

Anlage 4
Auswirkungsanalyse zum
Nahversorgungszentrum Rodenbach
(BBE-2014)

Auswirkungsanalyse

Ansiedlung von Lebensmittelmärkten an der Adolf-Reichwein-Straße in Rodenbach

für die

Gemeinde Rodenbach
Buchbergstraße 2
63517 Rodenbach

Projektleitung:

Dipl.-oec. Mathias Vlcek
Tel +49 361 77806-60
Fax +49 361 77806-12
E-Mail vlcek@bbe.de

BBE Handelsberatung GmbH
Büro Erfurt
Futterstraße 14
99084 Erfurt

Gesamtleitung:

Dipl.-Geogr. Markus Wotruba
Tel +49 89 55118-176
Fax +49 89 55118-153
E-Mail wotruba@bbe.de

BBE Handelsberatung GmbH
Büro München
Brienner Straße 45
80333 München

© 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

Inhaltsverzeichnis

- 1. Ausgangssituation / Projektdaten 4**
- 2. Makrostandortanalyse Rodenbach 5**
- 3. Mikrostandortanalyse 9**
- 4. Markt-/ Wettbewerbsanalyse der Branche Lebensmittel 12**
 - 4.1. Einzugsgebiet 12
 - 4.2. Marktpotenzial im Einzugsgebiet..... 14
 - 4.3. Zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet des Projektvorhabens..... 15
 - 4.4. Angebotsanalyse der Branche Lebensmittel 16
- 5. Städtebauliche Beurteilung des Vorhabens 20**
 - 5.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen..... 20
 - 5.2. Umsatzprognose..... 22
 - 5.3. Umsatzherkunft der Ansiedlungsvorhaben 25
 - 5.4. Auswirkungsanalyse der Ansiedlungsvorhaben 27
 - 5.4.1. Methodische Vorgehensweise 27
 - 5.4.2. Städtebauliche Auswirkungen der Ansiedlungsvorhaben in Rodenbach 28
 - 5.4.3. Zukünftige Angebotsstruktur in Rodenbach nach Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes..... 37
 - 5.4.4. Auswirkungen des Ansiedlungsvorhabens auf Bereiche außerhalb des Einzugsgebietes 39
- 6. Fazit 40**

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern.....	6
Abbildung 2: Ausgewählte Zentralitätskennziffern	7
Abbildung 3: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Rodenbach (Auswahl).....	17
Abbildung 4: Sonstige Lebensmittelanbieter in Rodenbach (Auswahl)	17
Abbildung 5: Verkaufsflächenstruktur des Lebensmitteleinzelhandels in Rodenbach im Vergleich.....	18
Abbildung 6: Quellen der Umsatzherkunft eines Einzelhandelsvorhabens	25
Abbildung 7: Durchschnittliche Artikelanzahl nach Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels.....	30
Abbildung 8: Prospektive Verkaufsflächenstruktur des Lebensmittelhandels in Rodenbach	38

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung Rodenbach im Vergleich.....	6
Tabelle 2: Marktpotenzial der projektrelevanten Branche Lebensmittel im Einzugsgebiet.....	14
Tabelle 3: Angebot des Lebensmitteleinzelhandels in Rodenbach nach Lagen.....	18
Tabelle 4: Aktuelle Zentralität der Branche Lebensmittel der Gemeinde Rodenbach	19
Tabelle 5: Orientierungswerte der Umsatzverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben	20
Tabelle 6: Marktanteilsprognose des projektierten Supermarktes	22
Tabelle 7: Marktanteilsprognose des projektierten Discounters	23
Tabelle 8: Prospektive Raumleistung der Ansiedlungsvorhaben.....	23
Tabelle 9: Umsatzprognose des Bäckers.....	24
Tabelle 10: Umsatzherkunft der projektierten Vorhaben.....	26
Tabelle 11: Prognostizierte Umsatzzumlenkungen der Ansiedlungsvorhaben.....	28
Tabelle 12: Prognostizierte Umsatzzumlenkungen bei Ansiedlung eines Supermarktes.....	29
Tabelle 13: Prognostizierte Umsatzzumlenkungen bei Ansiedlung eines Discounters	34

Kartenverzeichnis

Karte 1: Skizzierung der beiden Planstandorte südlich der Adolf-Reichwein-Straße	4
Karte 2: Raumstruktur Planungsregion Südhessen (Ausschnitt)	5
Karte 3: Strukturprägende Einzelhandelsstandorte in Rodenbach (OT Niederrodenbach).....	7
Karte 4: Lage der Projektstandorte in der Adolf-Reichwein-Straße im OT Niederrodenbach (Skizze)	9
Karte 5: Darstellung des fußläufigen Nahbereichs beider Projektstandorte (Skizze)	10
Karte 6: Lage der Projektstandorte im räumlichen Kontext des Regionalen Flächennutzungsplans	11
Karte 7: Angebotsstandorte im Umfeld des Projektstandortes und 5-Minuten-Fahrzeitisochrone	12
Karte 8: Einzugsgebiet des Projektvorhabens an der Adolf-Reichwein-Straße.....	13
Karte 9: Kartierung der größeren Lebensmittelanbieter in Rodenbach	16
Karte 10: Schematische Darstellung der räumlichen Nahversorgungsstruktur (Skizze)	37

Anlageverzeichnis

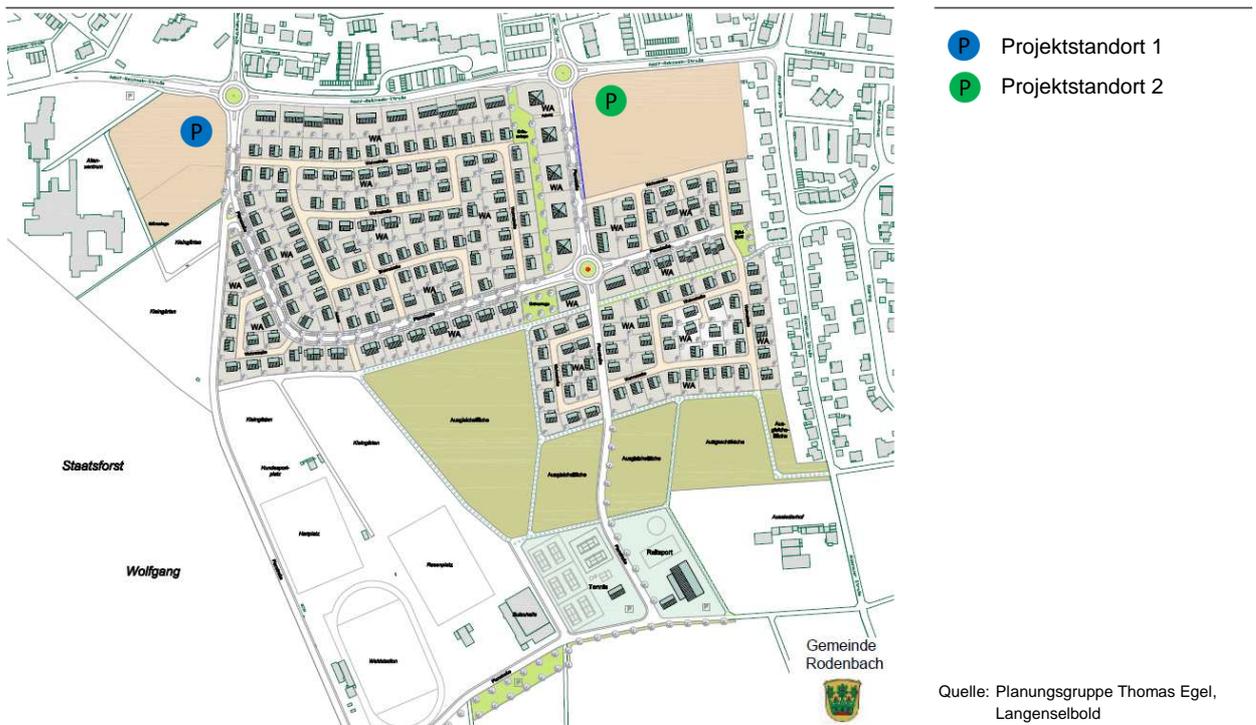
Anlage 1: Definitionen verschiedener Lebensmittel-Vertriebsformen	42
Anlage 2: Differenzierung Non-Food-Sortimente	44

1. Ausgangssituation / Projektdaten

Die Gemeinde Rodenbach plant im Ortsteil Niederrodenbach südlich der Adolf-Reichwein-Straße die Entwicklung eines Wohngebietes. Neben der Ansiedlung von rd. 470 Wohneinheiten ist auch ein Nahversorgungszentrum mit einem Supermarkt, einem Discounter und einem Bäcker (inkl. Bäckerei-Café) geplant, welches vorwiegend der Versorgung der neu hinzukommenden Bevölkerung dienen soll. Die gesamte Verkaufsfläche soll sich auf rd. 2.900 m² belaufen. Für den Ansiedlungsstandort wird die Ausweisung eines Kerngebietes (MK) in Sinne des § 7 BauNVO avisiert.

Aktuell bestehen in dem projektierten Wohngebiet zwei Standortalternativen. Hierbei handelt es sich um einen Potenzialstandort im Kreuzungsbereich Adolf-Reichwein-Straße / Am Waldstadion (1) in unmittelbarer Nähe des Rodenbacher Altenzentrums. Weiter östlich befindet sich der zweite Potenzialstandort (2), welcher an der Adolf-Reichwein-Straße in Höhe der Straße In der Gartel liegt.

Karte 1: Skizzierung der beiden Planstandorte südlich der Adolf-Reichwein-Straße



Der Auftraggeber möchte im Rahmen der vorliegenden Untersuchung eine Aussage, inwieweit von dem geplanten Ansiedlungsvorhaben negative Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO ausgehen werden. Demzufolge wird in der nachfolgenden Analyse ermittelt, welche Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Ansiedlungsgemeinde oder in anderen Gemeinden anzunehmen sind. Als Prognosezeitpunkt wurde eine Realisierung des Vorhabens im Jahr 2016 unterstellt.

2. Makrostandortanalyse Rodenbach

Im Folgenden werden einzelhandelsrelevante Rahmendaten dargestellt, die zur Beurteilung des Vorhabens notwendig sind.

Die **Gemeinde Rodenbach** liegt im südlichen Bereich des Bundeslandes Hessen im Main-Kinzig-Kreis. Die südliche Gemarkungsgrenze der Gemeinde stellt gleichzeitig die Landesgrenze zum Freistaat Bayern dar. Die Lage von Rodenbach wird durch die Nähe zur Stadt Hanau geprägt, welche das wirtschaftliche und kulturelle Zentrum der Region Main-Kinzig darstellt.

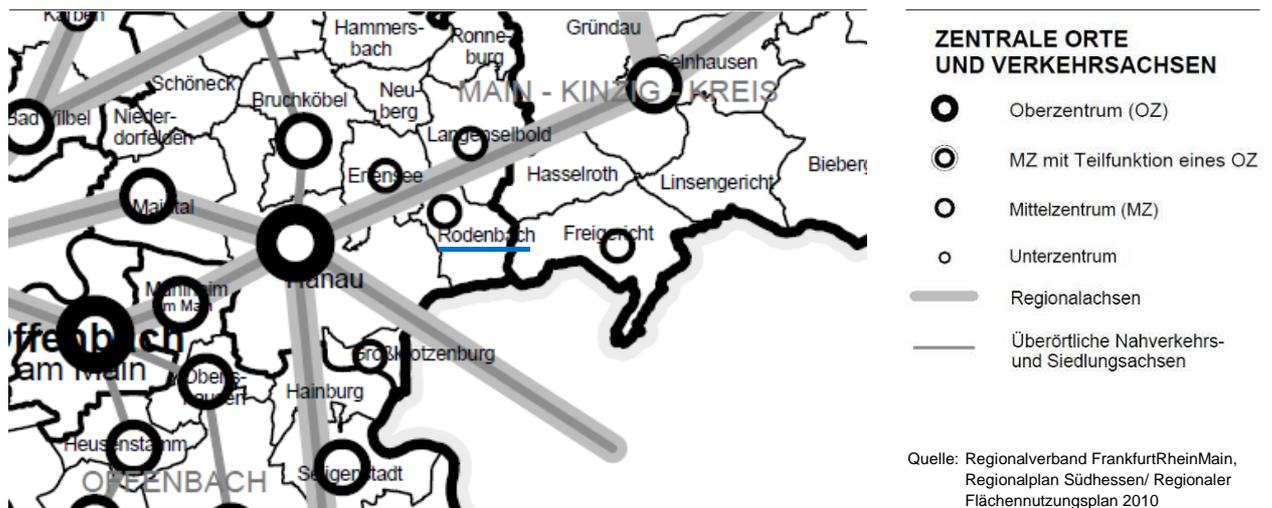
Siedlungsstrukturell setzt sich Rodenbach aus den beiden Gemeindeteilen Niederrodenbach und Oberrodenbach zusammen. Der überwiegende Teil der Bevölkerung ist in Niederrodenbach angesiedelt, da hier rd. 80 % der Einwohner leben.

Die überregionale **verkehrliche Erreichbarkeit** von Rodenbach erfolgt über die Bundesautobahnen A 45 (Dortmund - Aschaffenburg) und A 66 (Wiesbaden - Fulda), deren Trassierung durch das nordwestliche Gemeindegebiet verläuft. Der Anschluss an das regionale Umfeld wird durch eine Landes- und eine Kreisstraße gewährleistet. Die innergemeindliche Verkehrserschließung erfolgt vor allem durch die Landesstraße L 3268, welche auch die beiden Gemeindeteile Nieder- und Oberrodenbach verbindet. In Summe der bestehenden Verkehrswege ist die Gemeinde somit durch eine gute überörtliche Erreichbarkeit geprägt.

