeriert – neben einem breiten Non-Food-Sortiment – ein vollumfängliches Lebensmittelsortiment, welches u.a. auch durch die sog. Eigenmarken den Preiseinstiegsbereich abdeckt. So steht das SB-Warenhaus in diesem Bereich in Wettbewerb zum Lidl-Discounter des Vorhabens. Gesetzt den Fall, der zu erwartende Umsatzverlust schlägt sich - auch im theoretischen Neuansiedlungsfall - allein zu Lasten des Food-Sortimentes im SB-Warenhaus nieder, beläuft sich der Umsatzrückgang auf rd. 1 bis 2 % (rd. 0,6 Mio. €). Die Höhe des zu erwartenden Umsatzverlustes

tes liegt mit einem deutlichen Sicherheitspuffer unterhalb des Schwellenwertes der Schädlichkeit. Auch ist eine Gefährdung nicht abzuleiten, da sich die genannte Umlenkungsquote allein auf das Food-Sortiment beschränkt. Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen gegenüber dem Gesamtumsatz des Anbieters (Food- und Non-Food-Umsatz) fällt entsprechend niedriger aus. So ist eine Absiedlung auch aus diesem Grund unwahrscheinlich.

In der Angebotslage Schwabach – Gewerbegebiet Rother Straße sind neben dem Rewe-Supermarkt die beiden Discounter Netto und Norma verortet. Diese stehen aufgrund der Vergleichbarkeit von Angebot und Betriebstyp sowie der geringen Entfernung von rd. 1,5 km in direktem Wettbewerb zum Vorhaben. Der summierte Umsatzverlust, den die beiden Betriebe zu erwarten haben, beträgt rd. 0,3 Mio. € (2 - 3 %). Sollte der Umsatzrückgang im theoretischen Fall allein einen der beiden Betriebe betreffen, bewegt sich der Rückgang der Erlöse zwischen 9 und 10 %. Die Höhe des zu erwartenden Umsatzverlustes liegt mit einem geringen Sicherheitspuffer unterhalb des Schwellenwertes der Schädlichkeit. Bei unveränderter Verkaufsfläche beläuft sich die einzelbetriebliche Flächenleistung auf rd. 4.300 € / m² (Netto) bzw. rd. 4.700 € / m² (Norma). Damit bewegt sich die Flächenleistung nicht nur innerhalb der branchenüblichen Spannbreite, sondern auch über dem unternehmensweiten Durchschnitt³⁹. Vor dem Hintergrund des Mehrfachbesatzes im Lebensmittelbereich reduziert sich nicht nur der Umsatzverlust auf einzelbetrieblicher Ebene, sondern es ist auch im unwahrscheinlichen Falle einer Betriebschließung die Versorgung der Einwohner im Preiseinstiegssegment gesichert. Trotz der baulichen Einschränkungen der beiden Discounter ist deren Absiedlung unwahrscheinlich. Beide Betriebe profitieren von der guten Verkehrsanbindung an die Bundesstraße 2, die das Stadtzentrum von Schwabach mit der südlich passierenden BAB 6 verbindet und von den Kopplungspotenzialen mit den weiteren Angeboten im Gewerbegebiet. Diese zeigen sich insbesondere bei dem Supermarkt, dem Drogeriefachmarkt und dem Schnellrestaurant.

Leitbetriebe in der Angebotslage Roth – Gewerbegebiete Ost sind – neben unterschiedlichen Fachmärkten (z.B. dm, Rossmann, Obi) – die beiden Discounter Aldi und Lidl. Summiert beläuft sich der Umsatzverlust auf ein Volumen von rd. 0,2 Mio. € (2 - 3 %). Ginge der Umsatzrückgang allein zu Lasten eines Discounters, würde dieser rd. 5 % betragen. Die verbleibende einzelbetriebliche Flächenleistung beläuft sich auf einen Wert von rd. 4.700 bis 4.800 € / m², und liegt folglich leicht unter dem bundesweiten Branchendurchschnitt. Eine Existenzgefährdung ist nicht abzuleiten, da die beiden Discounter von den ausgeprägten Standortvorteilen (Verkehrsanbindung, Synergiepotenziale) profitieren.

Am südlichen Ortseingang der Vorhabenkommune Rednitzhembach befindet sich im Gewerbegebiet Süd der Vollsortimentsanbieter Rewe. Betriebskonzepttypisch offeriert der Anbieter neben dem tendenziell auf Frische und Vielfalt ausgerichteten Warenspektrum auch sog. Eigenmarken, die dem Preiseinstiegsbereich zugerechnet werden können. In diesem Sortimentsbereich steht der Rewe-Markt in Wettbewerb zum Vorhaben. Aus dem zu erwartenden Umsatzverlust i.H.v. rd. 0,2 Mio. € (4 - 5 %) ist allerdings keine Gefährdung des Betriebes abzuleiten. Nicht nur, dass die Umsatzumlenkung mit einem Sicherheitspuffer unter dem Schwellenwert zur Schädlichkeit liegt, auch ist der Anbieter Rewe in Rednitzhembach der einzige Vollsortimenter und profitiert entsprechend von seiner Alleinstellung.

