

**Vorhabenbezogener
Bebauungsplan Nr. 14
(gemäß § 12 und 13a BauGB)**

**„Erste Änderung Gewerbegebiet
Südlich der Depotstraße“
der
Stadt Hanau
im Stadtteil Großauheim**

Begründung
gemäß § 9 Abs. 8 BauGB

Bearbeitung:

PLANUNGSGRUPPE **THOMAS EGEL**



ARCHITEKTURBÜRO FÜR STÄDTEBAU UND LANDSCHAFTSPLANUNG
Hanau-Wolfgang
15.04.2008

Inhaltsverzeichnis

1.	Allgemeines.....	1
2.	Vorgaben übergeordneter Planung.....	2
2.1	Regionalplanung.....	2
2.2	Flächennutzungsplanung.....	2
3.	Rahmenbedingungen.....	3
3.1	Lage im Raum.....	3
3.2	Bestandserhebung.....	3
3.3	Naturräumliche Lage.....	3
4.	Planinhalt.....	4
4.1	Bebauung.....	4
4.2	Verkehrerschließung.....	5
4.2.1	Radwege.....	5
4.2.2	Öffentlicher Personennahverkehr.....	5
4.3	Öffentliche und private Grünflächen.....	5
4.4	Leitungsrechte.....	6
5.	Eingriff-/Ausgleich.....	6
6.	Altstandort.....	6
7.	Lärmschutz.....	7
8.	Ver- und Entsorgung des Plangebietes.....	7
9.	Bodenordnung.....	7
10.	Prüfung gemäß Bundesimmissionschutzgesetz (§12 BImSchG).....	7

1. Allgemeines

Die Stadtverordnetenversammlung der Stadt Hanau hat in ihrer Sitzung am 05.11.2007 beschlossen, im Stadtteil Großauheim den Bebauungsplan Nr. 915.1 Gewerbegebiet „Südlich der Depotstraße“ im Verfahren nach § 13a Baugesetzbuch (BauGB) als vorhabenbezogenen Bebauungsplan gemäß § 12 BauGB zu ändern. Der Bebauungsplan erhält die Bezeichnung:

„Erste Änderung Gewerbegebiet Südlich der Depotstraße“

Die für die Bebauung vorgesehene Fläche wird nach wie vor als Gewerbegebiet (GE) gemäß § 8 BauNVO festgesetzt. Es soll lediglich im westlichen Bereich ein Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von ca. 800 m² zulässig sein.

Das Änderungsgebiet hat eine Größe von	ca. 3,20 ha.
davon zu ändernde Einzelhandelsnutzung	ca. 1,00 ha

Der Bebauungsplan wird im Verfahren nach § 13a (Bebauungsplan der Innenentwicklung) BauGB geführt, da für den Änderungsbereich der Einzelhandelsnutzung bereits ein Bebauungsplan besteht, es sich daher um eine Innenentwicklung handelt und weniger als 20.000 m² Grundfläche festgesetzt werden (§ 13 a (1) Ziffer 1 BauGB).

Es bestehen keine Anhaltspunkte für Beeinträchtigungen von Schutzgütern nach UVPG, daher wird auf die Erstellung eines Umweltberichtes verzichtet.

Durch die Bauleitplanung werden die weiteren erforderlichen Schritte nach dem Baugesetzbuch veranlasst.

Im beschleunigten Verfahren nach § 13a BauGB gelten die Vorschriften des vereinfachten Verfahrens nach § 13 BauGB. Es wird hierbei gemäß § 13 Abs. 2 Ziffer 1 von der frühzeitigen Unterrichtung und Erörterung nach § 3 Abs 1 und § 4 Abs. 1 abgesehen.

2. Vorgaben übergeordneter Planung

2.1 Regionalplanung

Nach den Darstellungen des Regionalplans Südhessen 2000 (RPS) liegt das Planungsgebiet „Südlich der Depotstraße“ nach der Siedlungsstruktur im Bestandsbereich für Industrie und Gewerbe.

Hanau liegt strukturräumlich im Verdichtungsraum, an mehreren Regionalachsen sowie an den überörtlichen Nahverkehrs- und Siedlungsachsen. Hanau nimmt regionalplanerisch die Funktion eines Oberzentrums wahr.

Der Sitz der Stadtverwaltung ist in der Kernstadt Hanau.

Für die Entwicklung der Wirtschaft, der Arbeitsplätze und der Versorgung mit gewerblich orientierten Dienstleistungen benötigten und geeigneten Flächen sind nach den Zielsetzungen des RPS 2000 vorrangig der Bestand zu erhalten und ggf. aufzuwerten. Hierbei kommen der Mobilisierung und Reaktivierung ungenutzter Gewerbeflächen bzw. Gewerbebrachen, der Konversion ehemals militärischer Anlagen und Nutzungsintensivierungen besondere Bedeutung zu. Daneben sind für den weiteren Bedarf Flächen, die möglichst den Nahverkehrs- und Siedlungsachsen zuzuordnen sind, neu auszuweisen und zu sichern.

Auf gute Anbindung von Industrie- und Gewerbeflächen an öffentliche Verkehrsmittel und vorhandene Straßen ist zu achten.

Die Änderung des Gewerbegebietes entspricht den Zielvorstellungen des Regionalplanes.

Nach den Zielvorgaben des RPS 2000 kann die Stadt Hanau einen Bedarf an Gewerbefläche von 100 ha in Anspruch nehmen.

2.2 Flächennutzungsplanung

Im wirksamen Flächennutzungsplan der Stadt Hanau ist der Planbereich „Südlich der Depotstraße“ als Sondergebiet BUND dargestellt. Mit der Aufstellung des Urplanes wurde der Flächennutzungsplan gleichzeitig geändert und die ca. 10,5 ha große Fläche als gewerbliche Baufläche (G) gemäß § 1 Abs. 1 Nr. 3 BauNVO neu dargestellt.

Die Erste Änderung des Bebauungsplanes ist damit aus dem FNP entwickelt.

3. Rahmenbedingungen

3.1 Lage im Raum

Hanau mit seinen weiteren Stadtteilen Großauheim, Wolfgang, Klein-Auheim, Mittelbuchen, Steinheim und Kesselstadt liegt im südwestlichen Teil des Main-Kinzig-Kreises. Verkehrsgünstig an den Autobahnen A 45 und A 66 gelegen ist Hanau direkt an den Großraum Frankfurt sowie an den nordhessischen und osthessischen Raum angebunden. Hanau besitzt Schiffsanlegestellen am Main, hat einen ICE-Haltepunkt und S-Bahn-Anschluss. Die Entfernung zum Frankfurter Flughafen beträgt ca. 25 km.

Das Planungsgebiet liegt im südlichen Stadtgebietsrand von Großauheim und grenzt im Nordosten und Osten an militärischen Anlagen sowie im Süden und Südwesten an landwirtschaftliche Nutzflächen an. Im Norden wird die L 3309 (Depotstraße) in den Geltungsbereich mit einbezogen, weil straßenbau-technische Umbauten im Knotenpunktbereich erforderlich werden.

3.2 Bestandserhebung

Das Planungsgebiet wird von Norden von der L 3309 her erschlossen. Es ist zur Zeit mit einem hohen Maschendrahtzaun eingefriedet. Nennenswerter Baum- und Strauchbestand ist nicht vorhanden. Die Erschließungsarbeiten haben bereits begonnen.

Die ehemalige Nutzung als militärische Anlage hat zu Altlasten geführt, die im Rahmen der Entwicklung des Baugebietes bereits weitgehend beseitigt wurden.

Eine Abwasserhebeanlage befindet sich am südlichen Plangebietsrand. Innerhalb des Geländes verlaufen mehrere Abwasserleitungen, Elektroleitungen sowie Fernmeldeleitungen; ebenso am Südrand die Erdgasfernleitung Midal sowie eine Fernwärmeleitung, die vom Kraftwerk Staudinger im westlichen Planbereich das Gelände durchquert.

Das Planungsgebiet liegt zum überwiegenden Teil in der Wasserschutzzone III sowie am südöstlichen Plangebietsrand in der Wasserschutzzone II des Wasserwerkes Wahlersee der Wassergewinnungsanlagen von Großauheim. (St. Anz. 36/1962, S. 1221).

3.3 Naturräumliche Lage

Das Gelände hat ein geringes Gefälle nach Süden. Es liegt auf einem mittleren Höhengniveau von 107 m ü. NN.

4. Planinhalt

Der Geltungsbereich des Bebauungsplanes umfasst in der Gemarkung Großauheim die nachfolgend aufgeführten Flurstücke:

Flur 101:

Flurstücke: 279/9 teilweise, 616, 617 teilweise, 618 teilweise

Die Änderungsfläche des Gewerbegebietes beträgt ca. 3,2 ha.

Diese teilen sich wie folgt auf:

- | | |
|--|-------------|
| • Gewerbegebiet | ca. 2,51 ha |
| davon zu ändernde Einzelhandelsnutzung | ca. 1,00 ha |
| • Verkehrsflächen | ca. 0,06 ha |
| • Flächen für Versorgungsanlagen | ca. 0,03 ha |
| • Öffentliche Grünfläche | ca. 0,60 ha |

4.1 Bebauung

Das Planungsgebiet wird nach wie vor mit der besonderen Art der baulichen Nutzung als

Gewerbegebiet gemäß § 8 BauNVO

festgesetzt. Innerhalb des Gewerbegebietes werden alle Regelnutzungen des § 8 BauNVO mit Ausnahme von eigenständigen Lagerplätzen (wie z. B. Schrott- und Abwrackplätze) zugelassen.

Der Ausschluss begründet sich für die eigenständigen Lagerplätze auf die Lage des Gebietes in der Wasserschutzzone III und II der Wassergewinnungsanlagen von Großauheim. Außerdem sind für alle anderen zulässigen Betriebe die Verbote der Festsetzungsverordnung vom 18.07.1962 für die Wassergewinnungsanlagen von Großauheim zu beachten.

Aufgrund aktueller Marktbeurteilungen ist ein Lebensmitteleinzelhandelsmarkt mit einer Verkaufsfläche von ca. 800 m² städtebaulich zulässig und eine weitere verbrauchernahe Versorgung mit Lebensmittel an diesem Standort möglich. (vgl. Anlage Cima-Beurteilung). Die Festsetzung 1.1 wird daher angepasst, sodass die übliche Nutzung eines Gewerbegebietes in Bezug auf Einzelhandel im westlichen Bereich (Änderungsbereich) zulässig ist.

Zur Darstellung der Gestaltung der Fläche liegt ein Planentwurf als Anlage bei.

Das Maß der baulichen Nutzung drückt sich in der Grundflächenzahl (GRZ) und Geschossflächenzahl (GFZ) aus und bleibt unverändert. Dies gilt auch für die weiteren textlichen Festsetzungen.

Im Planwerk entfällt lediglich im westlichen Planbereich die öffentliche Verkehrsfläche und die Baufelder werden teilweise zusammengefasst. Das entstehende große Baufeld wird nunmehr optimiert über 2 Straßenanschlüsse angebunden. Eine Anpassung der Baugrenzen, der Abstandsflächen zur Erdgasfernleitung und der Darstellung des Rad-/Fußweges in der Grünfläche erfolgt.

4.2 Verkehrserschließung

Das gesamte Plangebiet wird wie bisher durch eine Zufahrt von Norden über die L 3309 (Depotstraße) erschlossen.

Die innere Verkehrserschließung orientiert sich vornehmlich an den wichtigsten vorhandenen Leitungen, die auch weiterhin zu erhalten sind. Im Vorhabensbereich erfolgt eine private Erschließung, mit Ausnahmen der beiden kurzen Anbindungen im Bereich der Grünfläche.

4.2.1 Radwege

Innerhalb des Gewerbegebietes ist ein von Nord nach Süd verlaufender Rad- und Fußweg eingeplant, der das zukünftige Baugebiet an das Rad- und Fußwegenetz der L 3309 und den Außenbereich am Hergerswiesenweg anbindet.

4.2.2 Öffentlicher Personennahverkehr

Der Anschluss des Planungsgebietes an den öffentlichen Personennahverkehr wird geprüft und mit dem zuständigen Busunternehmen erörtert. Z.Zt. besteht die nächste Bushaltestelle in einem Abstand von ca. 500m.