Rodenbach ist an das Schienennetz der Deutschen Bahn angebunden und liegt an der Strecke Frankfurt - Wächtersbach. Der Haltepunkt, welcher durch den Regionalverkehr bedient wird, ist im nordwestlichen Teil von Niederrodenbach verortet. Die Erschließung des Gemeindegebietes durch den **ÖPNV** erfolgt über die Regionalbusse des Rhein-Main-Verkehrsverbundes (RMV), welche verschiedene Haltepunkte innerhalb von Rodenbach anfahren und darüber hinaus die Erreichbarkeit zu angrenzenden Orten sichern.

Rodenbach (OT Niederrodenbach) ist gemäß **Regionalplanung** als Unterzentrum¹ ausgewiesen. Ein Unterzentrum soll dabei laut Regionalplan Südhessen Einrichtungen der überörtlichen Grundversorgung in vollem Umfang anbieten.² Demnach hat Rodenbach auch eine Versorgungsfunktion in Bezug auf den Einzelhandel zu erfüllen.

Karte 2: Raumstruktur Planungsregion Südhessen (Ausschnitt)



In der Gemeinde Rodenbach leben derzeit rd. 11.100 Einwohner. Die **Bevölkerungsentwicklung** verlief in den letzten 10 Jahren mit -2,6 % negativ. Der Rückgang fiel in Relation zum Main-Kinzig-Kreis und im Lan-

1 Regionalplan Südhessen/ Regionaler Flächennutzungsplan 2010, Z3.2.3-5.
2 Regionalplan Südhessen/ Regionaler Flächennutzungsplan 2010, G3.2.3-1.

desvergleich geringfügig höher aus. Im Gegensatz zu anderen umliegenden Gemeinden hat Rodenbach in den letzten Jahren keine größeren Erschließungen von Wohn- bzw. Neubaugebieten vorgenommen.

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung Rodenbach im Vergleich

	Einwohner		Veränderung	Einwohner		Veränderung
	2003	2013		2020		
	abs.	abs.	%	abs.	%	
Rodenbach	11.442	11.143	-2,6	10.870	-2,4	
Main-Kinzig-Kreis	409.589	404.995	-1,1	402.600	-0,6	
Hessen	6.089.428	6.045.425	-0,7	5.998.640	-0,8	

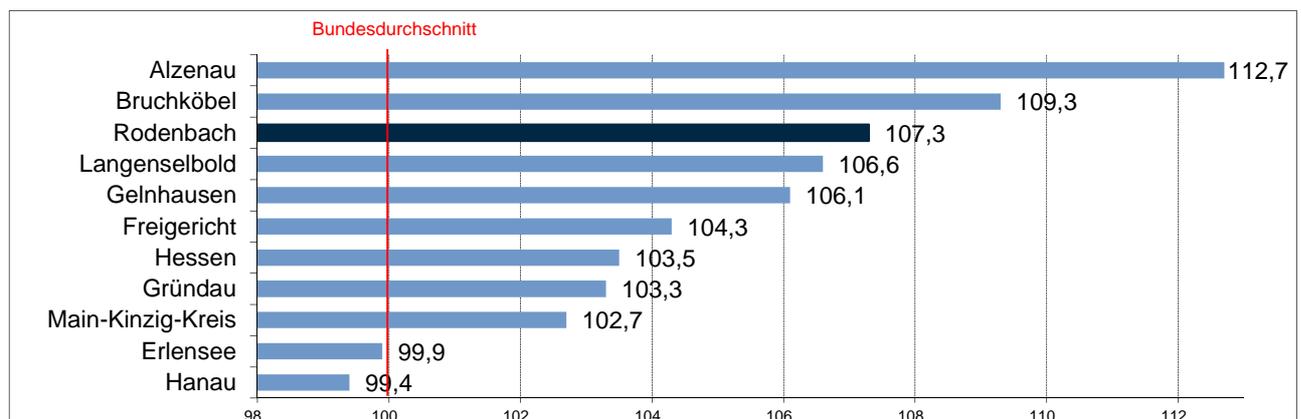
Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Bevölkerung der hessischen Gemeinden zum 31.12.2003 / 31.12.2013
Bertelsmann Stiftung, wegweiser-kommune.de

Auf Basis von Vorausberechnungen wird die **prognostizierte Einwohnerzahl** im Jahr 2020 in Rodenbach bei rd. 10.870 Personen (-2,4 %) liegen. Im Landkreis und in Hessen ist von einem geringeren Rückgang auszugehen. Die zukünftige Entwicklung in Rodenbach wird jedoch maßgeblich durch das geplante Wohngebiet an der Adolf-Reichwein-Straße beeinflusst, da hier Wohnraum für rd. 990 Einwohner geschaffen wird. Demnach ist per Saldo mit einer steigenden Bevölkerung zu rechnen.

Die **Pendler** stellen ein mögliches Potenzial für den Einzelhandel dar, da auch Besorgungen auf dem Arbeitsweg bzw. am Arbeitsort getätigt werden. Mit einem negativen Pendlersaldo von -2.571 Personen³ besitzt Rodenbach mehr Aus- als Einpendler, da die Gemeinde nicht als zentraler Arbeitsplatzstandort fungiert. Somit sind keine zusätzlichen Kaufkraftpotenziale in der Gemeinde zu erwarten.

Das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer gibt unabhängig von der Größe einer Stadt bzw. Region das verfügbare Pro-Kopf-Einkommen im Verhältnis zum Gesamteinkommen der Bundesrepublik an, welches nach Abzug von einzelhandelsfremden Ausgaben (z.B. Miete, Vorsorgeleistungen, Versicherungen, Dienstleistungen, Reisen) potenziell für die Ausgaben im Einzelhandel (inkl. Versand-/ Onlinehandel) am Wohnort verfügbar ist.

Abbildung 1: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern



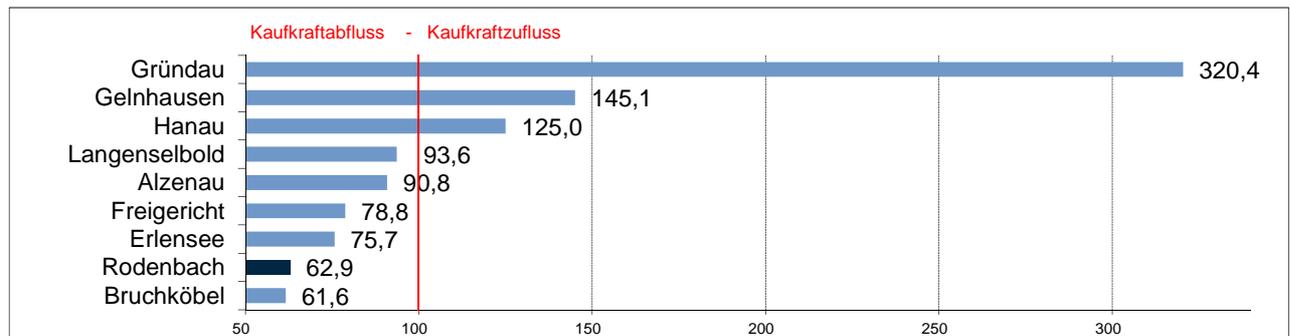
Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2014

Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex von Rodenbach liegt mit 107,3 in Relation zum umliegenden Main-Kinzig-Kreis (102,7) und zum Land Hessen (103,5) höher. Im nationalen Vergleich besitzt Rodenbach einen überdurchschnittlichen Kaufkraftwert und liegt deutlich über dem Bundesdurchschnitt (100,0).

3 Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten 2013.

Die **Einzelhandelszentralität**⁴ stellt die Bindung der Einzelhandelsumsätze vor Ort unter Berücksichtigung der lokalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft dar. So können Aussagen über die Fähigkeit eines Ortes getroffen werden, die Kaufkraft seiner Bewohner und der Bewohner anderer Gebiete an den lokalen Einzelhandel zu binden. Die Zentralität ist somit ein Indikator für die Einzelhandelsattraktivität eines Ortes.⁵

Abbildung 2: Ausgewählte Zentralitätskennziffern



Quelle: MB-Research Nürnberg, Zentralitätskennziffern 2014⁶

Die Zentralitätskennziffer von Rodenbach liegt bei 62,9 und weist somit per Saldo einen Umsatzabfluss aus. Dies ist aus Sicht des örtlichen Einzelhandels negativ einzuschätzen, da der Gemeinde Kaufkraft verloren geht und an anderen Standorten außerhalb des Ortes gebunden wird.

Im Folgenden wird die **Einzelhandelsituation** in Rodenbach kartographisch dargestellt, um einen Überblick hinsichtlich der wesentlichen lokalen Angebotsstandorte zu erhalten.

Karte 3: Strukturprägende Einzelhandelsstandorte in Rodenbach (OT Niederrodenbach)



Das flächenseitige Einzelhandelsangebot in Rodenbach wird durch die nördlich der Kreisstraße K 861 liegende Einzelhandelsagglomeration geprägt, welche fachmarkttypische Gebäudestrukturen aufweist. Hier

4 Die Zentralität errechnet sich aus dem Verhältnis des örtlichen Einzelhandelsumsatzes zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.
 5 Eine Zentralität von über 100 drückt aus, dass eine Stadt mehr Einzelhandelsumsatz bindet, als aus ihrem Einwohnerpotenzial zu erwarten ist. Bei einer Kennziffer von unter 100 besteht per Saldo ein Umsatzabfluss.
 6 Anmerkung: Die ausgewählten Zentralitätskennziffern dienen als Orientierungswerte und sind nicht miteinander vergleichbar, da die Städte über unterschiedliche Einwohnerzahlen, Ortsgrößen, Bevölkerungs- und Siedlungsstrukturen, Einzelhandelsstrukturen etc. verfügen.

befinden sich auf über 8.700 m² Verkaufsfläche die großformatigen Anbieter REWE, Norma, Rossmann, NKD und Logo Getränkemarkt. Auf Grund der Lage ist dieser dezentrale Standort überwiegend auf motorisierte Kundschaft ausgerichtet. Wesentliche Kundenaustauschbeziehungen bzw. funktionale Bezüge zum Einzelhandel in der Ortsmitte von Rodenbach bestehen angesichts der peripheren bzw. autokundenorientierten Lage nicht. Südlich des genannten Standortes ist Blumenwelt Strutt verortet, welche insbesondere durch ihre Größe einen überörtlichen Einzugsbereich erschließt.

Eine gewisse Angebotsverdichtung besteht in der Ortsmitte von Niederrodenbach. Hier sind verschiedene Einzelhandels- und vor allem Dienstleistungsbetriebe vorhanden, welche in der historischen Altstadt bzw. entlang der Hanauer Landstraße verortet sind. Das Einzelhandelsangebot wird wesentlich durch kleinteilige Ladeneinheiten bzw. den Betriebstyp Fachgeschäft dominiert.

Im weiteren Gemeindegebiet von Rodenbach bestehen noch zwei nennenswerte siedlungsintegrierte Solitärstandorte, welche jeweils durch ein Lebensmittel SB-Geschäft belegt sind. Hierbei handelt es sich um je eine Nahkauf-Filiale (Fa. Reinert) im Ortsteil Niederrodenbach und Oberrodenbach. Weiterhin befinden sich in Streulagen vereinzelte kleinere Ladengeschäfte.

Zusammenfassend ist der Einzelhandel in Rodenbach vorwiegend auf sog. nahversorgungsrelevante Sortiment⁷ ausgerichtet, die im nördlichen Gemeindeteil konzentriert sind. Mit Ausnahme der dezentralen Fachmarkttagglomeration im Nordosten der Gemeinde besteht das Einzelhandelsangebot überwiegend aus kleinformatischen Anbietern.

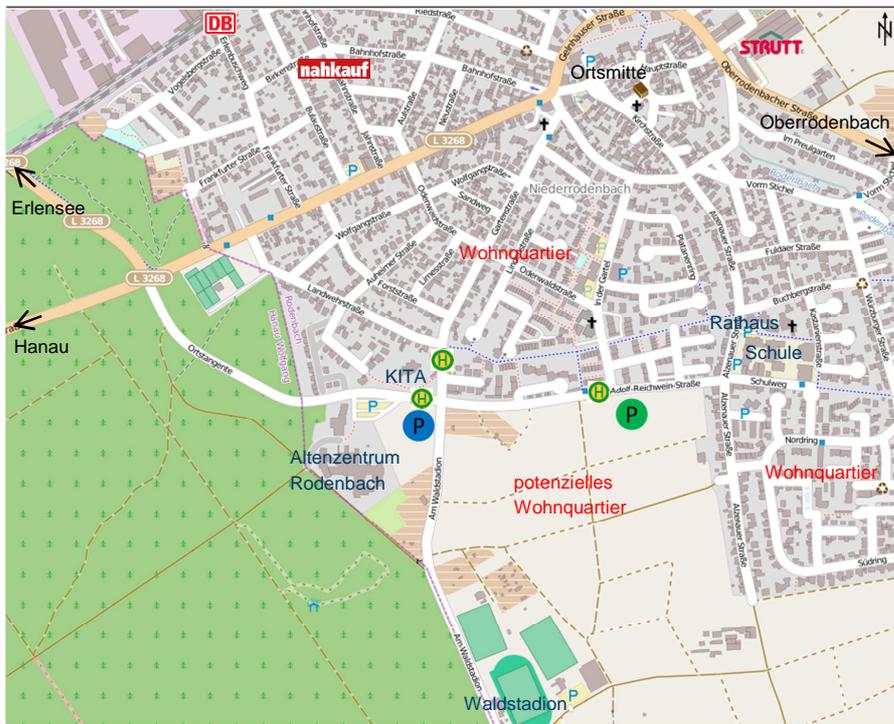
⁷ Hierunter sind die Sortimente Lebensmittel, Getränke, Drogeriewaren, Blumen und Apotheken-/ Pharmaziewaren zu verstehen.