Alle weiteren Standortbereiche im Untersuchungsgebiet werden je Angebotslage in Summe Auswirkungen von maximal 0,1 Mio. € (max. 2 %) hinnehmen müssen. Auf einzelbetrieblicher Ebene reduzieren sich die Auswirkungen entsprechend, sodass diese sich unterhalb der Nachweisbarkeitschwelle bewegen und die einzelbetrieblichen Auswirkungen mit einigem Sicherheitspuffer unterhalb der Schädlichkeitsschwelle liegen. Eine Gefährdung der wirtschaftlichen Existenz der Betriebe oder eine Gefährdung der Versorgungsfunktion der jeweiligen Angebotslage ist nicht abzuleiten.

³⁹ Die Firma Netto erwirtschaftet auf einer durchschnittlichen Verkaufsflächengröße je Markt von rd. 760 m² eine Flächenleistung von rd. 4.050 € / m². Die Firma Norma erwirtschaftet auf einer durchschnittlichen Verkaufsflächengröße je Markt von rd. 690 m² eine Flächenleistung von rd. 3.390 € / m². (Quelle: Retail Real Estate Report Germany 2014/2015)

Insgesamt wird der größte Anteil des Planumsatzes gegenüber Wettbewerbern umgeleitet. Der verbleibende Umsatzanteil betrifft in Form von diffusen Streuumsätzen eine breite Anzahl an Betrieben in zentralen und dezentralen Lagen. Eine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche außerhalb des Untersuchungsgebietes ist dabei nicht zu erwarten.

Eine negative Veränderung der Angebotslandschaft oder eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche ist im realistischen Erweiterungsfall und im theoretischen Neuansiedlungsfall nicht auf die Realisierung des Vorhabens zurückzuführen.

Vielmehr wird die Versorgung der im Einzugsgebiet lebenden Bevölkerung durch die Betriebsrepositionierung / Verkaufsflächenoptimierung diversifiziert sowie gestärkt, und der Anteil abfließenden Kaufkraftpotenzials reduziert.

Bei der durchgeführten Berechnung der Umsatzverlagerung wurde für den Prognoseumsatz ein „Worst Case“-Wert unterstellt. Dieser beruht auf einer überzeichneten Flächenleistung und Umsatzerwartung. Die tatsächlichen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen werden, gerade unter dem Aspekt der dichten Angebotsstruktur, welche die Leistungsfähigkeit limitiert, im Falle der Realisierung deutlich geringer ausfallen, wie auch die Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche.

Wie die vorstehende Auswirkungsanalyse aufzeigt, sind gem. Prüfungsgrundlage (§ 11 Abs. 3 BauNVO) städtebaulich schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche nicht zu erwarten bzw. die Versorgung der Einwohner wird nicht gefährdet.

7.6.2 Sortiment Drogeriewaren

Im Folgenden werden die Auswirkungen der Vorhabenrealisierung im Bereich des Discounters dezidiert bewertet. Aus der vorstehenden Modellrechnung (Worst-Case-Szenario) lassen sich im Bereich Drogeriewaren zum Teil sehr hohe, über das wettbewerbliche Maß hinausgehende Umsatzzumlenkungen, auch gegenüber zentralen Versorgungsbereichen, feststellen. Im Einzelnen können die Ergebnisse wie folgt interpretiert werden:

Prozentual (rd. 24 - 25 %), aber auch absolut (rd. 1,4 Mio. €) am stärksten betroffen ist der Drogeriemarkt dm im Huma Einkaufszentrum. Ursache sind die deckungsgleiche Sortimentsstruktur einerseits und die räumliche Nähe der beiden Betriebe andererseits. Darüber hinaus werden Drogeriewaren als Non-Food I-Randsortiment im Real SB-Warenhaus vorgehalten. Primär ist infolgedessen der Drogeriemarkt von Umsatzverlusten betroffen.

Gesetzt den Fall, der induzierte Umsatzverlust geht allein zu Lasten des dm-Marktes, resultiert bei unveränderter Verkaufsflächengröße aus dem verbleibenden Umsatz eine Flächenleistung von rd. 4.200 € / m². Damit liegt der Wert der Flächenleistung unter dem Bundesdurchschnitt⁴⁰. Die Schließung des Betriebes ist trotz des hohen Umsatzverlustes unwahrscheinlich. Dies ist auf die hohen Synergieeffekte innerhalb des Einkaufszentrums (bes. mit dem Lebensmittelangebot), die regionale Bekanntheit bzw. das überörtliche Einzugsgebiet des Einkaufszentrums, die hohe (Kunden-)Frequenz im Einkaufszentrum zurückzuführen, aber auch auf die Positionierung des Marktes innerhalb des dm-Filialnetzes als einziger Markt in Schwabach. Ferner gilt zu berücksichtigen, dass sich durch das Mehrfachangebot (dm-Drogeriemarkt, Drogerieabteilung im SB-Warenhaus) die einzelbetrieblichen Auswirkungen reduzieren. Sollte es wider Erwarten dennoch zu einer Betriebsschließung kommen, ist diese Entwicklung aufgrund der Lage des Huma Einkaufszentrums außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches i.e.S. (vgl. Angebotsanalyse) aus bauplanungsrechtlicher Sicht hinzunehmen.