4.3 Öffentliche und private Grünflächen

Äußere Eingrünung (privat)

Gewerbegebiete sind durch ihre betriebsbedingte Organisationsformen oft stark versiegelt. Baum- und Strauchpflanzungen wirken jedoch biologisch ausgleichend und tragen zur Verbesserung des Siedlungsbildes und des Kleinclimas bei.

Die auf den einzelnen Grundstücken zu pflanzenden Gehölze sollen dabei in den Randzonen und an den Grundstücksgrenzen möglichst in Form von geschlossenen Schutzpflanzungen angelegt werden, weil sie dort auf lange Sicht

in ihrem Bestand weitaus weniger durch betriebliche Vorgänge und Baumaßnahmen gefährdet sind und die geringsten Pflegekosten verursachen. Änderungen sind nicht vorgesehen.

Innere Durchgrünung

Neben der äußeren Eingrünung des Gewerbegebietes erfolgt in der Nord-Süd-Achse auf einem ca. 20 m breiten Grünstreifen eine grünordnerische Gliederung des Planungsgebietes. In diesen Grünstreifen ist ein Rad- und Fußweg eingebettet. Die innere Durchgrünung und Gebietsgliederung bietet sich hier an, weil in diesem Bereich etliche Leitungstrassen verlegt sind, die nicht überbaut werden dürfen. Um auf die Festsetzung von Leitungsrechten zugunsten der Versorgungsträger zu verzichten, wird diese Grünfläche als öffentliche Grünfläche mit der Zweckbestimmung „Grünanlage“ festgesetzt.

Änderungen sind nicht vorgesehen.

4.4 Leitungsrechte

Wie unter Kapitel 4.2 „Bestandserhebung“ erwähnt, ist das Gelände mit Ver- und Entsorgungsleitungen durchzogen. Soweit diese Leitungen nicht in öffentliche Flächen (z. B. Grünflächen, Straßenverkehrsflächen) einbezogen werden können, sind sie im Bebauungsplan nachrichtlich übernommen und gemäß § 9 Abs. 1 Nr. 21 BauGB mit Leitungsrechten zugunsten der Versorgungsträger wie z. B. Midal, E.ON, Stadt Hanau oder Stadtwerke Hanau versehen.

5. Eingriff-/Ausgleich

Durch die 1. Änderung des Bebauungsplans ergeben sich keine neuen Eingriffe in Natur- und Landschaft. Ausgleichsmaßnahmen sind daher nicht erforderlich.

6. Altstandort

Durch die frühere militärische Nutzung des Geländes wurden Sanierungsmaßnahmen in Abstimmung mit den Fachbehörden durch den Grundstückseigentümer vorgenommen.

Die Verfahrensweise der Sanierung wurde bereits im Durchführungsvertrag zum Urplan geregelt.

Auf die in den Bebauungsplan eingeschriebenen Hinweise zu Ziffer 3.2 wird verwiesen.

Ohne Ausweisung des Baugebietes wäre vermutlich in naher Zukunft nicht mit einer Altlastensanierung begonnen worden.

7. Lärmschutz

Durch die 1. Änderung des Bebauungsplans ergeben sich keine Änderungen bezüglich des Lärmschutzes.

Auf die Festsetzungen in Ziffer 1.10 wird verwiesen.

8. Ver- und Entsorgung des Plangebietes

Die Ver- und Entsorgung des Plangebietes beruht auf der genehmigten Ausbauplanung des Eigenbetriebes Hanau Verkehr und Entsorgung (HVE). Die entwässerungstechnische Beschreibung, Darstellung und Ausführung ist Bestandteil des Durchführungsvertrages (Anlagen 3.1 - Ausführung Regenwasser und Anlage 3.2 - Ausführung Schmutzwasser) zum vorhabenbezogenen Bebauungsplan Nr. 14.1."

Zur Bestimmung der Zisternengröße, den Bau von ggfls. Rückhalteanlagen und die Einleitung von zusätzlich anfallendem Niederschlagswasser in die städtische Kanalisation, sind für das Bauvorhaben und für die Entwässerungsplanung des gesamten Erschließungsgebietes entsprechende Planungs- und Berechnungsunterlagen vorzulegen.

9. Bodenordnung

Durch das Planvorhaben entsteht keine Veränderung der Grundstückssituation. Eine aus dem Planvorhaben resultierende Bodenordnung ist nicht erforderlich.

10. Prüfung gemäß Bundesimmissionschutzgesetz (§12 BImSchG)

Das Plangebiet befindet sich innerhalb eines Achtungsabstandes einer bestehenden Störfallanlage (Ammoniaklager des Kraftwerkes Staudinger) i. S. der Störfallverordnung (12. BImSchV).

Ein von der Stadt Hanau beauftragter Sachverständiger gemäß § 29a BlmschG beurteilt den Sachverhalt wie folgt:

„Auf dem Gelände der freigegebenen Großauheim-Kaserne soll ein Lebensmittelmarkt mit max. 800 m² Verkaufsfläche errichtet werden. Dieses Vorhaben liegt am äußersten Rand der Achtungsgrenzen des Kraftwerks E.ON Staudinger Großkrotzenburg.

Die ermittelte Achtungsgrenze ist Ergebnis einer Rechenvorschrift, die auf einer Konvention beruht. Der damit ermittelte Zahlenwert ist ein Anhaltswert dahingehend, dass bei Unterschreiten desselben die nachbarschaftliche Situation der Nähe eines Betriebsbereichs im Sinne der Seveso-Richtlinie mit in die planerische Abwägung einzustellen ist. Der ermittelte Abstand wird dabei sinnvollerweise so interpretiert, dass bis hin zu diesem die Nutzungseinschränkungen sukzessive geringer werden, um einen fließenden Übergang in einen uneingeschränkt nutzbaren Bereich außerhalb der Achtungsgrenze zu ermöglichen.

Bei dem geplanten Vorhaben handelt es sich um eine Nutzung, die zwar in Artikel 12 der Seveso-Richtlinie als „Öffentlich genutzte Gebäude“ im Grundsatz mit erfasst ist, jedoch weniger sensitiv ist als ein durchschnittliches Wohngebiet. Denn bei der geplanten einzeln stehenden Einzelhandelsnutzung liegen (mit Ausnahme des Personals, das wie Beschäftigte in einem Gewerbegebiet zu sehen ist) kürzere Gesamtaufenthaltszeiten von Personen vor, die Personen sind uneingeschränkt mobil und aktiv; besonders empfindliche Personengruppen (Kranke Menschen, Kinder, ...) sind unterrepräsentiert.

Auf Grundlage des oben dargestellten fließenden Übergangs hin zu einem uneingeschränkt nutzbaren Bereich haben die Sachverständigen im vorliegenden Fall der Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes (800 m²) am äußersten Rand der Achtungsgrenze keine Bedenken.“

Aufgestellt im Auftrag des:

**Magistrats der
Stadt Hanau
Am Markt 14-18
63450 Hanau**

durch:

Planungsgruppe Thomas Egel

SIEMENS TECHNOPARK/TGZ
RODENBACHER CHAUSSEE 6
63457 HANAU - WOLFGANG
Phone: 0 61 81 / 58 21 – 76/77/78/79
Fax: 0 61 81 / 58 21 75
Funk: 0172 / 67 55 802
E-mail: Planungsgruppe-EGEL@t-online.de
www.Planungsgruppe-EGEL.de
Hanau-Wolfgang, den 15.04.2008

.....
(Dipl. Ing. T. Egel)

Der Begründung zum vorhabenbezogenen Bebauungsplan wird zugestimmt:

Magistrat der Stadt Hanau
Hanau, den

Siegel

.....
Oberbürgermeister

Anlage 1

Einzelhandelsbeurteilung

CIMA Oktober 2007 und Februar 2008



Köln · Leipzig · Lübeck · München · Ried (A) · Stuttgart

CIMA GmbH · Brienner Straße 45 · D - 80333 München

Per e-mail an: planungsgruppe-egel@t-online.de
martin.bieberle@hanau.de

Fa. H. Kronenberger & Sohn GmbH
Benzstraße 16

63457 Hanau

CIMA Stadtmaking
Gesellschaft für gewerbliches und
kommunales Marketing mbH
Büro München
Brienner Straße 45
D - 80333 München

Telefon: (089) 551 18-154
Telefax: (089) 551 18-250
e-mail: cima.muenchen@cima.de
Internet: www.cima.de
www.cimadirekt.de

Stellungnahme Vorhaben Depotstraße

Sehr geehrter Herr Kronenberger,
sehr geehrter Herr Bieberle,

München, 04.10.2007
Gortan
(089) 551 18-150
e-mail: gortan@cima.de

zu Ihrer Anfrage bezüglich des beschriebenen Vorhabens können wie Ihnen folgende zusätzliche Informationen zur Hand geben:

Die vorliegende Stellungnahme bezieht sich auf das bestehende Ansiedlungsbestreben auf dem an der Depotstraße / Hergerswiesenweg in Hanau gelegenen Grundstück.

Gegenstand der Stellungnahme ist die Frage, inwieweit durch eine Verkaufsflächen-Ausweisung eines Lebensmittelmarktes (Betriebstypus und Betreiber unbekannt) mit 799 m² Verkaufsfläche eine negative Beeinflussung des Einzelhandels in der Großauheimer Innenstadt ausgeschlossen werden kann.

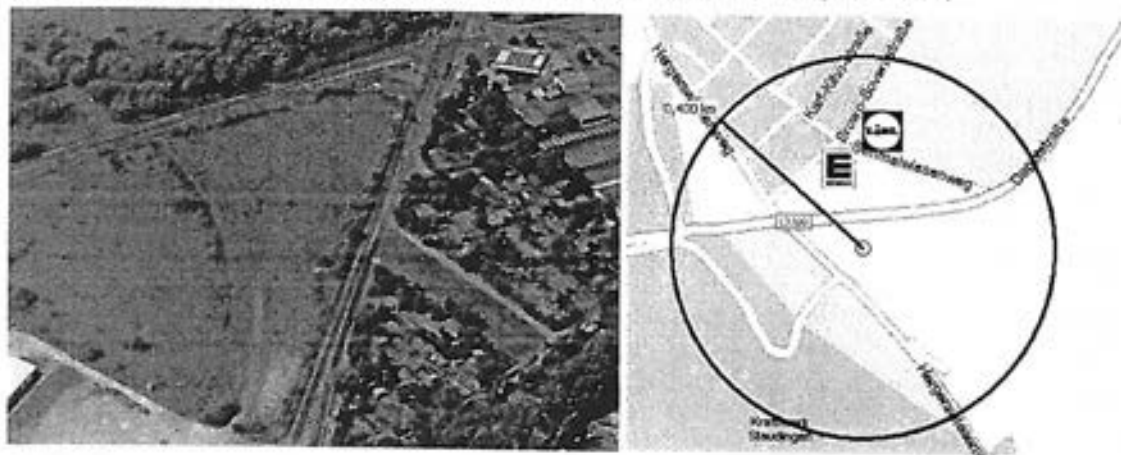
1 Ausgangssituation

Lage in der Stadt

Das Grundstück liegt im Bereich des südöstlichen Hanauer Stadtgebietes unmittelbar an der Stadtgrenze und schließt an eine lockere Bebauung mit einer Kleingartensiedlung und Gewerbebetrieben (Nahversorgungszentrum Brown-Boveri-Straße, Depotstraße) an. Im Umkreis von 400m (entspricht der maximalen fußläufigen Entfernung) sind keine wesentlichen Wohnanteile vorhanden und es besteht keine fußläufige Verbindungsmöglichkeit zwischen dem Nahversorgungszentrum an der Brown-Boveri-Straße und dem Vorhabenstandort, weshalb der Standort insgesamt als städtebaulich nicht integriert anzusehen ist.

Der zu entwickelnde Standort an der Depotstraße Ecke Hergerswiesenweg liegt verkehrstechnisch günstig an der Landesstraße 3309 nach Großkrotzenburg und der Kreisstraße 859 nach Hainburg. Diese Lage ermöglicht in erster Linie eine Autokundenorientierung des geplanten Konzeptes anstelle einer Nahversorgung, so dass auch bzw. in verstärktem Maße Kunden von außerhalb der Stadt eine Hauptzielgruppe des zu entstehenden Marktes darstellen.