3. Mikrostandortanalyse

Neben der Analyse des Makrostandorts stellt die Mikrostandortanalyse einen wichtigen Teil der Standortbewertung dar. Hierbei werden insbesondere die Aspekte der Lage und der verkehrlichen Erreichbarkeit thematisiert. Der Mikrostandort ist zudem für die Abgrenzung des Einzugsgebiets von Relevanz.

Die beiden **Projektstandorte** befinden sich südlich der Adolf-Reichwein-Straße im Gemeindeteil Niederrodenbach. Der Potenzialstandort 1 ist an der Kreuzung zur Straße Am Waldstadion östlich des Altenzentrums Rodenbach verortet. Der Alternativstandort liegt rd. 400 m entfernt und befindet sich im Kreuzungsbereich Adolf-Reichwein-Straße / In der Gartel. Beide Standorte sind durch eine direkte Lage an der Adolf-Reichwein-Straße geprägt, so dass eine Sichtachse zum vorbeifließenden Verkehr und somit eine gute Einsehbarkeit bzw. Fernwirkung besteht.

Karte 4: Lage der Projektstandorte in der Adolf-Reichwein-Straße im OT Niederrodenbach (Skizze)



P Projektstandort 1



P Projektstandort 2



Kartengrundlage: openstreemap.de
Bearbeitung: BBE Handelsberatung

Die **Umfeldnutzung** des Projektstandortes 1 ist durch das Altenzentrum Rodenbach geprägt, welches sich westlich an den Standort anschließt. Nördlich beginnt die Wohnbebauung von Niederrodenbach. In unmittelbarer Nähe des Standortes liegt ferner eine Kindertagesstätte. Weiter südlich des Vorhabenstandortes befinden sich diverse Sportstätten.

Das Umfeld des Projektstandortes 2 ist durch eine verdichtete Wohnnutzung gekennzeichnet. In nordöstlicher Richtung befinden sich mit dem Rathaus von Rodenbach und der Adolf-Reichwein-Schule zwei öffentliche Einrichtungen.

Aktuell liegen beide Standorte auf einer landwirtschaftlich genutzten Fläche. Im Umfeld der beiden Projektstandorte soll perspektivisch ein Wohnquartier mit rd. 470 Wohneinheiten entstehen (vgl. Karte 1).

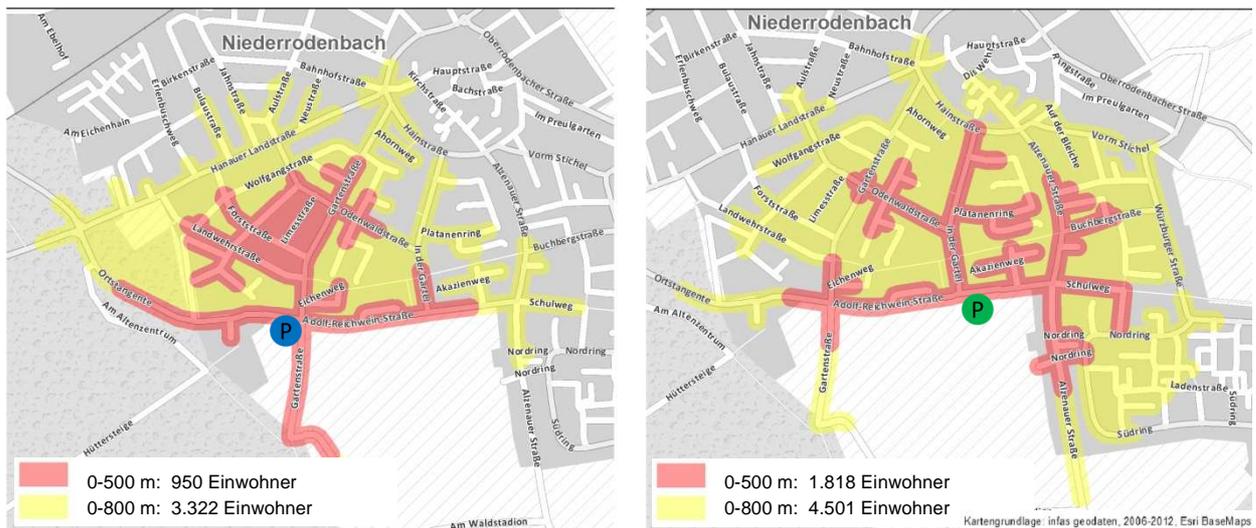
Die Projektstandorte sind durch eine gute innerörtliche **verkehrliche Erreichbarkeit** gekennzeichnet, da diese verkehrsgünstig an der Adolf-Reichwein-Straße verortet sind. Durch die Lage ist eine zügige Anfahrbarkeit aus den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen möglich. Die Standorte sind jedoch nicht als „Fahrstandorte“ einzustufen, da die Adolf-Reichwein-Straße lediglich als innerörtliche Erschließungsstraße fungiert. Eine Ausstrahlung der Standorte auf ein überörtliches Zielpublikum ist demnach nicht zu erwarten.

Die **fußläufige Erreichbarkeit** der Standorte erfolgt über einen straßenbegleitenden Fußweg entlang der Adolf-Reichwein-Straße, welcher sich in einem zeitgemäßen Zustand befindet. Aus den nördlich liegenden Wohnquartieren bzw. dem Ortskern sind beide Standorte ebenfalls über straßenbegleitende Fußwege erreichbar. Die Entfernung zur Ortsmitte beträgt bei beiden Standorten rd. 600 bis 700 m.

Die beiden Vorhabenstandorte verfügen über eine direkte **ÖPNV-Anbindung**, welche jeweils durch eine Bushaltestelle („Niederrodenbach Altenzentrum“/ „Niederrodenbach Gartel“) dargestellt wird. Die Haltestellen werden in einer regelmäßigen Taktung durch die Regionalbusse des Rhein-Main-Verkehrsverbundes angefahren, so dass an beiden Standorten ein für die lokalen Verhältnisse qualifizierter bzw. ortsüblicher ÖPNV-Anschluss besteht.

Beide Projektstandorte verfügen über ein hohes **Bevölkerungspotenzial** in ihrem jeweiligen fußläufigen Umfeld. Das nördliche Wohnumfeld des Standortes 1 ist dabei durch eine meist ein- bis zweigeschossige Wohnbebauung mit freistehenden Stadthäusern geprägt. Im nördlichen und auch im östlichen Umfeld des Projektstandortes 2 sind zudem zahlreiche hochgeschossige Wohnbauten mit bis zu acht Etagen vorhanden.

Karte 5: Darstellung des fußläufigen Nahbereichs beider Projektstandorte (Skizze)



In der 500 m-Entfernungszone des Projektstandortes 1 leben gegenwärtig rd. 950 Einwohner. In dem gleichen Entfernungsbereich des Projektstandortes 2 liegt die Wohnbevölkerung mit rd. 1.820 Personen fast doppelt so hoch.

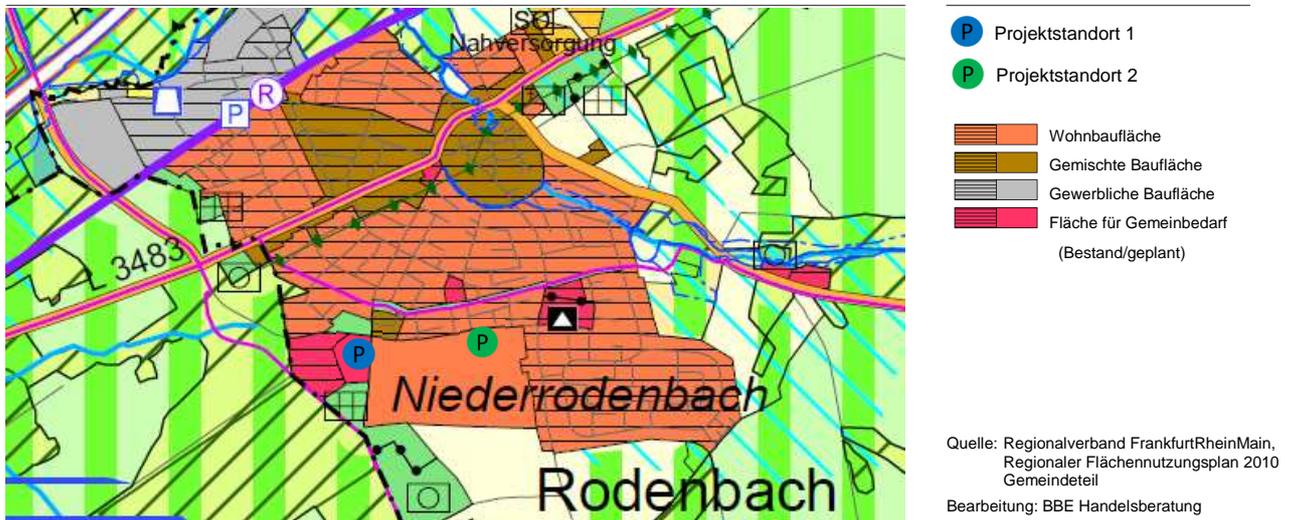
Beide Standorte besitzen in ihrem fußläufigen Einzugsbereich (auch unter Berücksichtigung von Barrieren oder städtebaulichen Zäsuren) eine für die örtlichen Verhältnisse hohe Mantelbevölkerung und können eine wohnortnahe Versorgungsfunktion übernehmen. In dem gesamten fußläufigen Einzugsbereich⁸ des Potenzialstandortes 1 wohnen derzeit mit rd. 3.320 Einwohnern knapp 30 % der Gesamtbevölkerung von Rodenbach. Die Einwohner im fußläufigen Umfeld des Standortes 2 (rd. 4.500 Personen) nehmen mit rd. 40 % einen höheren Anteil ein, da dieser Bereich die stark verdichtete Wohnbebauung östlich des Projektstandortes 2 mit einschließt.

Die Einwohnerzahl beider Standortbereiche wird sich perspektivisch durch die Entwicklung eines Wohngebietes mit rd. 470 Wohneinheiten um rd. 990 Personen erhöhen. Demnach wird auch das

⁸ Als fußläufiger Einzugsbereich wird allgemein unabhängig von den jeweils standörtlichen Gegebenheiten bei Lebensmittelanbietern ab 400 m² Verkaufsfläche ein Radius von 500 bis maximal 800 m angesetzt, was ca. 8 bis 15 Gehminuten entspricht. In ländlich geprägten Gebieten können z.T. bis 1.000 m angesetzt werden.

einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial im Nahbereich ansteigen. Die zukünftige Entwicklung dieses Wohngebietes wird bereits im Regionalen Flächennutzungsplan abgebildet.⁹

Karte 6: Lage der Projektstandorte im räumlichen Kontext des Regionalen Flächennutzungsplans



In Summe der vorstehenden Standortfaktoren und auf Basis der projektierten Wohnbebauung (vgl. Karte 1) sind beide Projektstandorte in Rodenbach als **städtebaulich integriert** einzustufen. Dies ist abzuleiten, da die Standorte

- räumlich und funktional einem Siedlungsschwerpunkt zugeordnet sind,
- perspektivisch im Zusammenhang einer bestehenden Bebauung liegen (siedlungsintegrierte Lage),
- sich für die umliegende Wohnbevölkerung in fußläufig gut erreichbarer Lage befinden,
- über hohe Wohnanteile im fußläufigen Einzugsgebiet (Nahbereich) verfügen und
- eine qualifizierte ÖPNV-Anbindung besitzen.

Auf Grund der integrierten städtebaulichen Lage können beide Standorte das im Umfeld vorhandene Bevölkerungspotenzial fußläufig versorgen. Die Projektstandorte sind als Nahversorgungsstandorte zu charakterisieren.

Bei der Auswahl des **zukünftigen Ansiedlungsortes** ist u.E. aus städtebaulicher Sicht einzuschätzen, dass der Projektstandort 2 eine bessere Standortqualität in Bezug auf seine Nahversorgungsfunktion besitzt.

Dies ist aus folgenden Punkten abzuleiten:

- Der Standort verfügt in seinem fußläufigen Bereich (vgl. Karte 5) über eine höhere Einwohnerzahl.
- Die fußläufige Erreichbarkeit von Standort 2 stellt sich insbesondere aus den verdichteten östlichen Wohnsiedlungsbereichen besser als im Vergleich zu Standort 1 dar.
- Der Projektstandort 2 wird perspektivisch eine vollständig siedlungsintegrierte Lage einnehmen, da dieser Standort gänzlich in die projektierte Wohnbebauung eingebettet ist (vgl. Karte 1).
- Am Vorhabenstandort 1 sind möglicherweise (Geräusch-)Immissionen auf das mehrgeschossige Altenzentrum zu erwarten.

⁹ Laut Regionalplanung ist der zukünftige Schwerpunkt der Siedlungsentwicklung in Rodenbach auf Grund der infrastrukturellen Ausstattung im Ortsteil Niederrodenbach vorgesehen. Im Südwesten von Niederrodenbach stehen hierfür umfangreiche Flächen für eine Wohnbebauung zur Verfügung (vgl. Regionalversammlung Südhessen – Regionalverband FrankfurtRheinMain, Regionaler Flächennutzungsplan 2010 Gemeindeteil).