Geht im theoretischen Fall der induzierte Umsatzverlust vollständig zu Lasten der Drogerieabteilung

⁴⁰ Die bundesdurchschnittliche Raumleistung (brutto) liegt bei Drogeriemärkten bei ca. 5.500 €/m² Verkaufsfläche, wobei hier eine Spannweite von 5.000 – 6.000 €/m² üblich ist (vgl. BBE Handelsberatung, Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2013).

im SB-Warenhaus, ist eine Gefährdung des Gesamtbetriebes nicht abzuleiten. Denn trotz eines vollständigen Ertragsverlustes, schlägt sich dieser allein gegenüber dem Drogeriewarenrandsortiment nieder. Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen gegenüber dem Gesamtumsatz des Anbieters (Food- und Non-Food-Umsatz) fallen entsprechend niedriger aus.

Das Drogeriewarenangebot wird durch verschiedene Betriebe im zentralen Versorgungsbereich von Schwabach vorgehalten. Leitbetrieb ist der Drogeriemarkt Müller, der gleichzeitig als Magnetbetrieb des innerstädtischen Einzelhandels in großem Umfang zur Funktionalität der Innenstadt beiträgt. Der Drogeriemarkt präsentiert anbietertypisch ein breites Angebot aus den Sortimentsbereichen Drogeriewaren, Haushalts-/Schreib-/Papier-/Spielwaren, Unterhaltungselektronik und (spezialisierten) Lebensmitteln. Marktauftritt und Warenpräsentation sind modern und ansprechend gestaltet. Ferner profitiert der Betrieb in seinem Standortumfeld von der guten Sichtbarkeit, der starken PKW-/Passantenfrequenz sowie von den Kopplungspotenzialen mit nahegelegenen, innerstädtischen Angeboten des Oberzentrums Schwabach (z.B. H&M / Gerry Weber, Post / Postbank, Sparkasse). Ferner gehört der Anbieter Drogeriemarkt Müller zu den deutschlandweit erfolgreichsten Drogeriefachmärkten.⁴¹

Der hinsichtlich der Preis- und Sortimentsausrichtung vergleichbare Drogeriemarkt steht in der Gesamtbetrachtung im Wettbewerbsfokus. Gesetzt den Fall, der Umsatzverlust, der gegenüber dem gesamten ZVB zu erwarten ist (rd. 1,1 Mio. € / 12 – 13 %), schlägt sich allein gegenüber dem Leitbetrieb nieder, betrifft dies nur dessen Teilsortiment Drogeriewaren. Die ergänzenden Randsortimente, die in nicht unerheblichem Umfang zum Umsatz beitragen, sind nicht betroffen. So ist eine existenzielle Gefährdung des Gesamtbetriebes daraus allerdings nicht abzuleiten, trotz des theoretischen einzelbetrieblichen Ertragsrückgangs von rd. 14 – 15 %. Bei unveränderter Verkaufsflächengröße beläuft sich die Flächenleistung des Drogeriewarenbereiches auf rd. 5.100 € / m² und der betriebliche Gesamtumsatz auf rd. 8,6 Mio. €. Damit liegen sowohl die Flächenleistung als auch der Gesamtumsatz über dem branchenweiten bzw. unternehmensweiten Durchschnitt.

In der Gesamtbewertung kann eine Betriebsschließung des Leitbetriebes, ein dadurch initiiertes Trading-Down-Effekt und in Folge dessen der Verlust der grundsätzlichen Versorgungsfunktion des ZVB Schwabach nicht abgeleitet werden, zumal sich die Umsatzverluste auf Ebene der Einzelbetriebe durch den Mehrfachbesatz reduzieren.

In der Angebotslage Schwabach – Gewerbegebiet Rother Straße ist ein weiterer Müller Drogeriemarkt ansässig. Der Drogeriemarkt präsentiert sich gemäß dem Betreiberkonzept für Gewerbegebietslagen auf einer, im Vergleich zu den innerstädtischen Märkten, kleineren Verkaufsfläche. Diese ist mit der Dimensionierung anderen filialisierten Drogeriemärkten vergleichbar. Anbietertypisch wird ein Angebot aus den Sortimentsbereichen Drogeriewaren, Haushalts-/Schreib-/Papier-/Spielwaren, Unterhaltungselektronik und (spezialisierte) Lebensmittel vorgehalten. Die Randsortimente stehen am Standort Rother Straße aber deutlich hinter dem Kernsortiment Drogeriewaren zurück. Der Marktauftritt und die Warenpräsentation sind modern und ansprechend gestaltet. Ferner profitiert der Betrieb in seinem Standortumfeld von der guten Sichtbarkeit, der starken PKW-/Passantenfrequenz sowie den Kopplungspotenzialen mit nahegelegenen Einzelhandelsbetrieben (Rewe, Netto, Norma, Expert) sowie einem Schnellrestaurant. Neben den Non-Food I-Anteilen der Lebensmittelhändler, ist der Drogeriemarkt Müller einziger Fachanbieter von Drogeriewaren. Infolgedessen konzentrieren sich die induzierten Auswirkungen auf den Drogeriemarkt. Aus der Höhe der einzelbetrieblichen Umsatzverluste (rd. 0,4 Mio. € / 8 - 9 %) ist eine Betriebsgefährdung nicht abzuleiten. Denn die verbleibende Flächenleistung liegt mit rd. 5.400 € / m² deutlich über dem unternehmensweiten Durchschnitt. Darüber hinaus profitiert der Standort in hohem Maße von den Kopplungspo-

41 Im unternehmensweiten Durchschnitt generiert im Jahr 2013 jede Filiale des Drogeriemarkt Müller einen Umsatz von rd. 6,5 Mio. €. Die durchschnittliche Raumleistung betrug im Jahr 2014 über alle Sortimente hinweg ca. 4.400 €. Die Filiale des Drogeriemarkt Müller in der Innenstadt von Schwabach ist mit rd. 9,6 Mio. € Umsatz über alle Sortimente als überdurchschnittlich leistungsfähig einzuschätzen. Quelle: Statista

tenzialen zu den umliegenden Lebensmittelmärkten bzw. der guten Verkehrsanbindung an die Bundesstraße 2, die das Stadtzentrum von Schwabach mit der südlich passierenden BAB 6 verbindet und am Gewerbegebiet vorbeiführt.