Abb. 1: Lage des Standortes (links: Blick nach Westen; rechts: fußläufiger Bereich)



Quelle: Eigene Bearbeitung

Verkaufsflächenumfang und rechtliche Bewertung

Ausgehend von den Planungen sind zurzeit 799 m² Verkaufsfläche am Standort angedacht. Diese Verkaufsfläche ist gem. aktueller Rechtsprechung sowie nach § 11 Absatz 3 als nicht großflächig anzusehen, so lange die Geschoßfläche nicht 1.200 m² übersteigt. Weitere Planungen sehen einen Getränkemarkt vor, der in der Summe mit dem geplanten Lebensmittelmarkt die Großflächigkeit erreichen würde. Bei zeitgleicher Planung müsste deshalb von einem großflächigen Vorhaben ausgegangen werden, so dass eine Verträglichkeitsuntersuchung notwendig wäre. Diese Konstellation ist jedoch nach aktuellem Stand nicht vorgesehen. Da das Vorhaben somit nicht großflächig ist, sind die Prüfungen gemäß Einzelhandelserlass Hessen aus dem Jahr 2003 nicht notwendig und das Vorhaben ist nach § 11 Absatz 3 BauNVO nicht abwägungsrelevant.

2 Verträglichkeitsbewertung

Verträglichkeit für die Großauheimer Innenstadt

Das Stadtteilzentrum Großauheim liegt nur etwa 1,2 km vom Standort entfernt und hat nach unserer Einschätzung in den vergangenen Jahren einen schleichenden Bedeutungsverlust hinnehmen müssen. Im Großauheimer Zentrum gibt es zudem mittlerweile keinen Lebensmitteluniversalanbieter mehr. Der Euromarkt und ein größeres Spezialitätengeschäft sind die einzigen größeren Betriebe für die Nahversorgung (über 150 m² Verkaufsfläche) in Großauheims Zentrum. Daneben gibt es noch diverse Lebensmittelhandwerksbetriebe, die ebenso wie die größeren Betriebe wegen unterschiedlicher Konzeptionen jedoch nicht in einem direkten Wettbewerb mit einem Lebensmittelmarkt von 799 m² Verkaufsfläche stehen. Aus diesem Grund sind Überschneidungen im Sortiment zwar durchaus möglich und vorhanden, aufgrund der momentan fehlenden, direkten Konkurrenz jedoch nur zu geringen Anteilen relevant.

Das Großauheimer Zentrum sollte gem. Einzelhandelsgutachten aus dem Jahr 2005 durch einen frequenzstarken Nahversorger auch in seiner Nahversorgungsfunktion gestärkt werden. Ein entsprechendes Angebot am vorgesehenen Standort kann sich auf diese Empfehlung negativ auswirken und würde eine Ansiedlung in Großauheim selbst erschweren.

Eine abschließende Aussage zur Verträglichkeit sowie zu möglichen Entwicklungshemmnissen für das Zentrum von Großauheim wäre lediglich durch ein Verträglichkeitsgutachten unter Kenntnis des



Köln · Leipzig · Lübeck · München · Ried (A) · Stuttgart

Betriebstypus und des Betreibers möglich, was aufgrund der Nicht-Großflächigkeit rechtlich jedoch nicht notwendig erscheint.

Verflechtungsbereichsverträglichkeit

Das Vorhaben mit einer Verkaufsfläche von 799 m² kann als verflechtungsbereichsverträglich ausgewiesen werden. Aufgrund der relativ geringen Fernwirkung eines Lebensmittelmarktes dieser Größenordnung im Vergleich zum oberzentralen Hanauer Einzugsgebiet kann man nicht von Auswirkungen auf benachbarte zentrale Orte ausgehen. Jedoch ist auch hier die Frage des Betriebstypus und des Betreibers abwägungsrelevant. Ein Discounter weist beispielsweise eine höhere Außenwirkung auf wie ein kleiner Supermarkt.

3 Empfehlung

Die Planunterlagen sowie die Situation vor Ort lassen die Einschätzung zu, dass die geplante Verkaufsfläche des Vorhabens als momentan verträglich für das Großauheimer Zentrum anzusehen ist. Dies unter der Prämisse eines **nicht großflächigen Einzelhandelsbetriebes** mit lediglich **max. 799 m²** Verkaufsfläche.

Der Markt übernimmt an diesem Standort eher die Versorgung von Pendlern bzw. Auswärtigen und stellt eine untergeordnete Konkurrenz zu der verbliebenen Nahversorgungsfunktion des Großauheimer Zentrums dar. Eine Konkurrenzwirkung zum Nahversorgungszentrum an der Brown-Boveri-Straße ist jedoch durchaus denkbar. Eine Discounter-Ansiedlung wäre aufgrund der unterschiedlichen Flächenleistung daher kritischer zu bewerten als die Ansiedlung eines kleineren Supermarktes.

Die Lage des Standortes ist als städtebaulich nicht integriert anzusehen.

Eine negative Beeinflussung des Einzelhandels in der Großauheimer Innenstadt ist über den normalen Wettbewerb hinaus nicht zu erwarten. Eine Gefährdung des bestehenden Einzelhandels ist kaum wahrscheinlich, eine Beeinträchtigung der Innenstadtentwicklung in Großauheim ist dagegen nicht abschließend zu widerlegen.

Eine Gefährdung bestehender Versorgungsstandorte im Verflechtungsbereich kann nahezu ausgeschlossen werden.

Mit freundlichen Grüßen

CIMA GmbH

Dipl.-Geogr. Stefan Gortan
Projektleitender Berater

Dipl.-Geogr. Sebastian Mahrenholz
Berater

Stadt- und Regionalmarketing · City-Management · Stadtentwicklung · Tourismus
Einzelhandel · Wirtschaftsförderung · Immobilienentwicklung · Personalberatung

CIMA Stadtmarketing Gesellschaft für gewerbliches und kommunales Marketing mbH
Geschäftsführer: Dipl.-Kfm. Gerhard Rathmayer, Dipl.-Geogr. Roland Wöfel, Dipl.-Bw. Mario S. Mensing
Registergericht: München, HRB 85 796, Gerichtsstand: München, UST-ID Nr. DE129314570
Sparkasse München, BLZ 701 500 00, Konto 909 202 814, IBAN: DE10 70150000 0909 2028 14, BIC: SSKMDE33
Postbank München, PLZ 7 700 100 00, Konto 700 100 00 00



Köln · Leipzig · Lübeck · München · Ried (A) · Stuttgart

CIMA Stadtmarketing GmbH

Verträglichkeitsuntersuchung Hanau-Großauheim: Bau eines Lebensmittelmarktes an der Depotstraße

Untersuchungsbericht

Bearbeitung:
Dipl.-Geogr. Stefan Gortan (Projektleitung)
Dipl.-Geogr. Sebastian Mahrenholz

☎ (089) 55 118 – 150
gortan@cima.de
München, Februar 2008

- Stadt- und Regionalmarketing
- City-Management
- Stadtentwicklung
- Tourismus
- Einzelhandel
- Wirtschaftsförderung
- Immobilienentwicklung
- Personalberatung

CIMA Stadtmarketing
Gesellschaft für gewerbliches und
kommunales Marketing mbH
Hau München
Brienner Straße 45
D-80333 München

Tel.: (089) 55 118-154
Fax: (089) 55 118-250
e-mail: cima.muenchen@cima.de
Internet: www.cima.de
www.cimadirekt.de

© CIMA-Stadtmarketing GmbH

Es wurden Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken und als Platzhalter verwendet, für die keine Nutzungsrechte vorliegen. Jede Weitergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung kann Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Wer diese Unterlage -ganz oder teilweise- in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die CIMA GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die CIMA 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.

Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA GmbH in München.

Inhaltsverzeichnis

1	AUFTRAG UND AUFGABENSTELLUNG	4
2	VORHABENBESCHREIBUNG UND LEISTUNGSKENNZIFFERN	5
3	VERTRÄGLICHKEITSANALYSE	7
3.1	Beurteilungsgrundlagen von Einzelvorhaben im Einzelhandel.....	7
3.2	Konkurrenzsituation und Einzugsgebiet.....	9
3.3	Versorgung der Bevölkerung innerhalb des Marktgebietes	10
3.4	Prüfung Beeinträchtigungsverbot	13
3.5	Auswirkungen auf die Versorgung des Stadtteilzentrums von Großauheim.....	15
3.6	Auswirkungen auf die Verkehrssituation	18
4	ABSCHLIEßENDE BEWERTUNG UND EMPFEHLUNGEN	19
5	GRUNDLAGEN UND METHODIK	20
5.1	Marktpotenzial.....	20
5.2	Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation	21
5.3	Fachbegriffe im Zusammenhang mit Marktuntersuchungen/Einzelhandelserhebungen	24
5.4	Zentrenrelevanz der Sortimente.....	26
5.5	Gravitationsmodell der CIMA.....	27

1 Auftrag und Aufgabenstellung

Auftrag:

Prüfung der städtebaulichen Verträglichkeit eines geplanten Lebensmittelmarktes in Hanau-Großauheim.

Auftraggeber:

Hauckwald-Bebauungs GmbH
Theodor-Heuss-Straße 65
63457 Hanau

Bearbeitung:

Dipl.-Geogr. Stefan Gortan (Projektleitung)
Dipl.-Geogr. Sebastian Mahrenholz

Analysezeitraum:

Februar 2008

Aufgabenstellung:

- ↗ Prüfung der städtebaulichen Verträglichkeit; Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche
- ↗ Abschließende Empfehlungen

2 Vorhabenbeschreibung und Leistungskennziffern

Die Firma Hauckwald-Bebauungs GmbH plant im Gewerbegebiet „Südlich der Depotstraße“ die Errichtung eines Lebensmittelmarktes. Unter Einbeziehung der zur Verkaufsfläche zählenden Flächen (Kassen- und Packzone, Windfang etc.) soll die Verkaufsfläche ca. 799 m² umfassen. Die Gesamtgeschossfläche von 1.199 m² wird dabei nicht überschritten. Damit fällt das Vorhaben zunächst nicht unter die Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO, nach der relevante Auswirkungen ab einer Geschossfläche von 1.200 m² zu vermuten sind.

Tab. 1: Geplante Flächenerweiterung Edeka

Nutzung	Fläche geplant in m ²
Verkaufsfläche (incl. Kassenzone, etc.)	799
Nebenflächen (Lager, Sozialräume, Büro etc.)	max. 400
Gesamtgeschossfläche (maximal)	1.199

Quelle: Hauckwald-Bebauungs GmbH

Bearbeitung: CIMA GmbH, 2007

Tab. 2: Geschätzte Umsatzerwartungen Lebensmittelmarkt

Sortiment	Projektdaten
Verkaufsfläche in m ²	799 m ²
Flächenleistung Supermarkt p.a. je m ²	4.300,- €
Umsatz p.a. gesamt	3,44 Mio. €
Flächenleistung Discounter p.a. je m ²	5.500,- €
Umsatz p.a. gesamt	4,39 Mio. €

Quelle: CIMA GmbH, 2007

Bearbeitung: CIMA GmbH, 2008

Nach eigenen Angaben plant der Vorhabenträger einen Lebensmittelmarkt mit 799 m² Verkaufsfläche. Zum jetzigen Zeitpunkt steht jedoch noch kein Betreiber abschließend fest. Im Rahmen der Verträglichkeitsprüfung ist dies jedoch maßgebend für die Berechnung der Umsätze, da Discounter eine andere Flächenleistung wie Supermärkte aufweisen. Da planungs- und baurechtlich jedoch keine Unterscheidung zwischen Supermärkten und Discountern möglich ist, ist im Sinne eines **worst case** davon auszugehen, dass es sich um einen Lebensmitteldiscounter handelt, der die entsprechend höhere Flächenleistung aufweist.