4. Markt-/ Wettbewerbsanalyse der Branche Lebensmittel

4.1. Einzugsgebiet

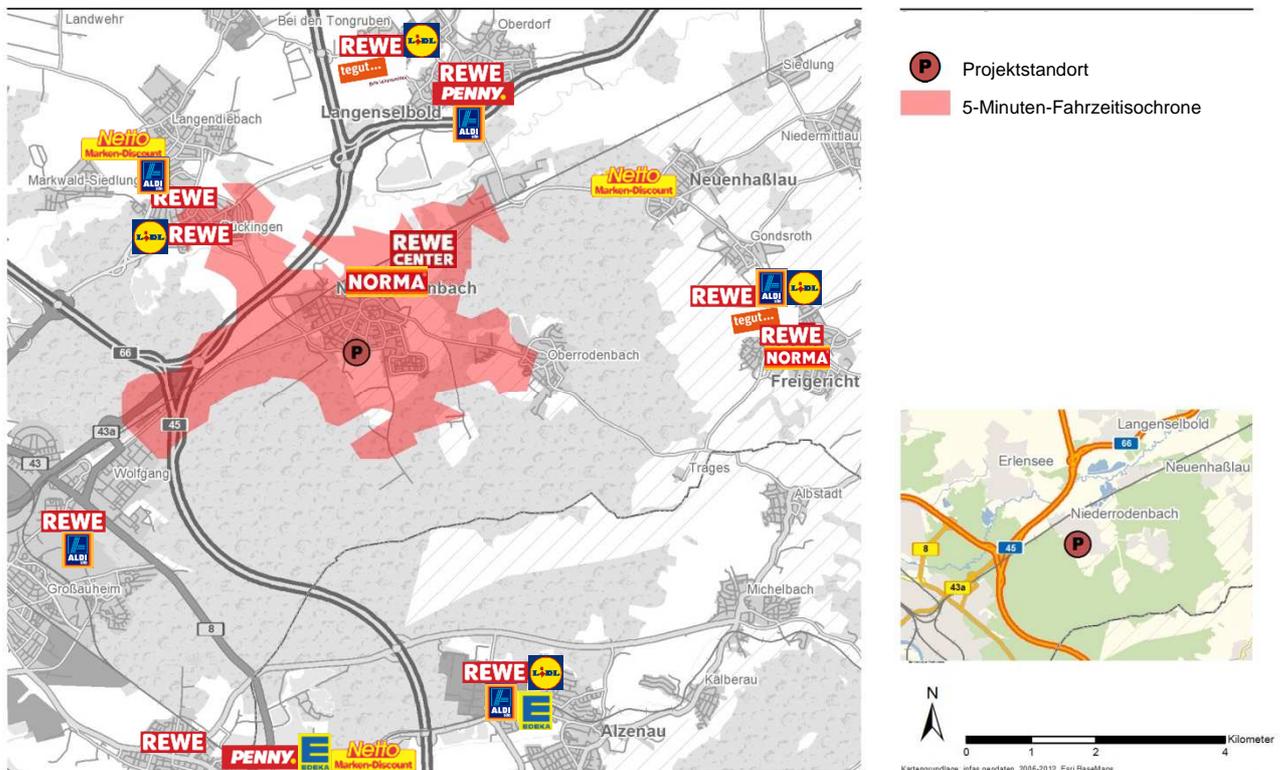
Als Einzugsgebiet wird der Raum definiert, aus welchem die Verbraucher regelmäßig Versorgungsangebote eines Standortes in Anspruch nehmen. Dabei ist von keiner ausschließlichen Einkaufsorientierung zu dem Untersuchungsstandort auszugehen, da auch Kaufkraftabflüsse zu konkurrierenden Einzelhandelslagen bestehen.

Zur Abgrenzung des potenziellen Einzugsgebiets sind vor allem folgende Kriterien eingeflossen:

- die Zeit- und Wegedistanzen zum Erreichen des Standortes und die Verkehrsanbindung,
- die Fristigkeit der Nachfrage und der hierfür in Kauf genommene Zeitaufwand,¹⁰
- topographische und infrastrukturelle Barrieren,
- die Angebotssituation in Rodenbach und im weiteren Umfeld der Gemeinde,
- umliegende Einzelhandelsstandorte, welche das Einzugsgebiet des Vorhabens limitieren und
- die Strahlkraft des Vorhabens, welche u.a. durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit des Angebots, die Standortqualität und ggf. durch Agglomerationseffekte bestimmt wird.

Von besonderer Bedeutung für die Abgrenzung des Einzugsgebietes ist neben der Erreichbarkeit die bestehende Wettbewerbssituation. Die nachfolgend abgebildeten Lebensmittelanbieter stellen dabei einen begrenzenden Faktor für das Einzugsgebiet des Vorhabens am Projektstandort Adolf-Reichwein-Straße¹¹ dar.

Karte 7: Angebotsstandorte im Umfeld des Projektstandortes und 5-Minuten-Fahrzeitisochrone

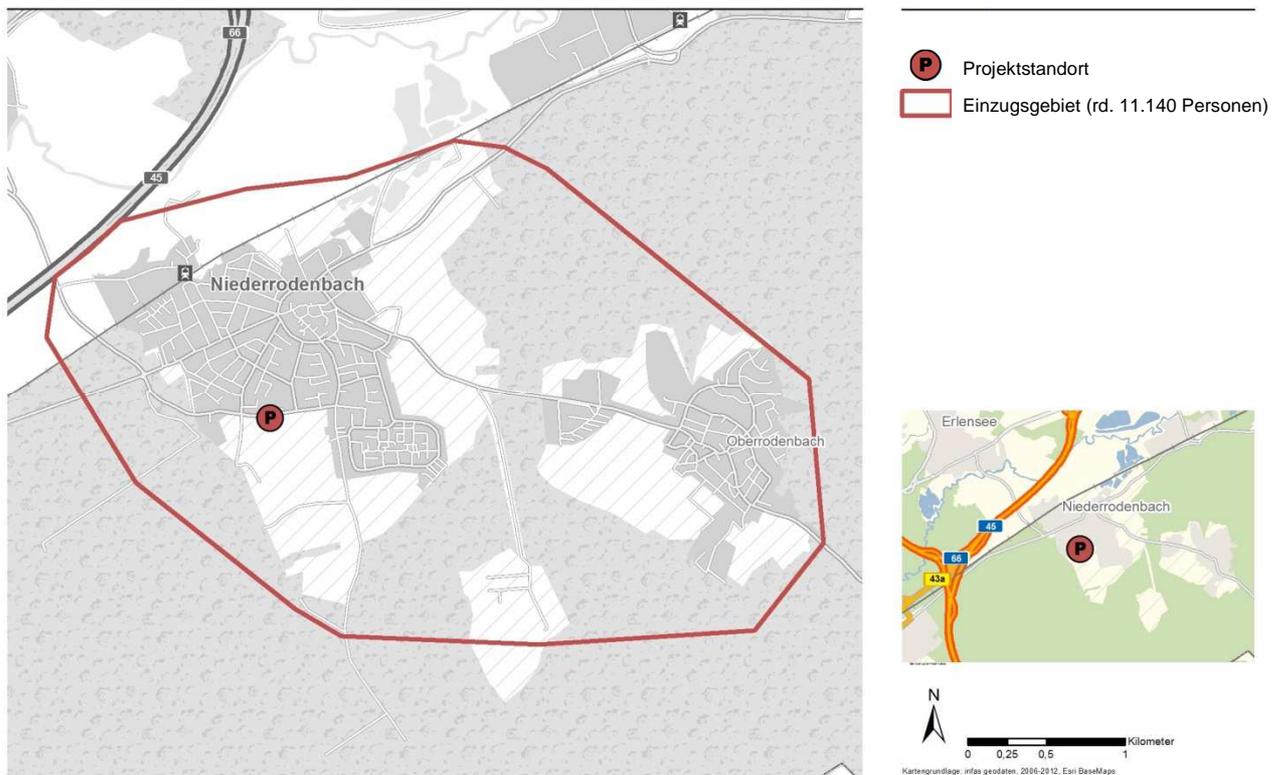


10 Verbraucher akzeptieren zum Einkauf von Lebensmitteln größtenteils eine Entfernung zwischen Wohnung und Einkaufsort von 5 bis maximal 10 Auto-Minuten. (Quelle: BBE Handelsberatung, Nahversorgung 2010, Perspektiven der Nahversorgung).
 11 Für die beiden bestehenden Potenzialflächen wurde für die kartographische Darstellung ein gemeinsamer Projektstandort festgelegt, da für beide Standorte in Bezug auf ihr Einzugsgebiet von analogen Ausgangsvoraussetzungen auszugehen ist.

Der Einzugsbereich wird wesentlich durch die Erreichbarkeit (Fahrzeitdistanz) und das bestehende Lebensmittelangebot im weiteren Umfeld des Standortes limitiert. Hierbei grenzt insbesondere die Stadt Hanau mit ihrem leistungsfähigen Angebot den Einzugsbereich des Vorhabens ein. Weitere umliegende Orte, welche ein umfassendes Nahversorgungsangebot besitzen, sind Erlensee, Langenselbold, Freigericht (Somborn) und Alzenau. Nordöstlich verfügen insbesondere die beiden weiter entfernt liegenden Orte Gründau und Gelnhausen über ein attraktives Einzelhandelsangebot, welches deutlich über die beiden Orte hinaus ausstrahlt (vgl. Abb. 2).

Auf Basis der vorstehenden Faktoren ist davon auszugehen, dass das Vorhaben lediglich ein örtliches Einzugsgebiet erschließen kann. Dies ist ferner auch aus der Qualität des Projektstandortes abzuleiten, da es sicher hierbei um einen städtebaulich integrierten Standort und nicht um einen sog. „Fahrstandort“ handelt.

Karte 8: Einzugsgebiet des Projektvorhabens an der Adolf-Reichwein-Straße



Aktuell wohnen in dem Einzugsgebiet rd. 11.140 Personen. Mit der Entwicklung des Wohngebietes an der Adolf-Reichwein-Straße werden rd. 990 Einwohner im Einzugsgebiet hinzukommen, so dass sich ein zukünftiges Bevölkerungspotenzial (abzüglich des Bevölkerungsverlustes auf Grund der demographischen Entwicklung)¹² von **rd. 12.010 Personen** ergibt.

Grundlegend 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 liegen demzufolge in der Natur der Sache.

Das aufgezeigte Einzugsgebiet endet folglich nicht punktgenau an der dargestellten Grenze. Aus dem Bereich, welcher über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinausreicht, ist lediglich vereinzelt mit Streumsätzen (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.

¹² Der Markteintritt des Vorhabens wurde auf das Jahr 2016 projiziert. Auf Grund der demographischen Entwicklung ist bis zu diesem Jahr ein durchschnittlicher Bevölkerungsverlust in Rodenbach von rd. 0,3 % p.a. zu erwarten (vgl. Tab.2).

4.2. Marktpotenzial im Einzugsgebiet

Die Höhe des Marktpotenzials wird durch die jährlichen bundesdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben für die jeweiligen Sortimentsbereiche bestimmt. Bei den Verbrauchsausgaben wurden bereits die Ausgabevolumina für Direktvertrieb, Versandhandel, Home-Shopping, Online-Handel/E-Commerce und die sonstigen Anbieter abgezogen, so dass nur die reinen Ausgaben für den stationären Einzelhandel der projektrelevanten Branche Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Randsortimente für Non-Food) ausgewiesen sind.

Der Durchschnittswert der Verbrauchsausgaben wird mit Hilfe der sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffer¹³ an die lokalen Verhältnisse im Einzugsgebiet angepasst und mit dem Einwohnerpotenzial multipliziert.

Tabelle 2: Marktpotenzial der projektrelevanten Branche Lebensmittel im Einzugsgebiet

	Einwohner	Verbrauchsausgaben p.a.	sortimentsspez. Kaufkraftindex	Marktpotenzial
	abs.	EUR p.P		Mio. EUR p.a.
Rodenbach 2013	11.143	2.278	106,1	26,93
Rodenbach 2016	12.010	2.278	106,1	29,03

Quelle: BBE Handelsberatung, Markt- und Strukturdaten im Einzelhandel 2013
 MB-Research Nürnberg, Sortimentspezifische Kaufkraftkennziffern für die Branche Nahrungs- und Genussmittel für die Gemeinde Rodenbach 2013

Basierend auf dem vorhandenen Konsumentenpotenzial, den jährlichen Verbrauchsausgaben und unter Berücksichtigung des sortimentspezifischen Kaufkraftniveaus von Rodenbach errechnet sich aktuell ein branchenbezogenes Nachfragepotenzial in Höhe von rd. 26,93 Mio. EUR.¹⁴

Zukünftig wäre auf Grund der rückläufigen demographischen Entwicklung (vgl. Bevölkerungsprognose unter Pkt. 2) von einem leicht sinkenden Marktpotenzial auszugehen. Auf Basis der beschriebenen Ansiedlung eines Wohngebietes südlich der Adolf-Reichwein-Straße wird sich jedoch das Nachfragepotenzial in den nächsten Jahren in Rodenbach deutlich erhöhen. Auf Grundlage des Bevölkerungszuwachses ist für das Prognosejahr 2016 per Saldo mit einem jährlichen Nachfragevolumen nach Nahrungs- und Genussmitteln in Höhe von **rd. 29,03 Mio. EUR** zu rechnen.

¹³ Die sortimentspezifische Kaufkraft spiegelt die Nachfrage der privaten Haushalte bzw. Personen einer Stadt oder Region für spezielle Sortimente bzw. Warengruppen im Einzelhandel wider. Sie weicht von der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ab, welche zusammenfassend die Ausgaben über alle Sortimente im Einzelhandel darstellt (vgl. Abbildung 1). Durch die sortimentspezifische Kaufkraft werden die unterschiedlichen Elastizitäten innerhalb der einzelnen Branchen des Einzelhandels abgebildet.

¹⁴ Bei der Kaufkraftprognose wurden gleichbleibende Verbrauchsausgaben und eine analoge sortimentspezifische Kaufkraft für das Jahr 2016 unterstellt.

4.3. Zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet des Projektvorhabens

Um die Auswirkungen des Ansiedlungsvorhabens in Niederrodenbach zu bewerten, wird analysiert, ob zentrale Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet des Vorhabens vorhanden sind.

Prinzipiell handelt es sich bei zentralen Versorgungsbereichen um räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.¹⁵ Neben Handelsbetrieben sollte der zentrale Versorgungsbereich auch Dienstleistungsbetriebe und 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 Versorgungsbereichs setzt 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.¹⁶ Innerhalb von Städten kann es demnach mehr als einen zentralen Versorgungsbereich und unterschiedliche Typen bzw. Hierarchiestufen von Versorgungsbereichen (Innenstadtzentrum, Nebenzentrum, Grund-/ Nahversorgungszentrum) geben.