Südlich der Ansiedlungsgemeinde Rednitzhembach befinden sich in der Stadt Roth (Entfernung rd. 6 km), weitere Drogeriemärkte.

Im zentralen Versorgungsbereich von Roth ist ein Müller Drogeriemarkt verortet, der dem Innenstadtkonzept des Betreibers entspricht. Entsprechend groß sind die Randsortimentsbereiche Haushalts-/Schreib-/Papier-/Spielwaren, Unterhaltungselektronik und (spezialisierte) Lebensmittel ausgestaltet. Marktauftritt und Warenpräsentation sind modern und ansprechend. Ferner profitiert der Betrieb in seinem Standortumfeld von der guten Sichtbarkeit, der PKW-/ Passantenfrequenz sowie von den Kopplungspotenzialen mit nahegelegenen, innerstädtischen Angeboten des Mittelzentrums Schwabach (z.B. Wöhl, C&A, Edeka, Post / Postbank). Der Drogeriemarkt Müller ist Leitbetrieb und gleichzeitig Magnetbetrieb des innerstädtischen Einzelhandels von Roth und trägt in großem Umfang zur Funktionalität der Innenstadt bei. Neben dem Drogeriemarkt Müller werden Drogeriewaren auch als Non-Food I-Sortimente der Anbieter Edeka und Norma vorgehalten.

Gesetzt den Fall, der Umsatzverlust der gegenüber dem gesamten ZVB zu erwarten ist, schlägt sich allein gegenüber dem Leitbetrieb nieder, betrifft dies nur dessen Teilsortiment Drogeriewaren. Die ergänzenden Randsortimente, die in nicht unerheblichem Umfang zum Umsatz beitragen, sind nicht betroffen. So ist eine existenzielle Gefährdung des Gesamtbetriebes daraus nicht abzuleiten, trotz des theoretischen einzelbetrieblichen Ertragsrückgangs von rd. 9 – 10 %. Bei unveränderter Verkaufsflächengröße beläuft sich die Flächenleistung des Drogeriewarenbereiches auf rd. 5.400 € / m². Damit liegt die Flächenleistung etwa im branchenweiten bzw. deutlich über dem unternehmensweiten Durchschnitt.

In der Gesamtbewertung kann eine Betriebsschließung des Leitbetriebes, ein dadurch initiiertes Trading-Down-Effekt und infolgedessen der Verlust der grundsätzlichen Versorgungsfunktion des ZVB Schwabach nicht abgeleitet werden.

Leitbetriebe in der Angebotslage Roth – Gewerbegebiete Ost sind – neben den Discountern Aldi / Lidl und weiteren Fachmärkten (z.B. Takko, Kik, Deichmann, Tedi, Obi) – die beiden Drogeriemärkte Rossmann bzw. dm. Summiert beläuft sich der Umsatzverlust auf ein Volumen von rd. 0,5 Mio. € (5 - 6 %). Der Rossmann-Markt ist die im Filialnetz des Anbieters nächstgelegene Filiale und wird entsprechend stark unter Wettbewerbsdruck stehen (Kannibalisierung). Ginge der Umsatzrückgang allein zu Lasten des Anbieters Rossmann, beträgt der Ertragsrückgang rd. 11 - 12 % bei einer verbleibenden Flächenleistung von rd. 5.300 € / m². Ginge der Umsatzrückgang allein zu Lasten des Anbieters dm, würde der Ertragsrückgang rd. 9 - 10 % bei einer verbleibenden Flächenleistung von rd. 5.400 € / m² betragen.

Eine Existenzgefährdung ist nicht abzuleiten, insbesondere da die beiden Drogeriemärkte von den ausgeprägten Standortvorteilen der Gewerbegebietslage (Verkehrsanbindung, Synergiepotenziale), den unternehmensweit betrachtet überdurchschnittlich dimensionierten Verkaufsflächen und der Alleinstellung der Betriebe in und im Umfeld des Mittelzentrums Roth profitieren. Zusätzlich reduzieren sich auf Ebene der Einzelbetriebe die Umsatzverluste durch den Doppelbesatz. Im Umkehrschluss bleibt dadurch, auch im Falle einer – wenn auch nur theoretischen – Betriebsschließung die grundsätzliche Versorgung im Drogeriewarenbereich erhalten. Darüber hinaus wäre dies aus bauplanungsrechtlicher Sicht hinzunehmen, da die Gewerbegebietslage nicht die Schutzwürdigkeit eines zentralen Versorgungsbereiches genießt.