Die erwarteten Umsatzprognosen für eine derartige Entwicklung bilden die Grundlage für die weiteren Betrachtungen. Um den Entwicklungskorridor aufzeigen zu können, der von einer unterschiedlichen Betreiberwahl abhängt, werden im Folgenden die Umsatzerwartungen eines Supermarktes (best-case) sowie eines Lebensmitteldiscounters (worst-case) berechnet um fundierte Aussagen zu den Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich von Großauheim treffen zu können.

Verwendet man die durchschnittliche Flächenleistung von 4.300 €/m² für einen Supermarkt, so würde der zugrunde zu legende Jahresumsatz des Lebensmittelmarktes rund 3,44 Mio. € betragen. Bei einer durchschnittlichen Umsatzerwartung von 5.500 €/m² für einen Lebensmitteldiscounter läge der geschätzte Jahresumsatz bei etwa 4,39 Mio. €.

Tab. 3: Betriebsfläche und Flächenleistung im LEH 1995 – 2006

Betriebstyp	Fläche in m ² je Betrieb	Flächenleistung in €/m ²
Discounter	+ 17,4 %	+ 3,5 %
Supermarkt (400 bis 1.499 m ²)	+ 18,5 %	- 11,2 %
Verbrauchermärkte (1.500 bis 2.499 m ²)	k.A.	+ 23,5 %
Verbrauchermärkte (2.500 bis 4.999 m ²)	k.A.	- 8,7 %
SB-Warenhäuser (über 5.000 m ²)	k.A.	+ 17,3 %
Kleinteiliger Lebensmittelhandel (< 400 m ² Verkaufsfläche)	+2,7 %	- 21,3 %

Quelle: EHI 2007/08
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2008

Bewertung

Die Verkaufsfläche bewegt sich am unteren Spektrum bei der Neugründung von Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels. Das **erweiterte Sortiment** sowie die **Kundenführung** (breite Wege, behindertengerecht) lässt die Verkaufsflächenbedarfe von insbesondere Supermärkten weiter steigen. Diese präsentieren flächenextensive **Sortimente** wie Obst und Gemüse, Bioprodukte, Frischfleisch und Tiefkühlkost, um den gestiegenen Erwartungen der Verbraucher zu entsprechen und wettbewerbsfähig zu bleiben (= trading up). Ebenso die Lebensmitteldiscounter verfolgen diese Strategie, so dass mittlerweile Frischfleisch, Bioprodukte oder frischer Fisch teilweise zum Sortiment gehören.

Fazit:

Das Vorhaben liegt mit einer Verkaufsfläche von rund 799 m² im unteren Bereich üblicher Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel. Um den Prüfkriterien des aktuellen Planungsrechts zu entsprechen, gehen wir in den folgenden Prüfverfahren von einem Zielumsatz des Lebensmittelmarktes zwischen 3,44 Mio. € und 4,39 Mio. € aus. Dabei wird der untere Wert für die Ermittlung eines best case Falles genutzt, der obere Wert dient zur Ermittlung der worst case-Auswirkungen auf die Nahversorgung und städtebauliche Struktur in Hanau-Großauheim.

3 Verträglichkeitsanalyse

3.1 Beurteilungsgrundlagen von Einzelvorhaben im Einzelhandel

Vorbemerkung zur Bewertung des Vorhabens

Gegenstand der vorliegenden Prüfung ist die Fragestellung, ob die vom Vorhabenträger gewünschte Verkaufsfläche von insgesamt 799 m² Verkaufsfläche negative Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur erwarten lässt, die eine Verträglichkeit des Vorhabens nach §11 Abs. 3 BauNVO in Frage stellt.

Regelvermutung

Nach §11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO sind großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können, außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.

Im Rahmen dieses Gutachtens wird lediglich eine Auswirkungsanalyse auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich Großauheims und auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in Hanau-Großauheim durchgeführt.

Die Prüfung der Voraussetzungen für die Anwendung des §11 Abs. 3 BauNVO erfolgt grundsätzlich zweistufig:

1. Stufe: Großflächigkeit des Betriebs

Die Regelvermutung des §11 Abs. 3 BauNVO besagt, dass Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 in der Regel anzunehmen sind, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Darüber hinaus bestimmt §11 Abs. 3 Satz 4, 1. Halbsatz BauNVO, dass die Regel des Satzes 3 (Regelvermutung) nicht gilt, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² Geschossfläche nicht vorliegen.

Das Merkmal der Großflächigkeit umschreibt also diejenige Schwelle, ab der die Prüfung ob derartige Auswirkungen vorliegen, vorzunehmen ist. „Somit muss die Schwelle ausreichend niedrig liegen, um Raum für diejenigen Fälle zu lassen, in denen entgegen der Regel bereits bei einer Geschossfläche von weniger als 1.200 m² Auswirkungen zu erwarten sind“.¹ Die Regelvermutung stellt auf die Geschossfläche, nicht auf die Verkaufsfläche ab. „Als Erfahrungswert hat sich herausgebildet, dass Einzelhandelsbetriebe in Folge einer Reduzierung der Lager- und sonstigen Nebenflächen drei Viertel der Geschossfläche als Verkaufsfläche nutzen können. Somit ist jedenfalls bei einer Verkaufsfläche, die 900 m² überschreitet, zugleich eine Überschreitung der in § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO genann-

¹ Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 BVerwG 4 C 10.04

ten Geschossflächengrenze von 1.200 m² zu erwarten. Wie dargelegt, muss die Schwelle, ab der eine Prüfung der möglichen Auswirkungen vorzunehmen ist, deutlich unterhalb des für die Geltung der Vermutungsregel maßgebenden Werts liegen. Einzelhandelsbetriebe sind großflächig im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten.“²

Fazit:

Das vorliegende, projektierte Vorhaben entspricht durch die Verkaufsfläche von 799 m² respektive durch die Geschossfläche von unter 1.200 m² nicht dem Typus eines großflächigen Einzelhandelsbetriebes nach § 11 Abs. 3 BauNVO. Die Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich sollen dennoch überprüft werden.

2. Stufe: Vom Betrieb ausgehende Wirkungen

„Da der Typus des der wohnungsnahen Versorgung dienenden Einzelhandelsbetriebs häufig nicht mehr allein anhand der Großflächigkeit bestimmt werden kann, kommt dem Gesichtspunkt der Auswirkungen in § 11 Abs. 3 BauNVO erhöhte Bedeutung zu“.³

Die Regelvermutung des §11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO ist im Einzelfall bei städtebaulichen oder betrieblichen Besonderheiten widerlegbar (§11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO). Anhaltspunkte für eine Widerlegbarkeit der Regelvermutung können sich nach §11 Abs. 3 Satz 4, 2. Halbsatz BauNVO aus der Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, der Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und dem Warenange-

bot des Betriebs ergeben. „Großflächige Einzelhandelsvorhaben sind [...] in bestehende Siedlungsgebiete [...] zu integrieren.“⁴

Im Folgenden wird zu prüfen sein, ob es sich bei dem Vorhaben um einen Betrieb handelt, der sich nicht wesentlich negativ auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung auswirken kann.

Beurteilungsgrundlage der Verträglichkeitsuntersuchung

Die Rahmenfaktoren für die folgende gutachterliche Stellungnahme sind:

1. Die Unterschreitung der Regelvermutungsgrenze der dargelegten Vorhabensvariante.
2. Das gegenwärtige Standortgefüge in Hanau und die Bedeutung der Ortszentren in diesem Gefüge.

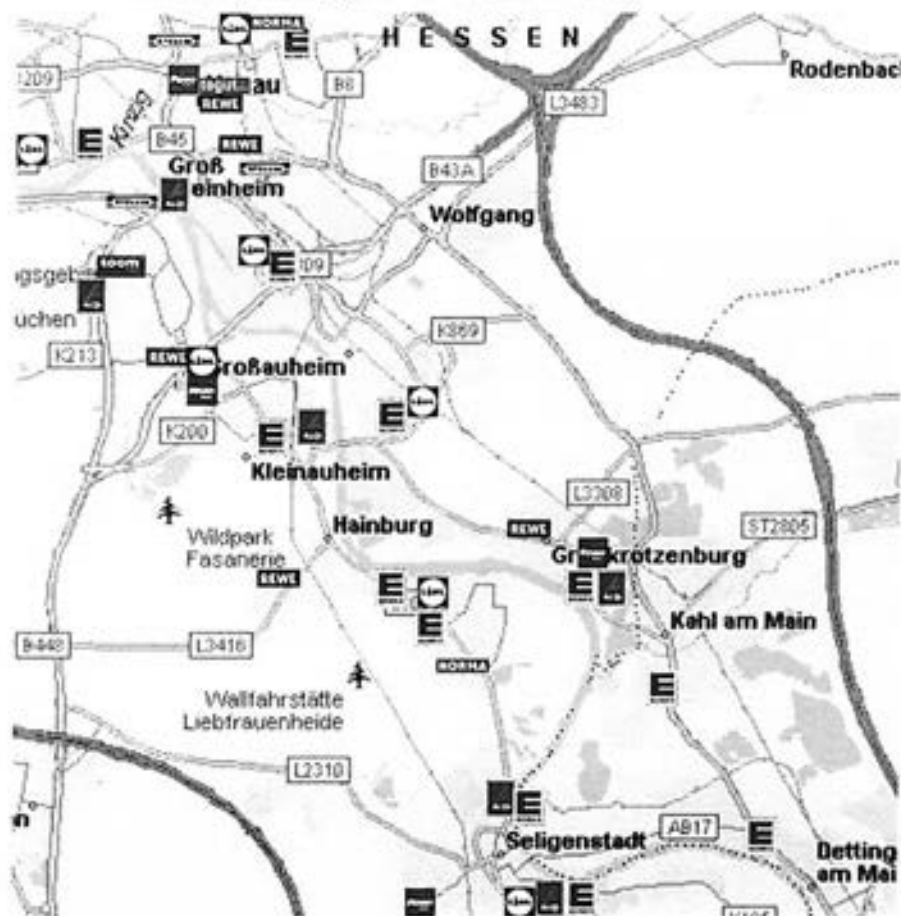
² Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 BVerwG 4 C 10.04

³ Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 BVerwG 4 C 10.04

⁴ Einzelhandelserlass Hessen 2003

3.2 Konkurrenzsituation und Einzugsgebiet

Abb. 1: Versorgungssituation Lebensmittel in Großauheim und Umgebung (nur Universalanbieter)



Quelle: Eigene Erhebungen 2008;
Bearbeitung: CIMA GmbH

Ein Blick auf die regionale Standortkarte des filialisierten Lebensmittel-Einzelhandels weist bezüglich der Versorgungssituation im täglichen Bedarf auf eine ausgewogene Struktur hin. Oftmals sind Standortgemeinschaften von Vollsortimentern sowie Discountern anzutreffen. Gerade in Kleinauheim (Rewe / Lidl), Hainburg (Edeka / Lidl), Seligenstadt (Edeka / Aldi) und Großkrotzenburg (Edeka / Aldi) sind solche Agglomerationen zu finden. Mit Agglomerationen dieser Art muss der Standort in Großauheim in verstärktem Maße konkurrieren. Da eine Vielzahl von Konkurrenzstandorten in naher Umgebung zu finden ist, ist auch das Einzugsgebiet am Vorhabenstandort sehr begrenzt.

Einzugsgebiet/Versorgungsgebiet:

Das Einzugsgebiet Großauheims im Lebensmittelsektor erstreckt sich zunächst lediglich auf die Ortsteile Großauheim und Wolfgang. Darüber hinaus sind aufgrund der Erreichbarkeit des Standortes an der Depotstraße ebenfalls verstärkt Pendler aus dem Südosten Hanaus als Zielgruppe relevant (v.a. Pendler aus Hainburg sowie Großkrotzenburg). Ein geschätzter Umsatz sämtlicher bestehender Lebensmittelbetriebe in Höhe von rund 15,4 Mio. €, bei einem maximal verfügbaren Marktpotenzial Großauheims in Höhe von rund 30,7 Mio. €, zeugt selbst im Nahbereich noch von keiner eindeutig marktdominierenden Stellung im Bereich Lebensmittel. Aufgrund der überlagernden Angebotsformen in Hanau ist das Marktgebiet von Großauheim im Lebensmittelsektor in erster Linie auf den Südosten ausgerichtet.