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 Gemeinde Rodenbach besitzt kein Einzelhandels- oder Zentrenkonzept, welches zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 11 Abs. 3 BauNVO ausweist. Auf Grundlage einer Ortsbegehung konnte ferner kein faktischer zentraler Versorgungsbereich identifiziert werden.¹⁷ Die bestehenden innerörtlichen Lagen¹⁸ waren im gesamtstädtischen Maßstab nur durch einen rudimentären Einzelhandelsbestand geprägt, welche insbesondere auf Grund des flächenseitig bzw. zahlenmäßig eingeschränkten Einzelhandelsbesatzes nicht die Merkmale eines zentralen Versorgungsbereiches besaßen.

Insbesondere wurde geprüft, inwieweit die historische Ortsmitte des Ortsteils Niederrodenbach die Merkmale eines zentralen Versorgungsbereiches besitzt. Hierbei handelt es sich im Wesentlichen um die beiden Straßenzüge Hauptstraße und Kirchstraße, welche durch einen zusammenhängenden Besatz an attraktiven Fachwerkhäusern geprägt sind. Aus Einzelhandelssicht sind hier jedoch lediglich fünf Handelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 120 m² vorhanden, so dass diese Standortlage nicht die Merkmale eines zentralen Versorgungsbereiches besitzt.

Gleiche Einschätzung trifft auf den östlichen Bereich der Hanauer Landstraße zu, wo neben zahlreichen Dienstleistungsangeboten jedoch nur sechs Handelsbetriebe verortet sind. In westlicher Richtung sind zudem kaum Handelsbetriebe vorhanden, da die Erdgeschosszonen vorwiegend durch Wohn- bzw. zum Teil durch Kleingewerbenutzungen belegt sind. Im gesamtstädtischen Maßstab ist mit rd. 400 m² nur ein rudimentärer Einzelhandelsbesatz vorhanden, welcher kein umfassendes Einzelhandelsangebot darstellen kann und somit nicht die Merkmale eines zentralen Versorgungsbereiches aufweist.

¹⁵ vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007.

¹⁶ vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7 A 964/05] vom 11.12.2006.

¹⁷ Anmerkung: Sollte zukünftig ein zentraler Versorgungsbereich in der Gemeinde Rodenbach entwickelt werden, so ist eine grundsätzliche Bestimmung in einem von der Gemeinde beschlossenen Einzelhandels- und Zentrenkonzept festzulegen, da hiermit die städtebaulichen Zielvorstellungen der Gemeinde in Bezug zur Einzelhandelsentwicklung definiert werden.

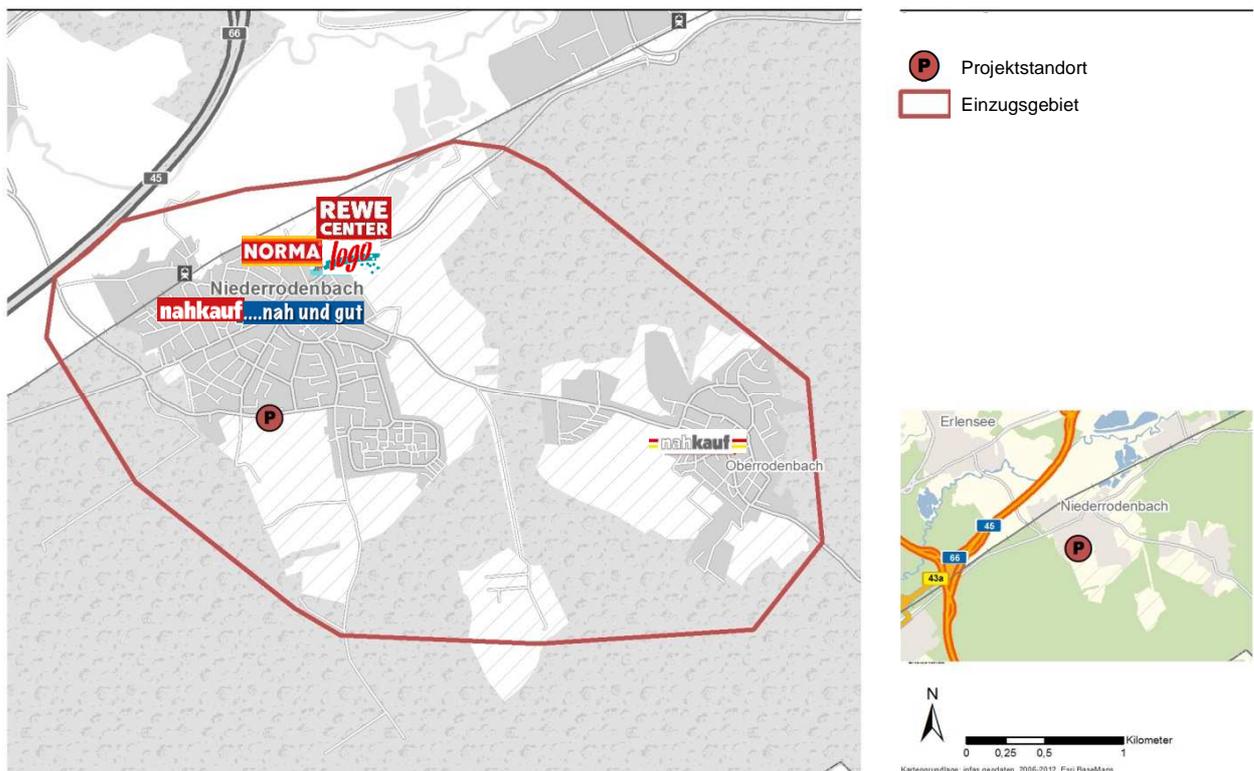
¹⁸ Im Rahmen der Ortsbegehung bzw. Standortanalyse wurden die historische Ortsmitte (Hauptstraße, Kirchstraße) und die Hanauer Landstraße einer eingehenden städtebaulichen Prüfung unterzogen.

4.4. Angebotsanalyse der Branche Lebensmittel

Für die folgende Analyse wurden alle projektrelevanten Einzelhandelsflächen¹⁹ mit dem Umsatzschwerpunkt Lebensmittel (inkl. Nahrungsmittelhandwerker) im Oktober 2014 im Rahmen einer Vor-Ort-Erhebung in Rodenbach und in umliegenden Orten aufgenommen.

In Rodenbach ist ein **aktueller Bestand** von 22 Lebensmittelanbietern des Ladeneinzelhandels und des Ladenhandwerks vorhanden. Die gesamte Verkaufsfläche im Sortimentsbereich Lebensmittel liegt bei ca. 9.000 m². Folgende Karte stellt die strukturprägenden Anbieter dar.

Karte 9: Kartierung der größeren Lebensmittelanbieter in Rodenbach



Die **Standorte** der strukturprägenden Lebensmittelanbieter²⁰ liegen im zentralen bzw. im nordöstlichen Gemeindegebiet des Ortsteils Niederrodenbach. Die beiden kleineren Lebensmittel SB-Geschäfte nahkauf sowie nah und gut befinden sich dabei in städtebaulich integrierter Lage, während REWE, Norma und Logo Getränkemarkt an einem autokundenorientierten bzw. dezentralen Standort verortet sind. Das Lebensmittelangebot konzentriert sich demnach auf den nördlichen Bereich von Niederrodenbach, während in dem südlichen Gemeindeteil - in welchem eine hohe Bevölkerungsverdichtung besteht - keine wohnortnahe Versorgung vorhanden ist. Im Ortsteil Oberrodenbach wird die Nahversorgung durch ein Lebensmittel-SB-Geschäft von nahkauf dargestellt.

Die flächenseitige **Angebotsstruktur** in Rodenbach wird durch den Betriebstyp SB-Warenhaus/ Verbrauchermarkt (vgl. Definition der Betriebstypen in Anlage 1) geprägt. Das REWE Center, welches aus der Umstrukturierung des vormaligen Toom-Marktes hervorgegangen ist, offeriert auf einer Gesamtfläche von rd.

19 Als Verkaufsfläche wurden die Fläche des Verkaufsraumes sowie die Thekenbereiche, der Kassenvorraum, Ausstellungsflächen und alle dem Kunden begehbaren Flächen zugeordnet. Sonstige Nebenräume (Lager, Büro, Verwaltungs- und Personalräume, Werkstätten) wurden nicht erfasst. (vgl. Urteile BVerwG [4 C 14.04] vom 24.11.2005, OVG Nordrhein-Westfalen [7 B 1767/08] vom 06.02.2009).

20 Es ist explizit darauf hinzuweisen, dass eine Totalerhebung des Angebots erfolgte, d.h. es wurden alle Angebotsbetriebe ermittelt, die Nahrungs- und Genussmittel als Hauptsortiment führen. Auf Grund der spezifischen Sortimentsbreite und -tiefe sind dabei jedoch v.a. die Betriebe im Fokus, die vergleichbare nahversorgungsrelevante Sortimente als Kernsortiment führen.

6.700 m² (inkl. separatem Getränkemarkt) ein umfassendes Lebensmittelvollsortiment.²¹ Dieses Angebot wird durch eine integrierte Non-Food-Abteilung ergänzt. Die Attraktivität und die Warendarstellung des Marktes sind allenfalls als durchschnittlich attraktiv zu bewerten. Die Außenanlagen des Marktes wirken nicht zeitgemäß bzw. sind vernachlässigt und weisen einen Investitionsstau auf. Der langjährig eingeführte Markt, welcher bereits in 1973 eröffnet wurde, befindet sich an einem dezentralen Standort und dient nicht der wohnortnahen Versorgung, da im unmittelbaren Nahbereich keine Wohnbebauung vorhanden ist.

In Rodenbach ist mit Norma ein Discounter vorhanden, der einen Flächenanteil von rd. 9 % der gesamten Lebensmittelverkaufsfläche einnimmt. Norma deckt insbesondere das preisorientierte Warenssegment ab, wobei das Angebot im Wesentlichen auf Lebensmittelteilsortimente bzw. sogenannte „Schnelldreher“ begrenzt ist. Der Discounter ist als moderner und attraktiver Betrieb einzustufen und führt ein standardisiertes Sortiment. Im Standortverbund mit Norma, welcher oberhalb der Großflächigkeit liegt, sind KIK, Rossmann und Logo Getränkemarkt verortet, so dass es sich um eine attraktive Nahversorgungsdestination handelt.

Eine flächenmäßig untergeordnete Bedeutung haben die drei kleineren Lebensmittel SB-Geschäfte. Es sind mit zwei nahkauf- und einer nah und gut-Filiale jeweils kleinformatige Lebensmittelanbieter vorhanden, welche in siedlungsintegrierter Lage die wohnortnahe Versorgung übernehmen. Eine wichtige Versorgungsfunktion übernimmt insbesondere die nahkauf-Filiale im Ortsteil Oberrodenbach, da dieser Markt für die hier lebende Bevölkerung den einzigen Lebensmittelanbieter darstellt. Auf Grund der eingeschränkten Verkaufsfläche können alle Märkte nur einen Teilausschnitt des Sortiments präsentieren.

Abbildung 3: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Rodenbach (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Neben den genannten Anbietern ergänzen weitere Betriebsformen das Lebensmittelangebot. Aktuell sind drei Getränkemärkte vorhanden, welche das Angebot in den Warengruppen alkoholische und nicht-alkoholische Getränke abdecken. Die beiden Anbieter REWE (rd. 510 m² VK) und Logo Getränkemarkt (rd. 410 m² VK) sind dabei als leistungsstarke Anbieter einzustufen.

Weiterhin existieren in Rodenbach acht Betriebe des Nahrungsmittelhandwerks (Bäcker, Metzger), welche die Versorgung im Frischebereich komplettieren. Diese kleinflächigen Angebotsformate präsentieren sich meist attraktiv und marktgerecht. Eine flächenmäßig untergeordnete Bedeutung haben kleinere Lebensmittelgeschäfte. Hier sind aktuell sechs Anbieter (u.a. Wein, Feinkost, Tee, Hofladen) vorhanden.

Abbildung 4: Sonstige Lebensmittelanbieter in Rodenbach (Auswahl)



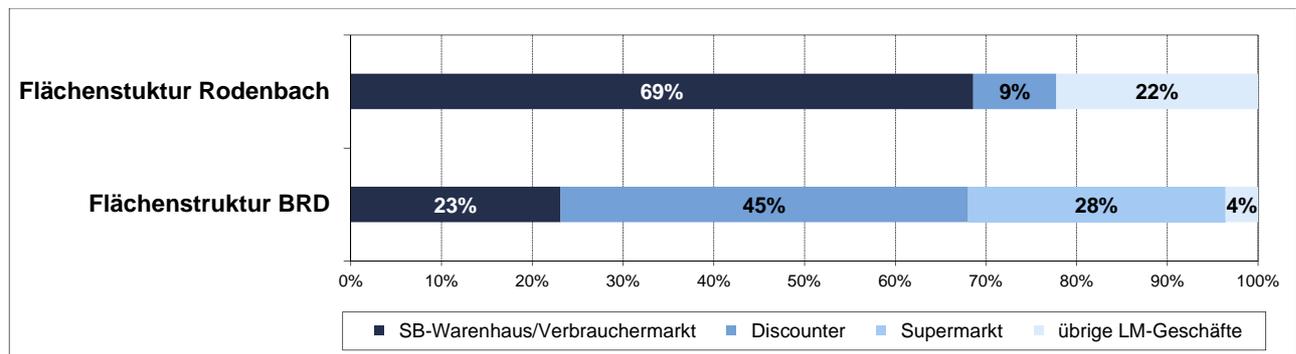
Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

21 In der Vorkassenzone des REWE Centers befinden sich weiterhin diverse Komplementärangebote.

Zusammenfassend ist auf Grund des beschriebenen Bestandes in Rodenbach ein durchschnittlich attraktives Lebensmittelangebot vorhanden. Flächenseitig wird das Sortiment durch ein für die Einwohnerzahl überdimensioniertes SB-Warenhaus geprägt, welches in Bezug auf seinen Marktauftritt als nicht zeitgemäß zu bewerten ist. In Kombination mit dem bestehenden Discounter kann jedoch eine gewisse Angebotsdurchmischung (Vollsortiment/Discountsortiment) präsentiert werden.