Regelmäßig werden Drogeriewaren von Lebensmittelanbietern (z.B. Discounter, Super-/ Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser) als Randsortiment geführt. Das Angebot bleibt dem Kernsortiment Lebensmittel nicht nur deutlich untergeordnet, sondern ist auch auf ein Basis- oder Rumpfsortiment beschränkt. Mit der Ausweitung des Bestandsmarktes geht ein summierter Umsatzverlust gegenüber dem Lebensmittelhandel von rd. 0,15 Mio. € einher. Angesichts des geringen Volumens, kombiniert mit der Angebotsdichte im Lebensmittelsegment - und der daraus resultierenden breiten

Streuung der Umsatzverluste - ist eine Betriebsaufgabe innerhalb des Untersuchungsraums auszuschließen.

Insgesamt wird der größte Anteil des Planumsatzes gegenüber Wettbewerbern umgeleitet. Der verbleibende Umsatzanteil betrifft in Form von diffusen Streuumsätzen eine breite Anzahl an Betrieben in zentralen und dezentralen Lagen. Eine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche außerhalb des Untersuchungsgebietes ist dabei nicht zu erwarten.

Eine negative Veränderung der Angebotslandschaft oder eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereich ist daher nicht auf die Realisierung des Vorhabens zurückzuführen.

7.7 Zusammenfassung der Auswirkungsanalyse

Zusammenfassend bleibt festzuhalten:

- Grundsätzlich soll die bauplanungsrechtliche Grundlage für das Vorhaben durch den in Aufstellung befindlichen Bebauungsplan (Einstufung als Sondergebiet i.S.d. § 11 BauNVO) geschaffen werden.
- Bei der Realisierung des Vorhabens sind städtebaulich wesentliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzugs- und Untersuchungsgebiet nicht abzuleiten. Vielmehr wird sich der Wettbewerb zwischen den Betrieben und Standortlagen intensivieren.
- Eine substantielle Schädigung, gefolgt von einem Ausdünnen des Angebots oder dem Verlust der Versorgungsfunktionalität der zentralen Bereiche und einer Beeinträchtigung der Versorgung der Einwohner ist aus der Vorhabenrealisierung nicht abzuleiten.
- Vielmehr geht mit der Vorhabenrealisierung eine Diversifikation des Angebotes einher, insbesondere im Drogeriewarenbereich. Dadurch kann eine umfassende, wohnortnahe Grundversorgung erreicht werden.
- Ein Teil des Vorhaben-Umsatzes setzt sich aus diffusen Streuumsätzen zusammen. Auf Grund der hohen Streubreite der Umsatzherkunft sind negative städtebauliche Auswirkungen auf einzelne Betriebe oder Einzelhandelsstandorte außerhalb des Untersuchungsgebietes nicht zu erwarten. Mögliche Umsatzverluste werden unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze liegen. Potenzielle Auswirkungen bzw. Umsatzzuflüsse sind auch unter dem Aspekt der Wettbewerbsdichte und des Vorhandenseins von attraktiven Mitbewerbern im näheren und weiteren Umfeld des Projektstandortes zu sehen.

8 Landes-/regionalplanerische Prüfung

Die landesplanerischen Ziele werden im LEP Bayern 2013 definiert bzw. im nachgelagerten Regionalplan des Regionalen Planungsverbandes Industrieregion Mittelfranken konkretisiert. Konkret sind die Vorgaben hinsichtlich des Zentralitätsgebotes, des Kongruenzgebotes sowie des Integrationsgebotes zu beachten.

■ Kriterium Zentralitätsgebot (Lage im Raum)

Zum Zentralitätsgebot heißt es konkret:

„Flächen für Einzelhandelsgroßprojekte dürfen nur in Zentralen Orten ausgewiesen werden. Abweichend sind Ausweisungen zulässig:

- für Nahversorgungsbetriebe bis 1 200 m² Verkaufsfläche in allen Gemeinden,
- für Einzelhandelsgroßprojekte, die überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dienen, nur in Mittel- und Oberzentren sowie in Grundzentren mit bestehenden Versorgungsstrukturen in dieser Bedarfsgruppe.“

Der Discounter, der im Zuge der Vorhabenrealisierung verlagert / erweitert wird, ist gem. der Definition des LEP 2013 ein Nahversorgungsbetrieb. Entsprechend ist eine Ansiedlung bis zur Verkaufsflächengröße von 1.200 m² in allen Orten, unabhängig vom zentralörtlichen Rang, zulässig.

Zu dieser Einschätzung gelangt auch die Regierung von Mittelfranken in ihrer Funktion als höhere Landesplanungsbehörde⁴². Darüber hinaus bestätigt die Regierung, dass auch in der Gesamtbetrachtung das Vorhaben kein Einkaufszentrum sowie keine überörtlich bedeutsame Agglomeration bildet. Zusätzlich unterliegen gem. Schreiben die neben dem Discounter avisierten Betriebe nicht der landesplanerischen Steuerung. Die Vorgaben des Zentralitätsgebotes werden erfüllt.

■ Kriterium Integrationsgebot (Lage in der Gemeinde)

Hierzu heißt es konkret:

„Die Flächenausweisung für Einzelhandelsgroßprojekte hat an städtebaulich integrierten Standorten zu erfolgen.

Abweichend sind Ausweisungen in städtebaulichen Randlagen zulässig, wenn

- das Einzelhandelsgroßprojekt überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dient oder
- die Gemeinde nachweist, dass geeignete städtebaulich integrierte Standorte auf Grund der topographischen Gegebenheiten nicht vorliegen.“

Städtebaulich integrierte Lagen werden definiert, als „...Standorte innerhalb eines baulich verdichteten Siedlungszusammenhangs mit wesentlichen Wohnanteilen oder direkt angrenzend, die über einen anteiligen fußläufigen Einzugsbereich und eine ortsübliche Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV) verfügen.“

Der Projektstandort ist in die lokalen Bebauungsstrukturen integriert. Ferner verfügt der Standort nicht nur über räumliche, sondern auch funktionale Beziehungen zu seinem Umfeld.