3.3 Versorgung der Bevölkerung innerhalb des Marktgebietes

Vorbemerkung

Im Rahmen von Verträglichkeitsuntersuchungen ist es aus Sicht des Gutachters zwingend erforderlich, die vorhandenen Versorgungsbetriebe bezüglich ihrer Leistungsfähigkeit zu untersuchen. Eine Auswirkungsanalyse auf städtebauliche Strukturen und bestehende innerörtliche Versorgungsbereiche muss u. E. immer auch quantitative (Ist-Bindungsquoten der vorhandenen Betriebe, Umverteilungseffekte unter Berücksichtigung offener Umsatzpotenziale nach Branchen) und qualitative (Betriebstypenausstattung, Wettbewerbsfähigkeit der vorhandenen Betriebe, Sortimentsvielfalt der Angebotsstrukturen, ...) Aspekte abwägen, um zu einer Ansiedlungsempfehlung zu gelangen.

Versorgungssituation Großauheim (Lebensmitteleinzelhandel)

Die publikumsintensiven Einzelhandelsnutzungen weisen in Großauheim eine disperse, fragmentierte Orientierung auf. Während die großflächigen Einzelhandelsbetriebe am Rand der Wohnbebauung (Edeka, Lidl) zu finden sind, sind die verbleibenden Betriebe in der Innenstadt lediglich kleinteilig und -flächig.

In der Innenstadt von Großauheim ist neben 7 Lebensmittelhandwerksbetrieben noch ein SB-Geschäft (Aydin-Market) ansässig. Ergänzt wird das Großauheimer Nahversorgungsangebot in der Innenstadt durch fünf Lebensmittelspezialanbieter (z.B.: Feinkost, Spezialitätenläden etc.).

Abb. 2: Standortstruktur im Luftbild (Universalanbieter)



Quelle: Google Earth Pro, 2008
Bearbeitung: CIMA GmbH, 2008

Tab. 4: Lebensmittelversorgung in Großauheim (inkl. Wolfgang)

Betriebstypen	Verkaufsfläche in m²
(Bio-) Supermärkte (bis 1.500 m²)	850
Discounter	960
Getränkemärkte	115
SB-Läden (bis 400 m²), Spezialanbieter	825
Lebensmittel-Handwerk	235
Tankstellenshops	80
Summe	3.065

Quelle: Eigene Erhebungen 2007;

Bearbeitung: CIMA GmbH

Die beiden Märkte an der Brown-Boveri-Straße (Edeka / Lidl) präsentieren sich im Wesentlichen in einem zeitgemäßen Zustand. Das Fortbestehen der innerstädtischen Nahversorgung ist auch ohne eine verschärfte Wettbewerbssituation durch die geplante Realisierung des Lebensmittelmarktes aufgrund zu geringer Flächen und Erweiterungsmöglichkeiten langfristig fraglich, wobei Spezialanbieter aufgrund ihrer Kundennähe und Positionierung durchaus arbeitsteilig mit dem Vorhabenstandort koexistieren können.

**Derzeitige Versorgungssituation Lebensmittel**

Die Bevölkerung in Großauheim erwartet das an anderen Standorten anzutreffende Niveau hinsichtlich Warenpräsentation und Verkaufsflächen auch bei den Anbietern in Großauheim anzutreffen. Wird dieses Niveau vorgefunden, so nutzen die Verbraucher die Einkaufsmöglichkeiten in Großauheim statt in Konkurrenzorten.

Insgesamt ist das Stadtteilgebiet mit Lebensmittelanbietern quantitativ unterversorgt. Die Lebensmittelverkaufsfläche pro 1.000 Einwohner liegt bei 215 m² und somit weit unter dem Bundesdurchschnitt von 423 m². Das Nachfragevolumen in Großauheim lässt sich gegenwärtig wie folgt quantifizieren:

Tab. 5: Nachfragevolumen Lebensmittel in Großauheim

Gebietsabgrenzung	Bevölkerung	Marktpotenzial in Mio. €
Großauheim	14.145	30,3
Marktgebiet Lebensmittel	10.553	22,6

Quelle: Eigene Berechnungen, 2008

Bearbeitung: CIMA GmbH, 2008

Bei Annahme realistischer Flächenproduktivitäten des Handelsbestandes und einem plausiblen, enger gefassten Marktgebiet für Lebensmittel ergibt sich aus dem vorhandenen Verkaufsflächenbesatz folgende branchenspezifische Bindungsquote:

Tab. 6: Bindungsquoten des Lebensmittel-Ist-Besatzes in Großauheim

Gebietsabgrenzung	MaPo in Mio. €	Ist-Umsatz (geschätzt) in Mio. €	Bindungs- quote in %	Offenes Um- satzpotenzial in Mio. €
Marktgebiet Lebensmittel	22,6	15,5	68,6	7,1
Marktgebiet Lebensmittel nach Realisierung Depotstraße	22,6	19,9	88,0	2,7

Quelle: Eigene Berechnungen, 2008

Bearbeitung: CIMA GmbH, 2008

Bei einer derzeitigen Einwohnerzahl im Marktgebiet Lebensmittel von 10.553 und für das Jahr 2006 realistischen Pro-Kopf-Ausgaben im Lebensmittelbereich von 2.143 Euro sind in Großauheim abzüglich der derzeit getätigten Ist-Umsätze noch offene Umsatzpotenziale in Höhe von 7,1 Mio. € zu decken. Nach der Realisierung des Lebensmittelmarktes an der Depotstraße sind demnach noch ca. 3 Mio. € offene Umsatzpotenziale für weitere Ergänzungen im Lebensmittelsektor in Großauheim verfügbar.

3.4 Prüfung Beeinträchtungsverbot

Das Beeinträchtungsverbot dient dem Schutz der innerörtlichen Geschäftslagen. Laut § 11 Abs. 3 BauNVO sind negative städtebauliche Auswirkungen zu prüfen. Der Einzelhandelserlass Hessen schreibt hierzu konkreter:

„In der Regel ist davon auszugehen, dass im Hinblick auf die städtebaulichen und funktionalen Auswirkungen der Realisierung eines großflächigen Einzelhandelsprojektes eine wesentliche, also nicht nur unerhebliche Beeinträchtigung dann vorliegt, wenn bei der Gesamtheit der von einem Vorhaben **betroffenen innenstadtrelevanten Sortimente** Umsatzverlagerungen aus innerörtlichen Geschäftslagen von ca. 10 % zu erwarten sind. Diese Schwelle kann im Einzelfall – z.B. bei Leitsortimenten mit besonderer innerörtlicher Relevanz – auch darunter liegen.“

Das geplante Vorhaben muss hinsichtlich seiner Dimension also so beschaffen sein, dass im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente keine Umsatzzumlenkungen aus innerörtlichen Geschäftslagen von ihm ausgehen, die die Grenze von 10% erreichen.

Der Einzelhandelserlass bezieht sich dabei auf das Ergebnis einer Langzeituntersuchung, die von der Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung aus Ludwigsburg erstellt wurde. Die Ergebnisse dieser Studie werden bei Gerichtsentscheiden immer wieder als Bemessungsgrundlage herangezogen.

In der folgenden Tabelle findet sich eine Zusammenfassung.

Tab. 8: Grenzwerte der Umsatzverteilung bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben*

Auswirkungen	Grenzwerte der Umsatzverteilung nach Sortimenten	
	innenstadt-relevant	nicht innenstadt-relevant
erhebliche Folgen auf den Wettbewerb wahrscheinlich	< 10 %	< 10 %
erhebliche städtebauliche Folgen wahrscheinlich	10 - 20 %	> 20 %
erhebliche raumordnerische Folgen wahrscheinlich	> 20 %	20 - 30 %
Unverträglichkeit	> 20 %	> 30 %
* durch Einzelfallprüfung zu verifizieren		

Quelle: Gesellschaft für Markt und Absatzforschung Ludwigsburg, 1998
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2007

So wünschenswert und praktikabel allgemein gültige Messgrößen und Kennziffern in der Handelsforschung auch sein mögen, so wenig werden sie verständlicherweise der häufig komplexen ökonomischen und städtebaulichen Situation vor Ort gerecht. Nicht zuletzt die Autoren der Langzeitstudie selbst raten daher zu einer Verifizierung der angegebenen Durchschnittswerte durch Einzelfallprüfung.⁵ Viele Experten halten die alleinige Orientierung an einem Grenzwert sogar grundsätzlich für problematisch und plädieren für eine ganzheitliche Sichtweise, bei der in Gutachten außer dem prognostizierten Kaufkraftabfluss auch andere Kriterien für die

⁵ Vgl. Gesellschaft für Markt und Absatzforschung (1997) a.a.O., S. 36.

Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen eines Vorhabens herangezogen werden.⁶

Aus der gutachterlichen Praxis lässt sich bestätigen, dass die Bewertung nach einem allgemein gültigen Kriterium der Situation vor Ort kaum gerecht werden kann. Ob und in welchem Maße Auswirkungen aus einem großflächigen Einzelhandelsvorhaben auf integrierte Versorgungszentren resultieren, hängt i.d.R. von einer ganzen Reihe von Faktoren ab, wie zum Beispiel:

- Sortimentsniveau und -zusammenstellung eines Vorhabens
- allgemeine und sortimentspezifische Kaufkraftentwicklung im Marktgebiet
- (negative) Standortbedingungen und Wettbewerbsfähigkeit (z. B. Größe der Verkaufsfläche) integrierter Betriebe
- Wettbewerbssituation im Umfeld
- Agglomerationswirkungen (Magnetfunktion von Schlüssel- oder Ankerbetrieben)
- Betriebliche bzw. branchenspezifische Renditesituation
- Reaktion des Unternehmers auf die veränderte Wettbewerbssituation

Auch vor dem Hintergrund der aktuellen Rechtsprechung ist es u. E. erforderlich, die städtebaulichen Auswirkungen eines Vorhabens im Sinne einer worst case-Betrachtung zu bewerten. Dies beinhaltet die Zugrundelegung von maximalen Rahmendaten eines Vorhabens für die gutachterliche Berechnung und Bewertung einerseits, aber auch die Verwendung von sog.

Grenzwertkorridoren. In Anlehnung an ein Urteil des OVG Münster gehen wir davon aus, dass Umsatzverlagerungen zwischen 7 % und 12 % abwägungsrelevant sind und in einer Gesamtbetrachtung unter Berücksichtigung sämtlicher (städtebaulicher) Kriterien abgewogen werden müssen.⁷

Umsatzherkunft

Eine Erweiterung der Angebotsflächen im Einzelhandel zieht Veränderungen der Kaufkraftströme im Einzugsgebiet nach sich. Für die Beurteilung der Verträglichkeit des Vorhabens für die Großauheimer Innenstadt ist es daher erforderlich, zu ermitteln, welche Veränderungen der Kaufkraftströme sich voraussichtlich ergeben. Aufgrund fehlender Konkretisierung können jedoch auch diese Werte lediglich einen Anhaltspunkt für die tatsächlichen Veränderungen liefern, die letztlich abhängig vom tatsächlich realisierten Branchenmix sein werden.

⁶ Vgl. Schmitz, H.: Die Bedeutung von Einzelhandelsgutachten in der verwaltungsgerichtlichen Auseinandersetzung. In: G. Heinritz / F. Schröder: Der gekaufte Verstand. Was taugen Gutachter- und Beraterleistungen im Einzelhandel? Geogr. Handelsforschung Bd. 5, München 2001, S. 79 – 90.

⁷ Vgl. OVG NRW Az. 7a D 60/99.DE vom 7.12.2000, S. 53ff.

3.5 Auswirkungen auf die Versorgung des Stadtteilzentrums von Großauheim

Abb. 3: Zentraler Versorgungsbereich Großauheim



Quelle: CIMA GmbH, 2008

Die direkten Konkurrenten des Vorhabens im Stadtzentrum sind in erster Linie kleinere Betriebe mit einem umfassenderen Lebensmittelsortiment (z. B.: Aydin Market), die aufgrund der spezialisierten Sortimentsausrichtung jedoch nur zu einem gewissen Grad betroffen sein werden. Zusätzlich sind im verstärkten Maße Umsatzverlagerungen von bestehenden Lebensmittelmärkten außerhalb von Großauheim zu erwarten. Grund hierfür ist die reduzierte Anzahl von Versorgungsfahrten in ähnliche Märkte.