Das derzeitige Fehlen des Betriebstyps Supermarkt wird mit der geplanten Ansiedlung an der Adolf-Reichwein-Straße ausgeglichen, so dass in Zukunft alle wesentlichen Betriebstypen des Lebensmittelhandels in der Gemeinde vorhanden sind.

Abbildung 5: Verkaufsflächenstruktur des Lebensmitteleinzelhandels in Rodenbach im Vergleich



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Oktober 2014

Nachfolgend wird das Angebot - differenziert nach Betrieben, Flächen und generiertem Umsatz - nach einzelnen **Versorgungslagen** der Gemeinde Rodenbach dargestellt. Hierbei wird nach der Ortsmitte der beiden Gemeindeteile, nach sonstigen integrierten Lagen in Niederrodenbach und nach dem dezentral liegenden Fachmarktstandort im Nordosten des Gemeindeteils Niederrodenbach differenziert.

Tabelle 3: Angebot des Lebensmitteleinzelhandels in Rodenbach nach Lagen

	Verkaufsfläche		Umsatz		Betriebe	
	m ²	%	Mio. EUR	%	abs.	%
Niederrodenbach-Ortsmitte	420	5	1,80	5	7	32
Niederrodenbach-sonstige integr. Lagen	460	5	1,98	6	8	36
Niederrodenbach-Fachmarktzentrum	7.990	88	29,12	87	6	27
Oberrodenbach	150	2	0,49	2	1	5
Gesamt	9.020	100	33,39	100	22	100

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Oktober 2014

Mit rd. 88 % ist ein großer Teil der Lebensmittelverkaufsfläche von Rodenbach in der Fachmarkttagglomeration im Nordosten des Gemeindegebietes verortet, wo ebenfalls der Großteil des Umsatzes generiert wird. Die verbleibenden Lagen spielen in Bezug auf die bestehenden Flächen und die Umsätze eine untergeordnete Rolle.

Die **Zentralität** (Umsatz-Kaufkraft-Relation) drückt das Verhältnis zwischen den erzielten Einzelhandelsumsätzen (vgl. Tab. 3) und dem vorhandenen Nachfragevolumen (vgl. Tab. 2) aus. Durch die Gegenüberstellung können Aussagen abgeleitet werden, ob per Saldo Kaufkraftzuflüsse (> 100) oder Kaufkraftabflüsse (< 100) in der Gemeinde Rodenbach existieren.

Auf Basis des ladeneinzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens und der betriebs- bzw. ortstypischen Einzelhandelsumsätze errechnet sich für die Gemeinde Rodenbach eine Zentralität von rd. 124. Das bedeutet,

dass die vorhandenen Anbieter in Rodenbach per Saldo die lokale Kaufkraft binden können und einen Umsatzzufluss aus dem Umfeld induzieren.

Tabelle 4: Aktuelle Zentralität der Branche Lebensmittel der Gemeinde Rodenbach

	Marktpotenzial Mio. EUR	realisierte Umsätze Mio. EUR	Zentralität
Rodenbach	26,93	33,39	124,0

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die hohe Zentralität in der Lebensmittelbranche ist mit der Existenz des SB-Warenhauses REWE Center zu begründen, welches im weiteren Umfeld der einzige Anbieter dieses Betriebstyps ist und somit auch ein überörtliches Einzugsgebiet erschließt. Auf der anderen Seite ist ein verhältnismäßig geringes flächenseitiges Angebot im Discounterbereich und kein Angebot im Segment Supermarkt gegeben, so dass hier zum Teil Erlöse an umliegende Orte abfließen.

5. Städtebauliche Beurteilung des Vorhabens

5.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen

Der Auftraggeber möchte im Rahmen der vorliegenden Untersuchung eine Aussage, inwieweit von dem geplanten Ansiedlungsvorhaben negative Auswirkungen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung ausgehen werden. Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung ist deshalb insbesondere zu prüfen, welche

- Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung und
- die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Ansiedlungsgemeinde bzw. auch umliegenden Gemeinden

im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO anzunehmen sind. Dabei spielen u.a. die städtebaulichen Gegebenheiten und die ökonomischen Auswirkungen (d.h. die Umsatzzumlenkungen) auf die jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche bzw. bestehende Nahversorgungslagen eine wesentliche Rolle. Somit soll der Schutz des Einzelhandels an solchen Standorten sichergestellt werden, welche funktionsgerecht in das städtebauliche Ordnungssystem eingebunden sind.

Noch nicht abschließend geklärt ist, ab welcher Höhe der Umsatzzumlenkungen negative Auswirkungen auftreten können. In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis hat sich jedoch (abgeleitet aus der Zulässigkeit von Vorhaben nach § 34 Abs. 3 BauGB) als quantitative Orientierungsgröße etabliert, dass bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust ab 10 %, bei anderen Sortimenten ab 20 % zu Geschäftsaufgaben führen kann und als abwägungsrelevant angesehen wird.²²

Tabelle 5: Orientierungswerte der Umsatzverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben

	Sortiment	
	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 (u.a. Sortimentsausrichtung betroffener Betriebe, qualitative Aspekte, städtebauliche Gegebenheiten, etwaige Vorschädigungen von Versorgungsbereichen, städtebauliche Qualität, Leerstand, Einzelhandelsstruktur) in die Bewertung der Auswirkungen mit einbezogen. Der Abwägungsschwellenwert von 10 % ist somit ein wesentlicher Indikator für mögliche schädliche Auswirkungen, jedoch nicht als „Demarkationslinie“ zu sehen.²³

²² 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); Urteil OVG Nordrhein-Westfalen (7A 2902/93) vom 05.09.1997; Urteil OVG Brandenburg (3B 116/98) vom 16.12.1998.

²³ vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen (D 63/11.NE) vom 09.11.2012.

Neben der Berechnung der Umsatzzumlenkungen aus zentralen Versorgungsbereichen können noch weitere Indikatoren geprüft werden, um die Auswirkungen des Planvorhabens besser beurteilen zu können. Dazu zählen u.a. die Entfernung des Planvorhabens zu den jeweils betroffenen zentralen Versorgungsbereichen und die Stabilität dieser Lagen. Des Weiteren ist zu prüfen, inwieweit das Planvorhaben auf solche Sortimente abzielt, die in dem jeweiligen zentralen Versorgungsbereich von einem „Magnetbetrieb“ angeboten werden, dessen unbeeinträchtigter Bestand maßgebliche Bedeutung für die weitere Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches hat.²⁴

Mögliche Umsatzzumlenkungen, welche keine schädlichen städtebaulichen Folgen haben, sind bei der Beurteilung der baurechtlichen Genehmigungsfähigkeit zu akzeptieren, da die Genehmigungsverfahren kein Instrument zur Wettbewerbssteuerung darstellen sollen. Schädliche Auswirkungen dürfen also 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. Grundsätzlich sind jedoch schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche dann zu erwarten, wenn deren Funktionsfähigkeit so nachhaltig gestört wird, dass sie ihren Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr substantiell wahrnehmen können.²⁵

Derartige Versorgungsbereiche sind i.d.R. in städtebaulichen Konzepten definiert oder können auch nachvollziehbar an den eindeutigen Verhältnissen vor Ort identifiziert werden. Diese Bereiche können neben der besonders zu schützenden Innenstadt auch Stadtteil-, Quartiers- und Ortsteilzentren umfassen. Die Gemeinde Rodenbach besitzt jedoch aktuell kein Zentrenkonzept, welches zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB sowie § 11 Abs. 3 BauNVO ausweist. Auf Grundlage einer Ortsbegehung konnte ferner kein faktischer zentraler Versorgungsbereich identifiziert werden (vgl. Pkt. 4.3).

²⁴ vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007 und Urteil OVG Nordrhein-Westfalen (10A 1417/07) vom 06.11.2008.

²⁵ vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007.

5.2. Umsatzprognose

Für die Bewertung der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen einer Einzelhandelsansiedlung ist der Umsatz des Planvorhabens relevant, da dieser teilweise in Form von Umsatzumlenkungen wettbewerbswirksam wird.

Nachfolgend wird eine Umsatzherkunftsprognose des Supermarktes auf Grundlage des möglich erzielbaren Marktanteils im Einzugsgebiet (= Marktanteilkonzept²⁶) erstellt. Auf Grund

- der Lagequalität des Projektstandortes,²⁷
- der Größe und des Betriebstyps des Lebensmittelmarktes,
- des örtlichen Nachfragepotenzials und
- der Wettbewerbsintensität im Einzugsgebiet

ergibt sich für den **Supermarkt** ein prognostizierter Umsatz von rd. 6,2 Mio. EUR p.a. Vor allem durch den Einfluss von weiteren Lebensmittelanbietern im Einzugsgebiet und darüber hinaus sowie den ansteigenden Zeit-/ Wegedistanzen zum Erreichen des Vorhabenstandortes verringert sich mit wachsender Entfernung vom Projektstandort die Bindungsintensität des Vorhabens.

Folgende Tabelle stellt die Umsatzprognose (vgl. Karte 8 i.V.m. Tab. 2) des Supermarktes am Standort Adolf-Reichwein-Straße in Niederrodenbach dar.

Tabelle 6: Marktanteilsprognose des projektierten Supermarktes

Vorhaben	Bereich	Marktpotenzial	Ø Marktanteil	Umsatz
		Mio. EUR	%	Mio. EUR p.a.
Supermarkt	Einzugsgebiet	29,03	20	5,81
	Streuumsätze			0,37
	Gesamt			6,18

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Im Einzugsgebiet des Supermarktes (vgl. Karte 8) ist perspektivisch mit einem Marktanteil von rd. 20 % zu rechnen, was einer Umsatzabschöpfung von rd. 5,8 Mio. EUR entspricht. Die verbleibenden Nachfragepotenziale verteilen sich auf andere örtliche Anbieter in Rodenbach.

Neben den Umsätzen aus dem Einzugsgebiet ist ferner mit diffusen Umsatzzuflüssen zu rechnen. Diese sog. Streuumsätze²⁸ resultieren von Kunden außerhalb des Einzugsgebiets und sind vor allem durch Zufallskunden bedingt.

26 Bei dem sog. Marktanteilkonzept wird das relevante Nachfragevolumen im Einzugsgebiet und die mögliche Kaufkraftabschöpfung eines Vorhabens (= Marktanteil) gegenübergestellt. Hierbei werden der Markteintritt des Vorhabens sowie die Realisierung der Wohnbebauung für das Jahr 2016 unterstellt.

27 Die Umsatzprognose gilt für beide Projektstandorte, da die Standortqualität beider Lagen fast gleich ausfällt.

28 Dies sind Umsätze, welche durch Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes 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 Reisenden oder von Zufallskunden.

Nachfolgend wird der Umsatz für den geplanten **Discounter** prognostiziert, wobei die gleichen Prämissen wie bei der vorstehenden Umsatzschätzung des Supermarktes zu Grunde gelegt werden.

Tabelle 7: Marktanteilsprognose des projektierten Discounters

Vorhaben	Bereich	Marktpotenzial	Ø Marktanteil	Umsatz
		Mio. EUR	%	Mio. EUR p.a.
Discounter	Einzugsgebiet	29,03	15	4,35
	Streuumsätze			0,28
	Gesamt			4,63

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Der projektierte Discounter wird in dem abgegrenzten Einzugsgebiet einen Marktanteil von rd. 15 % erzielen, so dass sich ein Umsatz von knapp 4,4 Mio. EUR p.a. ergibt. Zuzüglich von Streuumsätzen von außerhalb des Einzugsgebietes ist ein Jahresumsatz von rd. 4,6 Mio. EUR zu erwarten.

Nachstehend wird auf Basis der Umsatzprognose und der geplanten Verkaufsfläche die Raumleistung des jeweiligen Vorhabens berechnet. Somit wird die Kapazitätsauslastung der Verkaufsfläche deutlich und kann Vergleichswerten gegenübergestellt werden.

Tabelle 8: Prospektive Raumleistung der Ansiedlungsvorhaben

Branche	Betriebstyp	Umsatzprognose	Verkaufsfläche	Raumleistung
		Mio. EUR	m ²	TEUR/m ²
Lebensmittel	Supermarkt	6,18	1.700	3,6
Lebensmittel	Discounter	4,63	1.000	4,6

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Für beide Lebensmittelmärkte errechnet sich eine Raumleistung, die im Rahmen von bundesdurchschnittlichen Vergleichswerten liegt.²⁹ Ein höherer Umsatz wäre zwar auf der projektierten Verkaufsfläche theoretisch möglich, ist jedoch auf Grund

- des auf rd. 12.000 Einwohner begrenzten Nachfragepotenzials im Einzugsgebiet,
- eines auch zukünftig nicht ausdehnbaren Einzugsgebietes,
- eines nicht wesentlich zu steigernden Marktanteils beider Konzepte,
- des Wettbewerbsdrucks durch weitere lokale Lebensmittelanbieter in Rodenbach und auch dem starken überörtlichen Wettbewerb und
- der Standort-/ Lagequalität des Mikrostandortes (städtebaulich integrierter Nahversorgungsstandort, kein „Fahrstandort“)

nicht realisierbar. Somit handelt es sich bei der dargestellten Umsatzprognose um einen Maximalwert („worst-case“) für das Vorhaben.