Innerhalb der fußläufigen Entfernung befinden sich das Wohnquartier Schwabach-Vogelsiedlung und die geschlossene Wohnbebauung des Kernortes der Gemeinde Rednitzhembach. Rund 1.100 Personen, davon rd. 870 Personen aus dem Gebiet von Rednitzhembach (ca. 13 % der Gesamtbevölkerung von Rednitzhembach), können den Vorhabenstandort fußläufig in einer Entfernung von maximal 800 Metern erreichen. Für diesen Personenkreis kann das Vorhaben, wie auch schon die bestehenden Betriebe, zur Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung beitragen. Des Weiteren verfügt der Standort über eine leistungsfähige Verkehrsanbindung - zwei Bushaltestellen und die stark frequentierte Staatstraße befinden sich im Umfeld. Die fußläufige Erreichbarkeit ist durch die vorhandenen Rad-/Fußwege barrierefrei möglich.

Im Fazit der bereits durchgeführten Mikrostandortanalyse ist der Projektstandort als städtebaulich integrierter Standort einzustufen, denn der Vorhabenstandort ist

- räumlich und funktional einem Siedlungsschwerpunkt zugeordnet,
- im Zusammenhang einer bestehenden Bebauung bzw. gliedert sich in diese ein,
- für die umliegende Wohnbevölkerung in fußläufig erreichbarer Lage,
- verfügt innerhalb des fußläufigen Einzugsgebietes über Wohngebietsanteile und
- über eine qualifizierte ÖPNV-Anbindung.

Auf Grund der integrierten Lage kann der Standort die im Umfeld befindliche Bevölkerung fußläufig versorgen und Nahversorgungsfunktionen übernehmen.

Die Einstufung des Planstandortes als städtebaulich integrierte Lage wird auch von der Regierung von Mittelfranken geteilt.

So wird die Vorgabe des Integrationsgebotes erfüllt.

■ Kriterium Kongruenzgebot (Zulässige Verkaufsflächen)

Hierzu heißt es konkret:

⁴² Schreiben der Regierung von Mittelfranken vom 23.12.2015 an die Gemeinde Rednitzhembach im Rahmen der frühzeitigen Beteiligung der höheren Landesplanungsbehörde als Träger öffentlicher Belange

„Durch Flächenausweisungen für Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich dieser Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Soweit sortimentspezifische Verkaufsflächen die landesplanerische Relevanzschwelle überschreiten, dürfen Einzelhandelsgroßprojekte,
 - soweit in ihnen Nahversorgungsbedarf oder sonstiger Bedarf verkauft wird, 25 v.H.,
 - soweit in ihnen Innenstadtbedarf verkauft wird, für die ersten 100 000 Einwohner 30 v.H., für die 100 000 Einwohner übersteigende Bevölkerungszahl 15 v.H.
 der sortimentspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum abschöpfen.“

Da es sich bei dem Vorhaben um die Ansiedlung eines Nahversorgungsbetriebes und um Betriebe handelt, die nicht der landesplanerischen Steuerung unterliegen, wird das Kongruenzgebot nicht tangiert.

Als Fazit lässt sich festhalten, dass die für das Vorhaben relevanten landesplanerischen Zielanforderungen des Kongruenzgebotes und der städtebaulichen Integration erfüllt werden.

9 Bewertung der vorgebrachten Einwendungen der Städte Roth und Schwabach

Im Rahmen des bisherigen Bauleitplanverfahrens gingen der Gemeindeverwaltung die Stellungnahmen der Städte Roth (Eingangsdatum 19.01.2016) und Schwabach (Eingangsdatum 07.01.2016) zu.

In den vorliegenden Schreiben wird das geplante Vorhaben kritisiert. So wird angeführt, dass die avisierten Betriebe den Vorgaben relevanter rechtlicher Rahmenbedingungen (u.a. § 11 Abs. 3 BauNVO, LEP Bayern 2013) widersprechen.

Im Folgenden sollen die vorgebrachten Einwände, sofern diese die vorliegende Auswirkungsanalyse tangieren, i.S.d. der Abwägung im bauplanungsrechtlichen Prozess bewertet werden.

Beide Schreiben verweisen auf die vermeintlich fehlende städtebauliche Integration des Vorhabenstandortes. Wie bereits im Rahmen der Mikrostandortanalyse dargestellt, und durch das Schreiben der Regierung von Mittelfranken untersetzt, erfüllt der Planstandort die Vorgaben des Integrationsgebotes i.S.d. LEP Bayern 2013; so ist das Argument der nicht-integrierten Lage zurückzuweisen.

Ferner wird in beiden Schreiben das Argument aufgeführt, dass durch die Vorhabenrealisierung absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen, insbesondere gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen, ausgelöst werden können. In der quantitativen und im Speziellen in der qualitativen Analyse / Bewertung der induzierten Folgen wird deutlich, dass es zu einer Verschärfung des Wettbewerbs und zu Umsatzumlenkungen zwischen den Angebotslagen und Betrieben kommen wird. Eine Schädigung zentraler Versorgungsbereiche i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO ist hingegen nicht zu erwarten. Damit ist das Argument der Schädlichkeit (i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO) zurückzuweisen.