Die Metzgereien und Bäckereien als spezialisierte Anbieter hochwertiger Fleisch-, Wurst und Backwaren werden sich im neuen Wettbewerbsumfeld auch weiterhin behaupten können. Über verbesserten Service (z.B. Zielgruppenspezifische Angebote, Lieferung der Ware) können weitere Wettbewerbsvorteile generiert werden. Dies trifft in verstärktem Maße bei der Realisierung eines Lebensmitteldiscounters zu.

Quantitative Wirkungsanalyse:

Für die Wirkungsanalyse von neuen Ansiedlungsvorhaben ist in einem worst-case-Szenario mit den wahrscheinlichen Umsätzen zu rechnen. U. E. trifft der bundesweit durchschnittliche Umsatz am Standort Großauheim zu (Lebensmitteldiscounter ca. 5.500 €/m²). Eine best case-Berechnung mit den durchschnittlichen Flächenleistungen aller Supermärkte in Deutschland wird ebenfalls erstellt (Supermarkt ca. 4.300 €/m²). Zur Simulation der derzeit realisierten Ist-Umsätze der Bestandsbetriebe werden vom Gutachter durchschnittliche Flächenleistungen angenommen, die mit der vorhandenen Wettbewerbssituation und einem recht begrenzten Marktgebiet abgeglichen sind. In der folgenden Tabelle sind die Lebensmittelumsätze in der Innenstadt von Großauheim dargestellt. Die Betriebe dort erzielen nach unserer Hochrechnung derzeit einen Gesamtumsatz von rund 3,8 Mio. €.

Tab. 7: Lebensmittelumsatz nach Lagen

Lage	Umsatz in Mio. €
Innenstadt	3,8

Quelle: CIMA GmbH, 2008

Tab. 8: Herkunft des Umsatzes (worst case)

Umsatz Planvorhaben in Mio. € (maximal)	Reduzierung Abflüsse bzw. offenes Potential in Mio. €	Umsatz zu Lasten bestehender Anbieter		
		gesamt	Großauheim Zentrum	Andere Lagen
		0,36	0,18	0,18
		In %	In %	In %
4,39	4,03	2,3	4,6	1,2

Quelle: CIMA GmbH, 2008

Tab. 9: Herkunft des Umsatzes (best case)

Umsatz Planvorhaben in Mio. € (minimal)	Reduzierung Abflüsse bzw. offenes Potential in Mio. €	Umsatz zu Lasten bestehender Anbieter		
		gesamt	Großauheim Zentrum	Andere Lagen
		0,34	0,17	0,17
		In %	In %	In %
3,44	3,10	2,2	4,4	1,1

Quelle: CIMA GmbH, 2008

Auswirkungen worst case

Ein bedeutender Anteil des neu generierten Umsatzes von einem Lebensmitteldiscounter wird nach unseren Berechnungen aus einem zusätzlichen Zufluss bislang nicht gebundener Kaufkraft, also aus den Konkurrenzstandorten resultieren. Spezifische Kaufkraftabflüsse in SB-Warenhäuser und größere Verbrauchermärkte würden in Teilen weiterhin bestehen bleiben bzw. leicht zunehmen, falls die geplanten Flächen am Freiheitsplatz, Schlachthof und Kinzigbogen realisiert werden.

Nach einer wissenschaftlich anerkannten Modellrechnung (ökonomisches oder auch Gravitationsmodell nach Huff) lassen sich aus den getroffenen Annahmen die möglichen Umsatzverlagerungen aus der Projektrealisierung berechnen (zur Methodik s. Anhang 5.5). Insgesamt würden demzufolge nach den worst-case-Annahmen maximal rund 0,36 Mio. €

(2,3 %) aus dem Umsatz bestehender Einzelhändler Großauheims umverteilt. Davon sind sowohl zentrale Versorgungsbereich (0,18 Mio. € entspricht 4,6 %) als auch die übrigen Lagen in Grossauheim (0,18 Mio. € entspricht 1,2 %) betroffen. In den anderen Lagen trifft dies in erster Linie die bestehenden Märkte der Firmen Edeka und Lidl in der Brown-Boveri-Straße. Die Betriebe des Lebensmittelhandwerks werden dagegen keine größeren Auswirkungen erfahren.

Auswirkungen best case

Die genannten Abschöpfungsquoten würden sich bei einer reduzierten Flächenleistung des Supermarktes nur leicht abschwächen, da die direkte Konkurrenz dieses Betriebstypus mit den bestehenden Betrieben höher einzuschätzen ist als bei einem Lebensmitteldiscounter. Unter den Prämissen einer best-case-Betrachtung würde sich demnach die Abschöpfung insgesamt auf 0,34 Mio. € (entspr. 2,2 %) summieren. Der zentrale Versorgungsbereich von Grossauheim ist dabei mit einer Abschöpfung von 0,17 Mio. € (entspricht 4,4 %) betroffen während die übrigen Lagen (insbesondere das Nahversorgungszentrum Brown-Boveri-Straße) ebenfalls eine Abschöpfung von 0,17 Mio. € (entspricht 1,1 %) zu verzeichnen hätten.

Die meisten Experten, darunter auch die CIMA, halten jedoch die alleinige Orientierung an einen Grenzwert grundsätzlich für problematisch und plädieren für eine ganzheitliche Sichtweise, bei der in Gutachten außer dem prognostizierten Kaufkraftabfluss auch andere Kriterien für die Bewertung der städtebaulichen Auswirkungen eines Vorhabens herangezogen werden.⁸ Zu den für Großauheim relevanten Faktoren einer umfassenden Bewertung zählen:

⁸ Vgl. Schmitz, H.: Die Bedeutung von Einzelhandelsgutachten in der verwaltungsgerichtlichen Auseinandersetzung. In: G. Heinritz / F. Schröder: Der gekaufte Verstand. Was taugen Gutachter- und Beraterleistungen im Einzelhandel? Geogr. Handelsforschung Bd. 5, München 2001, S. 79 – 90.

- Die Abschöpfungsquoten für die innerstädtischen Lebensmittel-Anbieter liegen mit 4,4 % bis 4,6 % deutlich unterhalb des engeren Schwellenwertes von 7 % und signifikant unterhalb 10 %.
- Das Nahversorgungszentrum Brown-Boveri-Straße wird ebenfalls nur geringe Umsatzverlagerungen (max. 1,2 %) aufweisen.
- Gewisse bindungsfähige Umsatzpotentiale in Höhe von bis zu 4,0 Mio. € sind im Einzugsgebiet nachweisbar und können im Vorhaben gebunden werden.
- Für Großauheim würden nach Abschöpfung der Kaufkraft noch weitere Potentiale für ergänzende Versorgungseinrichtungen verbleiben (z. B. Lebensmittel-Vollsortiment; Drogeriemarkt), unberücksichtigt einer Erweiterung des Edeka-Marktes in der Brown-Boveri-Straße.

Fazit:

In einer Gesamtschau aller quantitativen und qualitativen Prüfkriterien lassen sich für den Zentralen Versorgungsbereich sowie für das Nahversorgungszentrum Brown-Boveri-Straße keine negativen Auswirkungen aus dem Vorhaben ableiten. Das Vorhaben ist in der geplanten Größe von 799 m² Verkaufsfläche daher als **städtebaulich verträglich** zu bewerten.

3.6 Auswirkungen auf die Verkehrssituation

Die CIMA kann aus handelsökonomischer Sicht eine Einschätzung der veränderten Verkehrssituation durch das Vorhaben abgeben. Im Zweifelsfall muss die zusätzliche Verkehrsbelastung jedoch durch ein Fachbüro geprüft und bewertet werden.

U. E. sind negative Auswirkungen durch den Verkehr im Fall der Ansiedlung des Lebensmittelmarktes in der Depotstraße nicht anzunehmen, wenn der Kreuzungsbereich Depotstraße / Hergerswiesenweg verkehrstechnisch optimiert werden könnte. Zwar werden neue Verkehrsströme induziert, die Verkehrsanbindung des Marktes über die Depotstraße ist jedoch u. E. leistungsfähig genug, die zusätzlichen Verkehrsströme aufzunehmen. Bei einem maximalen Umsatz von 4,39 Mio. € wird eine Frequenz von maximal 610 Pkw/Tag erreicht. Umgerechnet ergeben sich daraus aus der Summierung der An- und Abfahrten 1.220 zusätzliche Fahrzeugbewegungen. Da der Markt sehr günstig für Pendler liegt, wird ein Teil von ihnen den Markt für Einkäufe auf dem Weg von und zur Arbeit nutzen. Deshalb ist davon auszugehen, dass keine wesentlichen Verkehrsströme neu geschaffen werden. Eine Beeinträchtigung der Wohnbevölkerung durch den Kunden- und Lieferverkehr ist zum einen durch die spezielle Standortlage ebenfalls nicht gegeben.

Tab. 10: Verkehrsfrequenz

Verkehrsaufkommen Lebensmittelmarkt	Umsatz in Mio. €	Kunden/Jahr	Kunden/Tag	Pkw/Tag	Spitzenbelastung
Lebensmittelmarkt	4,39	286.928	956	510	610
Neu entstehende Frequenz		286.928	956	510	610

Quelle: Eigene Berechnungen, CIMA GmbH, 2008

4 Abschließende Bewertung und Empfehlungen

Unter Abwägung von Nutzen- und Schadenspotenzialen, die durch eine Errichtung eines Lebensmittelmarktes in Großauheim an der Depotstraße entstehen, kommen wir zu dem Ergebnis, dass trotz wahrscheinlicher Umsatzverluste für bestehende Betriebe sich die Veränderungen im Marktgeschehen im Rahmen eines gewünschten wirtschaftlichen Wettbewerbs bewegen und nicht zu unerwünschten negativen Auswirkungen führen würden. Mögliche Marktaustritte von gering wettbewerbsfähigen Kleinflächenkonzepten wären nicht in einen direkten kausalen Zusammenhang mit dem Vorhaben zu bringen, da diese Marktaustritte allenfalls beschleunigt, nicht aber verursacht würden. Der Schutz nicht mehr marktgerechter Handelsformen ist darüber hinaus kein Ziel des Planungsrechtes.

Folgen für die räumliche Versorgungssituation in Großauheim:

Mit der Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes auf maximal 799 m² Verkaufsfläche besteht nicht die unmittelbare Gefahr des Wegfalls der verbliebenen Lebensmittelbetriebe im zentralen Versorgungsbereich von Großauheim. Dagegen kann eine verschärfte Wettbewerbssituation, die durch eine leichte Umsatzumverteilung im Bestand gekennzeichnet ist, nicht gänzlich ausgeschlossen werden.

Das geplante Vorhaben ist als städtebaulich verträglich einzustufen. Die Größenordnung von **799 m² weist keine städtebaulichen Auswirkungen auf, die die bestehende Versorgung beeinträchtigen würden.**

Begründung:

Die Versorgung mit Lebensmitteln im Stadtteil Großauheim ist quantitativ grundsätzlich als unzureichend zu bezeichnen. Neben Spezialanbietern und Betrieben des Lebensmittelhandwerks gibt es derzeit nur zwei standardisierte Universalanbieter (Edeka, Lidl).

Die städtebaulichen Auswirkungen auf bestehende Versorgungsbetriebe sind aufgrund der Abschöpfungswerte von maximal 4,6 % im Stadtteilzentrum als städtebaulich verträglich einzustufen. Die Auswirkungen auf das Nahversorgungszentrum Brown-Boveri-Straße sind ebenfalls verträglich.

Die angestrebten Umsätze des Planvorhabens werden vorrangig durch die Bindung der noch offenen Kaufkraftpotenziale im Lebensmittelsektor generiert, die verstärkt aus dem Stadtteil zufließen bzw. nicht mehr in andere Zentren abfließen.

5 Grundlagen und Methodik

5.1 Marktpotenzial

Grundlage für die Potentialberechnung im Einzelhandel sind die von der BBE/CIMA-Gruppe jährlich aktualisierten Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung. Die zuletzt für das Jahr **2006 erhobenen Verbrauchsausgaben** für die westlichen Bundesländer basieren auf umfangreichem, sekundärstatistischem Material (z. B. Stat. Bundesamt, Wiesbaden) und Eigenerhebungen im Rahmen von Standortanalysen und Betriebsberatungen.