²⁹ Die bundesdurchschnittliche Raumleistung (brutto) liegt bei Supermärkten bei ca. 3,8 TEUR/m² VK, wobei hier eine Spannweite von 3,3 - 4,3 TEUR/m² VK üblich ist. Bei Lebensmitteldiscountern wird eine Raumleistung von ca. 4,8 TEUR/m² VK erreicht, wobei hier die Spannweite zwischen 3,8 - 5,8 TEUR/m² liegt (vgl. BBE Handelsberatung, Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2013).

Zuzüglich zu den Erlösen der beiden Lebensmittelmärkte sind die Umsätze eines **Bäckers** bzw. eines **Bäckerei-Cafés** zu rechnen. Dieses Bäckerei-Café soll im Standortverbund mit den beiden Lebensmittelmärkten errichtet werden und das Angebot im Frischesegment komplettieren. Die Verkaufs- bzw. Gastronomieflächen sollen rd. 200 m² betragen, so dass die Installation eines großzügigen Sitzbereiches möglich ist.³⁰

Die Umsatzschätzung wurde bei dem Bäcker auf Basis einer maximalen branchenüblichen Raumleistung³¹ vorgenommen. Hierbei wurde eine Verkaufsfläche von rd. 60 m² unterstellt. Die restliche Fläche von rd. 140 m² wird durch den Sitzbereich belegt. Die hier erzielten Erlöse sind dem Bereich Gastronomie zuzuordnen.

Tabelle 9: Umsatzprognose des Bäckers

	Verkaufsfläche m ²	Raumleistung TEUR/m ²	Umsatz Mio. EUR
Bäcker	60	5,5	0,33

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

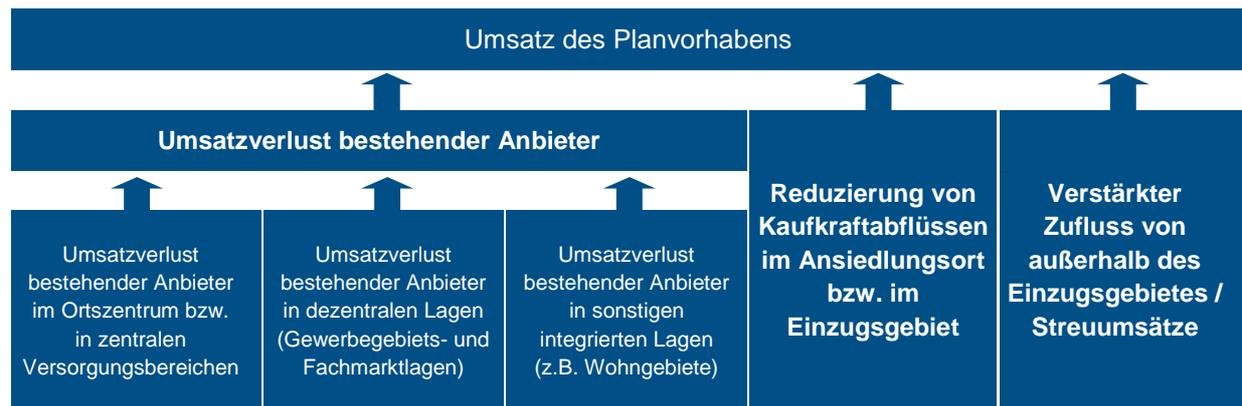
³⁰ vgl. beispielsweise das Konzept von Bäckerei Pappert in der Leipziger Straße 43 in Erlensee.

³¹ Die bundesdurchschnittliche Raumleistung liegt bei Bäckern bei ca. 5,0 TEUR/m² VK, wobei eine Spannweite von 4,5 – 5,5 TEUR/m² VK zu beobachten ist (vgl. BBE Handelsberatung, Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2013).

5.3. Umsatzherkunft der Ansiedlungsvorhaben

Die Umsätze eines Ansiedlungsvorhabens setzen sich aus mehreren Faktoren zusammen. In Abhängigkeit von Art, Größe und Lage des Vorhabens sowie der Wettbewerbssituation fallen die verschiedenen Quellen der Umsatzherkunft unterschiedlich ins Gewicht.

Abbildung 6: Quellen der Umsatzherkunft eines Einzelhandelsvorhabens



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Prinzipiell ist davon auszugehen, dass bei einem unter dem örtlichen Nachfragepotenzial liegenden Angebot ein Umsatzanteil aus der Reduzierung von Kaufkraftabflüssen aus der Ansiedlungsgemeinde bzw. dem Einzugsgebiet resultieren kann. Je geringer das bestehende Angebot an einem Standort in Relation zur durch die Verbraucher dort erzeugten Nachfrage ist, desto höher ist regelmäßig der Umsatzanteil aus der Reduzierung von Kaufkraftabflüssen.

Ein verstärkter Umsatzzufluss von außerhalb des Einzugsgebietes ist vor allem durch sog. Streuumsätze möglich. Diese diffusen Umsätze, deren Herkunft nicht genau bestimmt werden kann, resultieren bspw. aus einer verkehrsgünstigen Lage des Projektstandortes, einem hohen Pendlerüberschuss der Ansiedlungsgemeinde oder von Besuchern eines Ortes.

Mögliche Umsatzumverteilungen entstehen, wenn ein Attraktivitätsgefälle zwischen den bestehenden lokalen Anbietern und dem Planvorhaben gegeben ist. Sie fallen umso höher aus, je größer der Unterschied zu den bestehenden Anbietern ist. Städtebaulich relevant sind Umsatzumverteilungen jedoch nur, wenn sie zu Lasten schützenswerter Bereiche gehen und dabei eine bestimmte Schwelle überschreiten (vgl. Punkt 5.1).

Die folgenden Berechnungen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen werden für die Märkte nicht einzeln getätigt, da es sich bei dem Vorhaben um eine Agglomeration handelt. Aus diesem Grund ist üblicherweise die Summationswirkung am Standort zu betrachten.³² Somit werden die Umsätze bzw. die zu erwartenden Wettbewerbseffekte am Standort in Summe ermittelt.

32 vgl. auch Regionalplan Südhessen/ Regionaler Flächennutzungsplan 2010, zu Z3.4.3-3.

Nachfolgend werden die untersuchungsrelevanten Umsatzquellen des Projektvorhabens, die unter Zuhilfenahme eines computergestützten Simulationsmodells ermittelt wurden, dargestellt.

Tabelle 10: Umsatzherkunft der projektierten Vorhaben

	Umsatzherkunft	
	Mio. EUR	%
Umsatzprognose (vgl. Tab. 6/7/9)	11,14	100
davon aus:		
erhöhte Nachfrage durch Neubevölkerung (rd. 80 % der Neubevölkerung)	1,91	17
Rückholung von Kaufkraftabflüssen aus dem Einzugsgebiet	0,00	0
Streuumsätze	0,65	6
Umsatzumlenkung zu Lasten bestehender Betriebe	8,58	77

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die Umsatzherkunft der Ansiedlungsvorhaben am Standort Adolf-Reichwein-Straße in Niederrodenbach setzt sich aus folgenden Faktoren zusammen:

Ein Teil der Umsatzherkunft ergibt sich aus dem **zusätzlichen Nachfragepotenzial** am Standort, welches aus der Neuansiedlung der Wohnbevölkerung im projektierten Wohnquartier (rd. 990 Personen) resultiert. Das neu hinzutretende Nachfragepotenzial beträgt im Bereich Lebensmittel rd. 2,39 Mio. EUR (vgl. Berechnungsmethodik des Marktpotenzials in Tabelle 2). Hierbei wird perspektivisch ein großer Teil dieser Nachfrage wohnortnah, d.h. in dem geplanten Nahversorgungszentrum realisiert, da mit dem Hinzutreten der einzelnen Lebensmittelmärkte ein umfassendes und ausdifferenziertes Lebensmittelangebot (Supermarkt, Discounter, Bäcker) besteht.³³ Somit werden - auch mit Blick auf das bestehende Lebensmittelangebot in Rodenbach - mögliche Versorgungsfahrten zu anderen Standorten deutlich eingeschränkt.

Die beiden projektierten Lebensmittelmärkte werden in Summe eine Kaufkraftbindung von rd. 80 % dieses „neuen“ Nachfragepotenzials erzielen. Dieser Marktanteil wurde aus der zu erwartenden Kaufkraftabschöpfung der Lebensmittelanbieter in dem abgegrenzten Einzugsgebiet, unter Beachtung des bereits bestehenden Angebots abgeleitet. Die verbleibende Lebensmittelkaufkraft wird an umliegende Angebotsstandorte bzw. Lebensmittelmärkte in Rodenbach oder auch außerhalb der Gemeinde fließen, da die Konsumenten i.d.R. verschiedene Betriebstypen³⁴ zur Deckung ihrer Nachfrage aufsuchen und nicht nur auf einen Anbieter fokussiert sind.

Im Fall des zu beurteilenden Vorhabens spielt eine mögliche **Rückholung von Kaufkraftabflüssen** aus Rodenbach keine wesentliche Rolle. Dies ist aus dem bestehenden Angebot vor Ort, vor allem im Segment Vollsortiment und Discount, abzuleiten.

Es ist mit einem geringen Umsatzzufluss aus **Streuumsätzen** in Höhe von rd. 0,65 Mio. EUR zu rechnen. Diese Erlöse resultieren vor allem von Besuchern des Standortes von außerhalb des Einzugsgebietes bzw. von Zufallskunden.

Der Großteil des Planumsatzes (rd. 8,58 Mio. EUR) kommt durch **Umsatzverlagerungen von bestehenden Anbietern** aus Rodenbach zustande. Die Auswirkungen dieser Umsatzverlagerungen auf die anderen Marktteilnehmer werden in Folge diskutiert.

³³ Es wurde unterstellt, dass 45 % der Neubevölkerung ihre Nachfrage in dem projektierten Supermarkt und 35 % der Neubevölkerung ihre Nachfrage in dem Discounter decken. Die verbleibenden Nachfrageanteile nach Lebensmitteln (rd. 20 %) verteilen sich auf die anderen Anbieter in Rodenbach.

³⁴ Die Nachfrage nach Lebensmitteln verteilt sich i.d.R. auf die einzelnen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels. Dies sind Discounter, Supermärkte, Bio-Märkte, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser.

5.4. Auswirkungsanalyse der Ansiedlungsvorhaben

5.4.1. Methodische Vorgehensweise

Im Rahmen einer qualifizierten Auswirkungsanalyse ist eine sachgerechte Bewertung der Auswirkungen einer geplanten Einzelhandelsansiedlung 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 dem Hinzutreten des Planvorhabens wird sich das räumliche Angebotsgefüge im Untersuchungsraum verändern, so dass sich in Folge Umsatzverlagerungen zu Lasten von einzelnen Standorten bzw. Betrieben ergeben.

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.

5.4.2. Städtebauliche Auswirkungen der Ansiedlungsvorhaben in Rodenbach

Auf Grundlage der prognostizierten Umsatzverluste, welche durch die Ansiedlung eines Supermarktes, eines Discounters und eines Bäckers in Summe induziert werden (vgl. Tab. 10), errechnet sich eine Umsatzumlenkungsquote von durchschnittlich **rd. 26 %** des aktuell in Rodenbach getätigten Bestandsumsatzes. Der vorstehende Wert stellt dabei den Durchschnittswert aller Anbieter dar. Vor allem auf Grund

- des Betriebstypenbesatzes,
- der Entfernung zum Projektstandort sowie
- des spezifischen Einkaufsverhaltens der Konsumenten

verteilen sich die Marktwirkungen nicht gleichmäßig auf alle Wettbewerber im Umfeld. Durch die Sortimentszusammensetzung des Supermarktes und des Discounters werden absatzwirtschaftlich in erster Linie die Betriebe tangiert, die nahversorgungsrelevante Sortimente mit einem vergleichbaren Betreiberkonzept führen. Somit werden vorwiegend Lebensmittelanbieter betroffen sein, welche als sog. Systemwettbewerber einzustufen sind (d.h. REWE und Norma). Andere Anbieter, bspw. Nahrungsmittelhandwerker, Lebensmittel spezialgeschäfte oder Getränkemärkte, die nur Teilsortimente anbieten, werden deutlich geringere Auswirkungen zu verkraften haben.

Des Weiteren werden näher am Projektstandort liegende Anbieter tendenziell höhere Umsatzverluste zu verkraften haben, da i.d.R. mit einer abnehmenden Erreichbarkeit und der Zunahme von Einkaufsalternativen im weiteren Umfeld weniger Kunden zu dem Vorhabenstandort tendieren.

Folgende Tabelle beschreibt die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf die Versorgungslagen der Gemeinde Rodenbach (vgl. Tab. 3):

Tabelle 11: Prognostizierte Umsatzumlenkungen der Ansiedlungsvorhaben

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Niederrodenbach-Ortsmitte	1,80	0,21	11,7
Niederrodenbach-sonstige integrierte Lagen	1,98	0,23	11,6
Niederrodenbach-Fachmarktzentrum	29,12	8,09	27,8
Oberrodenbach	0,49	0,05	10,2
Gesamt	33,39	8,58	25,7

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Grundsätzlich sind auf Basis der Höhe der Umsatzverluste von durchschnittlich knapp 26 % negative Auswirkungen auf die bestehenden Anbieter in Rodenbach zu erwarten (vgl. Tab. 5), was ggf. zu einer Absiedlung eines großformatigen Lebensmittelmarktes führen könnte. Dies würde definitiv den Standortbereich Niederrodenbach-Fachmarktzentrum betreffen. Hierbei ist jedoch anzumerken, dass diese Betriebe nicht in einem sog. zentralen Versorgungsbereich, d.h. in einer im Sinne der BauNVO bzw. des BauGB schützenswerten Lage verortet sind (vgl. auch Ausführungen unter Pkt. 4.3).