In beide Schreiben wird aufgeführt, dass das Vorhaben durch seine Verkaufsflächengröße selbst, aber auch in Verbindung mit der Einzelhandelsausstattung im Bereich Schwabach mit dem Huma Einkaufszentrum bzw. dem Gewerbegebiet Rother Straße, als Funktionseinheit bzw. Agglomeration zu bewerten ist. Die Regierung von Mittelfranken bestätigt in ihrem Schreiben, dass es sich bei dem Vorhaben nicht um ein Einkaufszentrum oder um eine überörtliche Agglomeration handelt. Entsprechend kann das Argument der Funktionseinheit / Agglomeration zurückgewiesen werden.

Unabhängig von der Einschätzung der Regierung von Mittelfranken kann aus gutachterlicher Sicht nicht von einer Agglomeration mit dem Huma Einkaufszentrum oder den Betrieben im Gewerbegebiet Rother Straße gesprochen werden. Eine solche Agglomeration ist durch die Distanz der Angebotslagen zum Vorhaben (rd. 0,5 bis 1,5 km) und den vorhandenen Sicht-, Naturraum- und Funktionsunterbrechungen nicht abzuleiten.

Ob eine ausreichende Versorgung oder eine Überversorgung der Einwohner vorliegt, beides wird in den Schreiben der Städte angedeutet, ist nicht Grundlage der bauplanungsrechtlichen Beurteilung des Vorha-

bens. Auch ist ein Tragfähigkeitsnachweis, wie von der Stadt Schwabach als zwingend notwendig erachtet, oder gar die Aufstellung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes, wie von der Stadt Schwabach gefordert, nicht notwendig.

Vielmehr wird aus der Analyse der Angebotssituation deutlich, dass in den vorhabenrelevanten Sortimentsgruppen das örtliche Kaufkraftpotenzial teilweise (Lebensmittel) oder vollständig (Drogeriewaren) ungebunden ist. Im Umkehrschluss fließen diese Kaufkraftanteile umliegenden Angebotsstandorten zu. Insbesondere der städtebaulich nicht-integrierte Standort Huma Einkaufszentrum in Schwabach profitiert hiervon.

Um die derzeit unklare Nachnutzung des Bestandsmarktes ausreichend zu würdigen, erfolgte im vorliegenden Gutachten die Analyse des Vorhabens in zwei Szenarien. Grundlage bildet einerseits die (realitätsnahe) Verlagerung und Erweiterung ohne Nachnutzung der Bestandsimmobilie, sowie andererseits die (modelltheoretische) Verlagerung und Erweiterung mit Nachnutzung der Bestandsimmobilie durch einen vergleichbaren Lebensmittelmarkt. In beiden Fällen zeigt sich, dass Schädigungen i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO nicht zu erwarten sind.

Wie bereits auf Seite 39 dargestellt, ist das von der Stadt Schwabach thematisierte Randsortiment im Discounter dem Haupt- und Kernsortiment Lebensmittel (Food) deutlich untergeordnet. Da es sich insbesondere bei den von der Stadt Schwabach angesprochenen, meist zentrenrelevanten Non-Food II-Sortimenten um unterschiedliche und zudem wöchentlich wechselnde Warengruppen handelt, ist durch die geringe Größe der jeweiligen sortimentsbezogenen Verkaufsfläche (hier rd. 85 m²) die konkrete Zuordnung der Flächen und Umsätze auf einzelne Sortimente nicht möglich. Ferner liegt - bedingt durch die geringe Größe der jeweiligen sortimentsbezogenen Verkaufsfläche und des geringen Umsatzvolumens je Einzelsortiment - der wettbewerbswirksame Umsatz unterhalb der Nachweisbarkeitsschwelle.

Darüber hinaus werden die hier diskutierten Sortimentsgruppen zum Erhebungszeitpunkt sowohl im zentralen Versorgungsbereich als auch in dezentralen Standortlagen durch verschiedene Anbieter vorgehalten. Einerseits handelt es sich hierbei um Discounterfilialen der Firma Lidl und deren Wettbewerber (z.B. Aldi, Netto, Norma), die in vergleichbarer Weise Non-Food II-Sortimente als wöchentlich wechselnde Randsortimente führen. Andererseits offeriert eine Reihe von Fachmärkten (z.B. Bau-/Gartenmärkte, Textilfachmärkte, Elektrofachmärkte) dauerhaft und in einem breiten, z.T. auch tiefen Sortimentsumfang die hier relevanten Non-Food II-Sortimente. Im Vergleich zwischen den beiden „Anbietergruppen“ kommt es zu einer zwischen den Discountanbietern zu einer ausgeprägten Wettbewerbsintensität, analog dem Wettbewerb im Food-Bereich. Im Umkehrschluss schlagen sich die Auswirkungen des Vorhabens im Non-Food II-Segment primär gegenüber den relevanten Systemwettbewerbern nieder.

Bereits heute werden die Randsortimente am Altstandort vorgehalten, sodass sich die relevanten Anbieter im regionalen Umfeld bereits in der Vergangenheit auf die Wettbewerbssituation eingestellt haben. Im Zuge der Vorhabenrealisierung erfolgt lediglich eine marginale Erhöhung der Verkaufsfläche für Non-Food II-Sortimente. Eine grundsätzliche neue Wettbewerbsqualität ist aus der geringfügigen quantitativen Erweiterung nicht abzuleiten.