Keine Berücksichtigung finden dabei die Verbrauchsausgaben für Kraftfahrzeuge und Zubehör, Landmaschinen, Brennstoffe und Mineralöl-erzeugnisse. In Abzug gebracht ist der Anteil des Versandhandels an den Verbrauchsausgaben, so dass nur der Pro-Kopf-Verbrauch, der im stationären Einzelhandel realisiert wird, in die Berechnungen eingeht.

Für die Umsatzpotenzialberechnung legen wir folgende Verbrauchsausgaben zugrunde:

Tab. 11: Verbrauchsausgaben in Deutschland 2006

Bedarfsbereiche	Pro-Kopf-Ausgaben (2006) €/Ew. p. a.
überwiegend kurzfristiger Bedarf	2.906
davon Lebensmittel	2.143
überwiegend mittelfristiger Bedarf	935
überwiegend langfristiger Bedarf	1.535
insgesamt	5.376

Quelle: BBE/CIMA München, 2007
Bearbeitung: CIMA GmbH, 2007

Die Umsatzpotenziale in den einzelnen Warengruppen ergeben sich aus dem Produkt der Einwohner im Einzugsgebiet und den Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben. Unter der Berücksichtigung branchenspezifischer Verkaufsflächenproduktivitäten lassen sich schließlich aus den Umsatzpotenzialen die entsprechenden Verkaufsflächen ableiten.

5.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation

Im Rahmen der Untersuchung wurde in Großauheim im Dezember 2007 eine Bestandsaufnahme aller relevanten Lebensmittel-Betriebe (Lebensmittel-Handwerk, Supermärkte, Getränkemärkte) durchgeführt. Entscheidendes Kriterium für die Erfassung eines Betriebes war dabei die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen Geschäftstätigkeit ausgegangen werden konnte.

Die Klassifizierung aller erfassten Betriebe erfolgte nach folgenden Merkmalen:

- ↳ Lage des Betriebes (Zentrum, integrierte Lage sowie Peripherie),
- ↳ Branche,
- ↳ Betriebstyp,
- ↳ Verkaufsfläche,
- ↳ Sortimentsniveau,
- ↳ allgemeiner Zustand des Betriebes, differenziert nach Innen- und Außengestaltung

Die Zuordnung eines Betriebes zu einer Branche orientiert sich grundsätzlich am Schwerpunkt des angebotenen Sortiments. Handelt es sich um Betriebe mit mehreren Sortimentsbereichen (z. B. Warenhäuser, SB-Warenhäuser), so wird für die Bestimmung der gesamten Verkaufsfläche je Branche im betreffenden Untersuchungsort eine Aufspaltung in alle wesentlichen Warengruppen vorgenommen.

Als Verkaufsfläche wird die Fläche für die Warenpräsentation und Kundenlauffläche incl. aller Bedienungsabteilungen, jedoch ohne Nebenflächen wie Lagerräume, Vor- und Zubereitungsräume, Verwaltungsräume, Werk-

stätten erfasst. Zur Verkaufsfläche gehören auch die Kassenzone, die Vorkassenzone und der Eingangsbereich mit der entsprechenden Kundenlauffläche, ggf. incl. der dort etablierten Konzessionäre.

Die Klassifizierung der Betriebstypen orientiert sich an folgenden Kriterien:

- ↳ Bedienungsform
- ↳ Preisniveau
- ↳ Sortimentstiefe und -breite
- ↳ Verkaufsfläche

Die Betriebstypen sind wie folgt zu definieren:

Ambulanter Handel	Verkaufsfahrzeuge oder -stände mit wechselnden Standorten (nicht ortsgebunden), Beispiele: Tiefkühl-Heimdienst, Getränke-Heimdienst, Verkaufsmobile für Lebensmittel und Backwaren, Verkaufsstände für Obst und Gemüse usw.	Fabrikverkauf, Direktverkauf	Verkauf durch Hersteller direkt an Endverbraucher, unter Umgehung der Groß- und Einzelhandelsstufe als Wiederverkäufer, Verkauf in den eigenen Räumen des Herstellers.
C & C (Cash and Carry)	Großhandelsbetrieb für gewerbliche Kunden zur Selbstabholung, in der Regel große Lebensmittelabteilung und zusätzliche Non-food-Abteilungen.	Fachgeschäft	Sehr unterschiedliche Verkaufsflächengrößen, branchenspezialisiert, tiefes Sortiment, in der Regel umfangreiche Beratung und Kundenservice.
Drive-in-Store	Verkaufsladen, bei dem bestellt und eingekauft werden kann, ohne das Auto zu verlassen.	Fachmarkt	Großflächiges Fachgeschäft mit breitem und tiefem Sortimentsangebot, in der Regel umfangreiche Selbstbedienung und Vorwahl, häufig knappe Personalbesetzung.
E-Commerce	Als Electronic commerce bezeichnet man den Informations-, Geld- und Warenfluss, der über elektronische Medien abgewickelt wird (z.B. über das allgemein zugängliche Internet und auch über speziell für bestimmte Benutzergruppen eingerichtete sog. Intranets).	Fachmarktzentrum	Großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte verschiedener Branchen, meist kombiniert mit einem Verbrauchermarkt und/oder einem Lebensmittel-Discounter, meist zusammen über 8.000 m² Verkaufsfläche; periphere Lage, großes Angebot an Kundenparkplätzen.
Einkaufspassage/ Galerie	Bauliche Einheit mit diversen Einzelhandelsgeschäften und Dienstleistungsbetrieben, jedoch sind nicht alle Branchen vertreten, begrenzte Gesamtverkaufsfläche, i.d.R. Citylage.	Factory-Outlet-Center	Fabrikverkauf eines oder mehrerer Hersteller in speziellen, großflächigen Verkaufsräumen; oft in Kombination mit Nonfood-Discountern, (Off-Price-Stores) des Einzel- oder Großhandels; aggressive Preispolitik; periphere Lage mit guter Verkehrsanbindung und großem Kundenparkplatz. Die Raumleistungen liegen wahrscheinlich trotz der großen Flächen aufgrund der Preisaggressivität mindestens auf dem Niveau entsprechender Fachgeschäfte.
Einkaufszentrum	siehe Shopping-Center		

Kaufhaus	In der Regel Verkaufsflächen über 1 000 m ² , breites, tiefes Sortiment, im Gegensatz zum Warenhaus meist mit bestimmtem Branchenschwerpunkt.				zentraler Planung. Oft werden bestehende Einkaufszentren auch weiterentwickelt und vergrößert, mit der Folge, dass sich eine gravierende Veränderung der Wettbewerbssituation ergeben kann, mitunter auf Kosten der Innenstädte.
Lebensmittel-Discountmarkt	Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 300 und 800 m ² Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit weit geringerer Artikelzahl, früher grundsätzlich ohne, moderne Betriebe z.T. mit Bedienungsabteilungen.			Shop-Zone	Verkaufsfläche außerhalb der Kassenzone (Checkout-Line) von Großbetriebsformen des Handels; meist vermietet an andere Einzelhandelsunternehmen verschiedener Branchen, Dienstleistungsunternehmen und Unternehmen des Nahrungsmittelhandwerks.
Lebensmittel-SB-Geschäft	Verkaufsfläche unter 400 m ² , allgemeines Lebensmittelsortiment, mitunter jedoch ohne Frischfleisch. Umsatzanteil branchenüblicher Non-food-Artikel ca. 8 - 12 %.			Supermarkt	Ca. 400 bis 1 500 m ² Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inklusive Frischfleisch, in der Regel ab 800 m ² Verkaufsfläche bereits zunehmender Non-food-Anteil.
Nonfood-Discountmarkt	Überwiegend gemischtes Sortiment mit Nichtlebensmitteln, Spezialisierung auf ausgewählte, umsatz- und umschlagstarke Artikel, zwischen 400 und 1.000 m ² Verkaufsfläche, aggressive Preispolitik, z.T. mit Begriffen, wie z.B. "Schnäppchenmarkt", "Schleuder-Max" und "Off-Price-Store" bezeichnet.			Verbrauchermarkt	Verkaufsfläche ca. 1 500 bis 5 000 m ² , Lebensmittelvollsortiment und mit zunehmender Fläche ansteigender Anteil an Non-food-Abteilungen (Gebrauchsgüter).
SB-Warenhaus	Verkaufsfläche über 5 000 m ² , neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung umfangreiche Non-food-Abteilungen, Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Kundenparkplätzen.			Versandhandel	Verkauf auf Bestellung, heute i.d.R. noch Auswahl der Waren per Katalog/Prospekt, teilweise bereits per CD-ROM, zukünftig zunehmende Bedeutung von Online-Diensten und regionalen Netzen.
Shopping-Center	Großflächige Konzentration vieler Einzelhandelsfachgeschäfte diverser Branchen, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe meist unter einem Dach, oft ergänzt durch Fachmärkte, Kaufhäuser, Warenhäuser und Verbrauchermärkte; großes Angebot an Kundenparkplätzen; i.d.R. zentrale Verwaltung und Gemeinschaftswerbung. Errichtung häufig aufgrund			Warenhaus	In der Regel Verkaufsflächengröße über 3 000 m ² , Lebensmittelabteilung, breites und tiefes Sortiment bei den Non-food-Abteilungen, in der Regel zentrale Standorte.

5.3 Fachbegriffe im Zusammenhang mit Marktuntersuchungen/Einzelhandelserhebungen

Abschöpfungsquote

☐ **Bedeutung:**

Die Abschöpfungsquote (auch Bindungsquote oder Umsatzbindungsfaktor) bezeichnet denjenigen Umsatzanteil am gesamten bindungsfähigen Umsatzpotenzial, der zu einem Zeitpunkt x tatsächlich erzielt wird.

☐ **Berechnung:**

Die Berechnung kann branchenbezogen oder branchenübergreifend erfolgen. Berechnungsbasis ist der tatsächlich erzielte Umsatz einer Branche/eines Ortes dividiert durch das (bindungsfähige) Umsatzpotenzial dieser Branche/des Ortes.

Einzugsgebiet

☐ **Bedeutung:**

Die Größe des Einzugsgebiets eines Ortes bestimmt zu einem wesentlichen Anteil die Höhe seines bindungsfähigen Umsatzpotenzials.

☐ **Berechnung und Abgrenzung:**

Einflussgrößen zur Bestimmung des Einzugsgebiets sind v.a.

- die Zeitdistanzen von den Wohnorten der Konsumenten zu den zentralen Einkaufsorten in der Region;
- die Marktpotenziale der Gemeinden des potenziellen Einzugsgebiets;
- die Attraktivitätsgrade der konkurrierenden Einkaufsorte;
- die unterschiedliche Distanzempfindlichkeit und Ausgabebereitschaft für Güter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs.

Die Abgrenzung erfolgt i.d.R. nach Bedarfsbereichen für Güter des kurz-, mittel- und langfristigen Bereichs. Zum Einzugsgebiet zählen alle Gemeinden, aus denen mindestens 10 % der verfügbaren Kaufkraft in den Untersuchungsort fließen. Dabei ist zu beachten, dass v.a. in Verdichtungsräumen eine unter 10 % liegende Kaufkraftbindung in DM-Werten einen erheblichen Umfang erreichen kann.

Kaufkraft (nominal / real)

☐ **Bedeutung:**

Die nominale Kaufkraft bezeichnet diejenige Geldmenge, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraumes zur Verfügung steht. Sie setzt sich zusammen aus dem verfügbaren Netto-Einkommen zuzüglich der Entnahmen aus Ersparnissen und aufgenommenen Krediten, abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden. 2003 lag die durchschnittliche nominale Kaufkraft bei 16.605,95 € je Einwohner.

Die reale Kaufkraft berücksichtigt das regional sehr unterschiedliche Niveau von Löhnen/Gehältern und Lebenshaltungskosten.

Kaufkraftkennziffer (KKZ)

☐ Bedeutung:

Die KKZ bezeichnet die Kaufkraft einer Gemeinde pro Einwohner im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (unabhängig von der Größe der Stadt).