Neben den physisch fassbaren stationären Anbietern (sog. „Offline-Handel“) treten vermehrt (spezialisierte) Anbieter des Non-Food II-Segmentes in den Wettbewerb ein, die teilweise oder ausschließlich den Vertriebsweg Online-Handel bedienen. Entsprechend dem wachsenden Umsatzanteil der Online-Händler wird hierbei dem stationären Einzelhandel Umsatz entzogen, und der Wettbewerb zwischen Offline- und Online-Handel intensiviert sich. Aber auch hier stehen primär (spezialisierte) stationäre Fachmärkte in Wettbewerb zu Online-Händlern. Aufgrund des geringen Umsatzvolumens mit Non-Food II-Sortimenten setzt das Vorhaben etablierte, stationäre (Fach-)Anbieter nicht unter zusätzlichen Wettbewerbsdruck.

Eine Schädigung zentraler Versorgungsbereiche i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO kann in der Gesamtbetrachtung ausgeschlossen werden.

Folgendes Fazit lässt sich ziehen:

- Die Argumente der Städte Schwabach und Roth sind zurückzuweisen.
- Das Vorhaben entspricht den Vorgaben der Landes-/Regionalplanung und der BauNVO.
- Eine wesentliche Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche, deren Entwicklungsfähigkeit oder der wohnortnahe Versorgung der Einwohner ist nicht abzuleiten.
- Die Funktionalität der bestehenden Zentrenstruktur, bes. der zentralen Versorgungsbereiche in Schwabach und Roth, ist auch weiterhin gewährleistet.

10 Zusammenfassung und Fazit

- Beurteilungsgrundlage für die vorliegende Analyse ist der in Aufstellung befindliche Bebauungsplan, der das Projektareal entsprechend § 11 BauNVO als Sondergebiet ausweisen soll. Im zugehörigen Textteil wird das Maß der baulichen Nutzung beschränkt.
- Im Rahmen der Abwägungsphase des Bauleitplanungsprozesses werden die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens beleuchtet und diskutiert. Darüber hinaus erfolgt eine Bewertung der vorgebrachten Einwände der Städte Schwabach und Roth.
- Das Gutachten kann auf Grundlage einer quantitativen und qualitativen Untersuchung belegen, dass Auswirkungen, die ein schädliches Ausmaß i.S.d. § 11. Abs. 3 BauNVO erreichen, für die umliegenden zentralen Versorgungsbereiche nicht zu erwarten sind. Ferner sind die wohnortnahe Versorgung der Einwohner im Einzugs- und Untersuchungsgebiet sowie die Funktionalität der bestehenden zentralen Versorgungsbereiche (insbes. in den Städten Schwabach und Roth) nicht gefährdet.
- Das Vorhaben erfüllt die landes-/regionalplanerischen Vorgaben. Dies wird zudem durch ein Schreiben der Regierung von Mittelfranken in der Funktion als höhere Landesplanungsbehörde bestätigt. Durch die Realisierung des Vorhabens wird die derzeit eingeschränkte Angebotssituation in Rednitzhembach diversifiziert und gestärkt, sodass eine umfassende, wohnortnahe Grundversorgung gewährleistet wird.
- Vorgebrachte Einwände der Städte Schwabach und Roth können auf Basis der Analyse des Mikrostandortes, der Auswirkungen und der landes-/regionalplanerischen Vorgaben zurückgewiesen werden.

Vorstehendes Gutachten dient als Beurteilungsgrundlage für zukünftige Planungs- und Genehmigungsprozesse. Für Fragen zu unseren Ausarbeitungen stehen wir Ihnen ebenso gerne zur Verfügung wie für weitere beratende Unterstützung.

BBE Handelsberatung GmbH

i.V. Dr. Martin Kattner

Diplom-Geograph

Projektleitung

BBE Standortforschung

München, 29. Februar 2016

i.V. Mathias Vlcek

Diplom-Ökonom

Projektleitung

BBE Standortforschung

11 Anlagen

Anlage 1: Differenzierung Non-Food-Sortimente

Non-Food I

Wasch-/ Putz- und Reinigungsmittel, Schuh-/ Kleiderpflege, Hygieneartikel, Hygienepapiere, Säuglingspflege, Watte, Verbandstoffe, Haar-/ Haut-/ Mund- und Körperpflege, Sonnen- und Insektenschutz, Kosmetika, Fußpflegemittel, Tiernahrung, Tierpflegeartikel u.ä.

Non-Food II

Textilien, Heimtextilien, Kurzwaren, Schuhe, Lederwaren, Koffer, Schirme, Haushaltswaren, Bilderrahmen, Galanteriewaren, Camping-/ Garten- und Sportartikel, Unterhaltungselektronik, Elektrogeräte und -artikel, Elektrogroßgeräte, Schmuck, Foto, Uhren, Brillen, Spielwaren, Papier-/ Büro- und Schreibwaren, Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, EDV, Kommunikation, Do-it-Yourself-Artikel (Baumarktartikel), Eisenkurzwaren, Farben, Lacke, Autozubehör, Fahrradzubehör, Blumen, Pflanzen, Samen, Düngemittel, Insektizide, Sonstiges wie Möbel und Sanitärbedarf u.ä.

Quelle: EHI Retail Institute Köln, 2006