☐ Berechnung:

Aus der Einkommensteuer-Statistik der Städte und Gemeinden wird das gesamte im Ort verfügbare Netto-Einkommen aufsummiert und durch die Zahl der Einwohner geteilt. Daraus ergibt sich ein bestimmtes ortsspezifisches Pro-Kopf-Einkommen.

Der Bundesdurchschnitt dieses Pro-Kopf-Einkommens wird gleich 100 gesetzt. Angenommen dieser Bundesdurchschnitt läge bei 10.000 € so würde einem Ort mit einem Pro-Kopf-Einkommen von 11.000 € die KKZ 110,0 zugewiesen, einem Ort mit € 9.000 entsprechend die KKZ 90,0.

Marktpotenzial

☐ Bedeutung:

Das Marktpotenzial bezeichnet den möglichen Umsatz eines Ortes auf Basis seiner Einwohnerzahl bzw. des jeweiligen Verflechtungsbereiches (ohne Kaufkraftzu- und -abflüsse aus dem Einzugsgebiet).

☐ Berechnung:

Berechnungsbasis sind die jährlich neu ermittelten durchschnittlichen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf in Deutschland, multipliziert mit der Einwohnerzahl des Ortes (Verflechtungsbereiches).

Umsatzpotenzial (bindungsfähiges)

☐ Bedeutung:

Das bindungsfähige Umsatzpotenzial bezeichnet den Umfang des Umsatzes, den ein Ort auf Basis seines eigenen, lokalen Marktpotenzials, abzüglich der Kaufkraftabflüsse der eigenen Bevölkerung und zuzüglich der Kaufkraftzuflüsse der Bewohner des Einzugsgebiets, rechnerisch erreichen kann.

☐ Berechnung:

Vom ermittelten lokalen Marktpotenzial wird der zu erwartende Kaufkraftabfluss der örtlichen Bevölkerung abgezogen und der zu erwartende Kaufkraftzufluss aus dem Einzugsgebiet hinzugerechnet (Ermittlung des zu erwartenden Kaufkraftzu- bzw. -abflusses über Einfluss von Entfernung und Attraktivität der Konkurrenzzentren = Distanz-Matrix-Modell nach HUFF).

Umsatzkennziffer (UKZ)

☐ Bedeutung:

Die UKZ bezeichnet die Umsatzkraft einer Gemeinde pro Einwohner (also nicht den Umsatz pro Einwohner!).

Da am Umsatz eines Ortes zu beträchtlichen Teilen auch die Bewohner des Umlandes beteiligt sind, ist der Umsatz bzw. die Umsatzkennziffer Ausdruck der Zentralität eines Ortes und ein Kriterium für die Beurteilung seiner Standortattraktivität.

☐ Berechnungsbasis:

Berechnungsbasis ist der (von der GfK jährlich geschätzte) örtliche Einzelhandelsumsatz (ohne Kfz/Mineralöl, aber mit Einzelhandels-Nahrungsmittelhandwerk wie Bäcker/Metzger). Wie bei der KKZ wird der ortsspezifische Wert mit dem Bundesdurchschnitt verglichen und auf die Einwohnerzahl des Ortes bezogen.

5.4 Zentrenrelevanz der Sortimente

Die nachfolgende Aufstellung ist dem Anhang zur Zielbegründung der Änderung der Verordnung über das Landesentwicklungsprogramm Bayern vom **August 2002** entnommen. Die Listen unterscheiden folgende Sortimente nach ihrer Zentrenrelevanz:

Liste innenstadtrelevanter Waren:

- Antiquitäten, Kunstgegenstände
- Arzneimittel, orthopädische und medizinische Produkte
- Baby- und Kinderartikel
- Bastelartikel
- Blumen
- Briefmarken
- Brillen und -zubehör, optische Erzeugnisse
- Bücher, Zeitungen, Zeitschriften
- Büromaschinen, Büroeinrichtung (ohne Büromöbel), Organisationsmittel, Personalcomputer
- Drogeriewaren, Parfüms, Kosmetika
- Elektrogeräte ("weiße Ware"), Nähmaschinen, Leuchten
- Feinmechanische Erzeugnisse
- Foto, Fotozubehör
- Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Haushaltswaren, Silberwaren
- Jagd- und Angelbedarf
- Lebensmittel: Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren, Naturkost
- Lederwaren, Kürschnerware, Galanterieware

- Musikinstrumente, Musikalien
- Oberbekleidung, Wäsche, Strümpfe, sonstige Bekleidung, Haus- und Heimtextilien (ohne Teppiche und Bodenbeläge), Stoffe, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf
- Papierwaren, Bürobedarf, Schreibwaren, Schulbedarf
- Schuhe
- Spielwaren
- Sportartikel, Campingartikel
- Uhren, Schmuck
- Unterhaltungselektronik ("braune Ware")
- Waffen
- Wasch- und Putzmittel
- Zooartikel, Tiere, Tiernahrung und -pflegemittel

Liste nicht innenstadtrelevanter Waren:

- Autozubehör, -teile, -reifen
- Badeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse
- Baumarktartikel, Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren
- Fahrräder
- Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge
- Gartenartikel, Gartenbedarf, Pflanzen
- Möbel, Küchen

Angemerkt werden muss, dass sich trotz der Aktualisierung aus Sicht der CIMA nach wie vor verschiedene Sortimente hinsichtlich der Zentrenrele-

vanz im Umbruch befinden bzw. im Einzelfall - abhängig von der Größe des Untersuchungsortes - der spezifischen Einzelhandelssituation sowie den zur Diskussion stehenden Betreiber- und Unternehmenskonzepten zu beurteilen sind. Exemplarisch seien an dieser Stelle nur die Bereiche Unterhaltungselektronik, Büromaschinen/Computer und andere Sportgeräte oder Campingartikel genannt. Diese und andere transportaufwändige Waren (sog. Autotransportwaren) sind auch aufgrund ihres Flächenbedarfes je nach örtlicher Situation möglicherweise kaum mehr in der Innenstadt anzusiedeln.

5.5 Gravitationsmodell der CIMA

Zur Prognose der von Einzelhandelsvorhaben ausgehenden Veränderungen von Kaufkraftströmen und den daraus resultierenden Umsatzverlagerungen haben sich in der Einzelhandelsforschung und –begutachtung mathematisch-statistische Modelle bewährt, die entsprechend der Methodik zur Abgrenzung von Markt- und Einzugsgebieten auf gravitationstheoretischen Ansätzen basieren. Die CIMA hat auf der Basis des ursprünglich von D. L. Huff entwickelten Modells ein eigenes, rechnergestütztes Simulationsmodell entwickelt, bei dem verschiedene, für den Untersuchungsraum relevante Kennwerte berücksichtigt werden können. Dieses erweiterte, differenzierte Modell berücksichtigt folgende Einflussgrößen:

- Geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren,
- Zeitdistanzen (Messungen der Wegezeiten mit Hilfe von Routenplanern) zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im Einzugsbereich,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an der Kaufkraft,

- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an Zentralitätsindizes der verschiedenen Bedarfsbereiche.

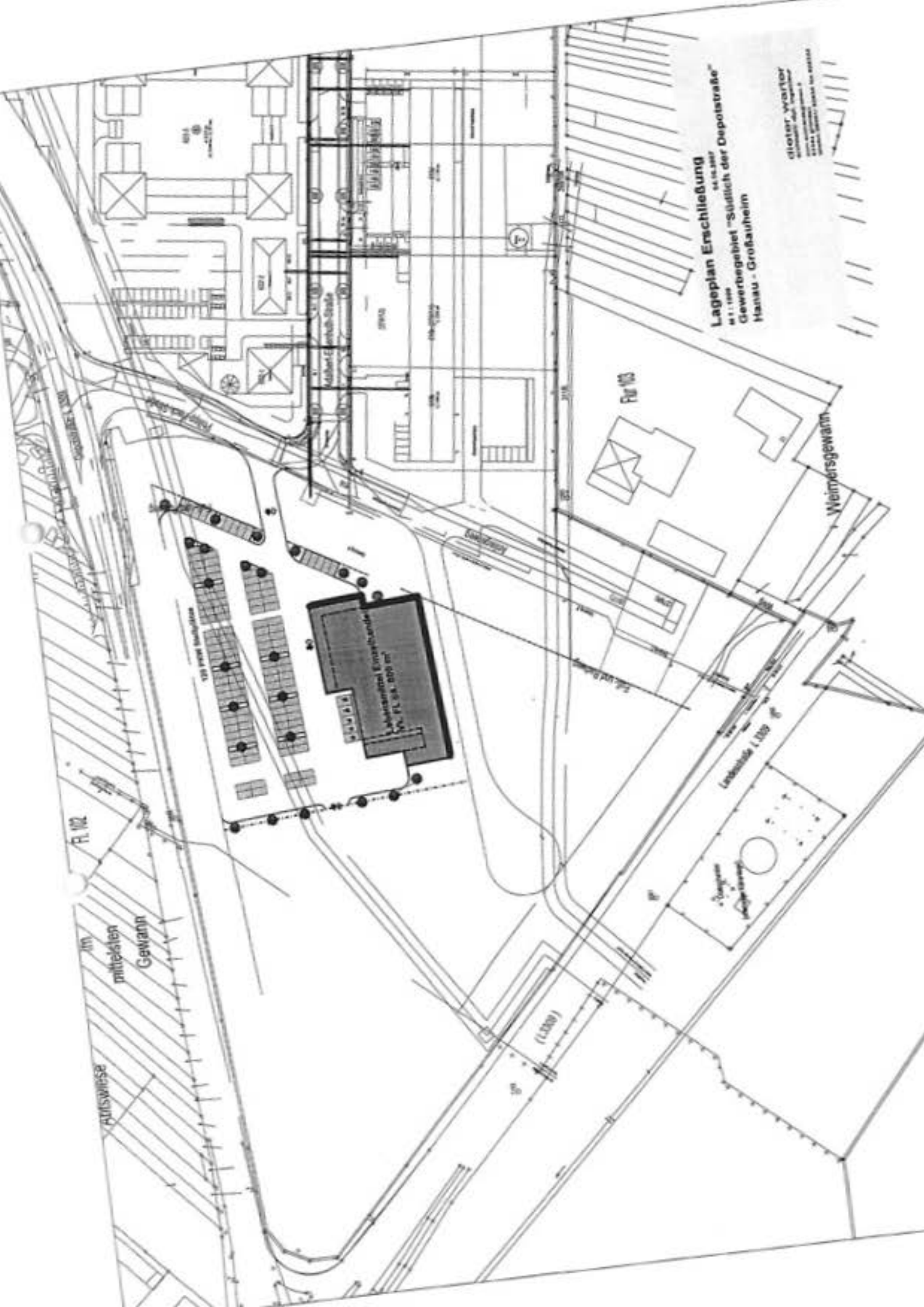
Die Ergebnisse einer solchen Modellrechnung sind umso zuverlässiger, wenn einzelne Parameter mit Hilfe empirischer Erkenntnisse kalibriert werden.

Der Vorteil einer mathematischen Modellrechnung für die Handelsforschung liegt in der Simulationsfähigkeit. Sofern ein ausreichend kalibriertes Modell vorhanden ist, lassen sich damit zukünftige Kaufkraftströme unter Einbeziehung (noch) nicht realisierter Wettbewerber im Marktgebiet berechnen und somit mögliche Kaufkraftabflüsse quantifizieren. Diese Umsatzverlagerungen sind nach wie vor ein wichtiger Indikator für die Verträglichkeitsanalyse eines Einzelhandelsvorhabens.

Anlage 2

Gestaltungsplan Einzelhandel

Oktober 2007



Lageplan Erschließung
1:1.000
Gewerbegebiet "Südlich der Depotstraße"
Hanau - Großauheim

die hier vorgetragene
Anordnung der Erschließung
ist nur eine schematische
Darstellung und ist nicht
maßstabgetreu.

Lebensmittel-Erweiterung
1.100 m²

Mittel-Eisenbahn-Station

Weinberg

Fl. 102

mittleren
Gewinn

Aufwiese

Fl. 103

Lebensmittel-Erweiterung

(L. 100)