Die anderen Standortlagen, wobei insbesondere die Anbieter in der Ortsmitte von Niederrodenbach und Oberrodenbach eine wichtige Nahversorgungsfunktion besitzen, würden Umsatzverlagerung von bis zu 12 % zu verkraften haben. Auf Basis der Höhe dieser Werte ist von einer Intensivierung des Wettbewerbs auf diese Anbieter auszugehen, was zu einer deutlichen Verschlechterung der Stabilität dieser Lebensmittelanbieter führen könnte.

Für die vorstehende Modellrechnung wurde unterstellt, dass die Ansiedlungsvorhaben nur eine anteilige Kaufkraftabschöpfung von rd. 80 % (d.h. 1,91 Mio. EUR [vgl. Tab. 10]) des Nachfragepotenzials des neu zu

entwickelnden Wohngebietes³⁵ binden. Die verbleibende Lebensmittelkaufkraft von knapp 0,5 Mio. EUR wird demnach an umliegende Standorte bzw. Lebensmittelanbieter in Rodenbach fließen, so dass hier mit einem erhöhten Umsatzvolumen zu rechnen ist. Diese zusätzlichen Umsätze der Bestandsanbieter wurden in der vorstehenden Umsatzverteilungsrechnung nicht berücksichtigt, so dass die ausgewiesenen Umsatzumlenkungsquoten auf Grund der erhöhten Bestandsumsätze niedriger ausfallen werden. Demzufolge stellen die dargestellten Umsatzverluste der Tabelle 11 die Maximalwerte („worst-case“) dar. Jedoch werden auch unter Berücksichtigung dieser Tatsache die Umsatzverlagerungen über dem Abwägungsschwellenwert der Verträglichkeit (vgl. Tab. 5) liegen.

Fazit: Durch die Höhe der zu erwartenden Umsatzverluste ist ggf. die Absiedlung eines großformatigen Lebensmittelmarktes in dem Fachmarktzentrum im Nordosten der Gemeinde Rodenbach zu erwarten. Grundsätzlich handelt es sich zwar nicht um einen sog. schützenswerten Standort, wobei jedoch mögliche negative städtebauliche Auswirkungen (d.h. Leerstand) auch in dieser Standortlage weitgehend vermieden werden sollten. Aus diesem Grund ist der Gemeinde Rodenbach zu empfehlen, von der geplanten Ansiedlung von zwei Lebensmittelmärkten, d.h. einem Supermarkt und einem Discounter, Abstand zu nehmen. Um jedoch für den südlichen Standortbereich von Niederrodenbach eine adäquate Nahversorgung³⁶ anzubieten, wird in Folge die Ansiedlung eines Supermarktes und eines Discounter (inkl. eines Bäckers) jeweils im Einzelfall geprüft.

1. Ansiedlung eines Supermarktes

Mit dem Hinzutreten eines Supermarktes (inkl. Bäcker) ergibt sich eine Umsatzverlagerung auf die Bestandsanbieter in Rodenbach von rd. 5,06 Mio. EUR.³⁷ Auf Basis der in Rodenbach getätigten Erlöse errechnet sich für alle Anbieter ein durchschnittlicher Umsatzverlust von **rd. 15 %**. Da sich die Marktwirkungen auf die einzelnen Anbieter in unterschiedlicher Höhe verteilen, ergeben sich jeweils differenzierte Auswirkungen auf die einzelnen Versorgungslagen.

Tabelle 12: Prognostizierte Umsatzumlenkungen bei Ansiedlung eines Supermarktes

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Niederrodenbach-Ortsmitte	1,80	0,11	6,1
Niederrodenbach-sonstige integrierte Lagen	1,98	0,13	6,6
Niederrodenbach-Fachmarktzentrum	29,12	4,79	16,4
Oberrodenbach	0,49	0,03	6,1
Gesamt	33,39	5,06	15,2

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die Lebensmittelanbieter in der Ortsmitte Niederrodenbach werden einen verhältnismäßig geringen Umsatzverlust von durchschnittlich rd. 6 % zu verkraften haben. Dieser Wert der Umsatzverlagerung liegt mit einem Sicherheitspuffer unter dem Abwägungsschwellenwert der Verträglichkeit von rd. 10 % (vgl. Tab. 5). Somit ist lediglich von einer Intensivierung des Wettbewerbs auszugehen. Etwaige Abschmelzungstenden-

35 Die 990 Einwohner in dem geplanten Wohngebiet verfügen über ein jährliches Nachfragepotenzial im Bereich Lebensmittel von rd. 2,39 Mio. EUR (vgl. Berechnungsmethodik des Marktpotenzials in Tab. 2).

36 Im südlichen Gemeindeteil von Niederrodenbach ist derzeit keine Nahversorgung in fußläufiger Entfernung vorhanden. Ferner wird dieser Bereich durch das geplante Wohngebiet um rd. 990 Einwohner wachsen, so dass naturgemäß das Nachfragepotenzial hier ansteigen wird.

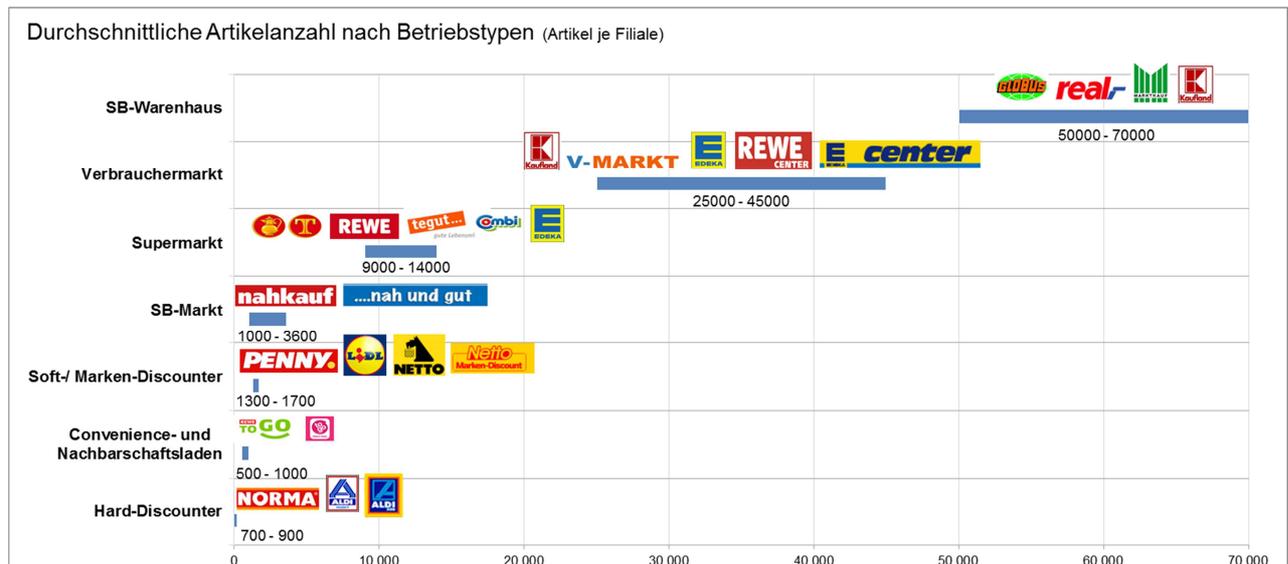
37 Die Umsatzverluste, welche der Supermarkt auslösen wird, ergeben sich aus seinem Gesamtumsatz (6,18 Mio. EUR), abzgl. der Streuumsätze (0,37 Mio. EUR, vgl. Tab. 6) und abzgl. der erhöhten Nachfrage durch die hinzutretende Neubevölkerung des Wohngebietes Adolf-Reichwein-Straße (45 % des Nachfragevolumens der Neubevölkerung, d.h. 1,08 Mio. EUR). Hinzu addieren sich die Umsätze des geplanten Bäckers in Höhe von rd. 0,33 Mio. EUR (vgl. Tab. 9), so dass sich insgesamt eine Umsatzumlenkung von 5,06 Mio. EUR errechnet.

zen sind aus diesen Werten der Umsatzverlagerung nicht abzuleiten, so dass ein Umschlagen von rein wirtschaftlichen zu städtebaulichen Auswirkungen mit einer hohen Sicherheit auszuschließen ist. Die prognostizierten Umsatzrückgänge von ca. 0,11 Mio. EUR verteilen sich ferner auf insgesamt sieben Lebensmittelanbieter, so dass die einzelbetrieblichen Umsatzverluste deutlich unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze von rd. 0,1 Mio. EUR³⁸ liegen werden.

Insbesondere sind keine negativen Auswirkungen auf den SB-Markt *nah und gut* in der Hanauer Landstraße zu erwarten, da dieser Markt (trotz seiner verhältnismäßig geringen Größe) einen Magnetbetrieb darstellt und die wohnortnahe Versorgung in seinem fußläufigen Umfeld sichert.

Im Gegensatz zu dem Planvorhaben führt dieser Markt nur ein eingeschränktes Angebot (vgl. folgende Abbildung) und kann auf Grund der Verkaufsfläche kein Vollsortiment anbieten. Somit ist keine direkte Überschneidung zu dem geplanten Betriebstyp Supermarkt gegeben, da das Planvorhaben vor allem mit angebots- bzw. systemgleichen Märkten in unmittelbarem Wettbewerb steht. Ferner hat *nah und gut* diverse Komplementärangebote (u.a. Lotto, Fotoprint, Zeitungen/Zeitschriften) im Sortiment, welche dem Markt eine gewisse Stabilität und Multifunktionalität geben.

Abbildung 7: Durchschnittliche Artikelanzahl nach Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Die Lebensmittelanbieter in den sonstigen integrierten Lagen in Niederrodenbach werden Umsatzrückgänge zwischen 6 bis 7 % hinnehmen müssen. Auf Basis der Höhe dieser Umsatzverluste ist keine Absiedlung von Anbietern zu erwarten, da lediglich von einer gewissen Intensivierung des Wettbewerbs auszugehen ist. Die zu erwartenden Umsatzverlagerungen von rd. 0,13 Mio. EUR verteilen sich zudem auf insgesamt acht Lebensmittelanbieter, so dass die einzelbetrieblichen Umsatzverluste unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze liegen und für die jeweiligen Anbieter kaum spürbar werden.

Wesentlich bei dieser Betrachtung sind die Auswirkungen auf den SB-Markt *nahkauf*, welcher in siedlungs-integrierter Lage eine wichtige Nahversorgungsfunktion für sein fußläufiges Umfeld im nördlichen Bereich von Niederrodenbach ausübt. Wie bereits im Fall des SB-Marktes *nah und gut* dargestellt, kann auch *nahkauf* auf Grund seiner eingeschränkten Verkaufsfläche nur ein begrenztes Lebensmittelangebot anbieten, welches nur auf Teilsortimente ausgerichtet ist. Somit besteht keine direkte Überschneidung zu dem geplanten Supermarkt. Ferner besitzt *nahkauf* ein gewisses Alleinstellungsmerkmal in Rodenbach, da hier

38 Umsatzumlenkungseffekte von unter 0,1 Mio. EUR 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.

eine Zweigstelle der Post installiert ist. Zusammenfassend ist somit einzuschätzen, dass negative Auswirkungen auf die beiden vorstehend beschriebenen Standortlagen in Niederrodenbach, welche einen wichtigen Beitrag für die verbrauchernahe Versorgung leisten, nicht anzunehmen sind.

Die höchsten Umsatzverluste, welche auf durchschnittlich rd. 16 % zu prognostizieren sind (vgl. Tab. 12), werden die Lebensmittelanbieter in dem dezentral liegenden Fachmarktzentrum im Nordosten des Gemeindeteils Niederrodenbach zu verkraften haben. Hier werden die beiden großformatigen Lebensmittelmärkte REWE und Norma den Großteil dieser Umsatzverlagerungen zu dem Projektstandort in der Adolf-Reichwein-Straße hinnehmen müssen. Dies ist aus der Sortimentsüberschneidung abzuleiten, da beide Märkte - wie auch das Projektvorhaben - ein umfassendes Lebensmittelsortiment führen.

Die Umsatzverluste von *Norma* werden dabei mit rd. 10 % im Vergleich zum REWE Center niedriger ausfallen, da der projektierte Supermarkt an der Adolf-Reichwein-Straße als Vollsortimenter eine andere Kundenausrichtung als der betroffene Discounter *Norma* hat. *Norma* deckt als Discounter grundsätzlich ein preisorientiertes Warenssegment ab und führt - im Gegensatz zu einem Supermarkt - einen geringeren Anteil an Markenwaren. Das Angebot des Discounters ist ferner auf ausgewählte Bereiche bzw. Lebensmittelsortimente und vorwiegend auf sogenannte „Schnelldreher“ begrenzt. Der Discounter ist somit auf ein schmales Sortiment bei einem hohen Warenumsatz ausgerichtet und bietet nur eine Grundpalette für die Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln auf Discountniveau an. Dagegen offeriert ein Supermarkt ein breites und umfassendes Angebot (Vollsortiment), welches eine Betonung auf Frische, Qualität, Sortimentstiefe, Service, Convenience und nicht nur auf den Preis hat. Die Angebotsbreite und -tiefe liegt dabei deutlich über der von Discountern (vgl. vorstehende Abb. 7).

Auf Grundlage der Höhe dieser Umsatzverluste ist der Lebensmittelmarkt von *Norma* nicht als gefährdet anzusehen, da es sich um einen bundesweit agierenden Großfilialisten mit einer hohen Marktstärke handelt. Des Weiteren kann *Norma* von Synergien zu den im Standortverbund befindlichen Fachmarktanbietern Rossmann, Logo Getränkemarkt und NKD profitieren. Ferner besitzt das gesamte Fachmarktzentrum, welches vor knapp 10 Jahre entwickelt wurde, aus Betreibersicht eine sehr gute Standortqualität. Dies ist aus einer verkehrlich gut erreichbaren Lage, einer großzügig dimensionierten Stellplatzanlage und einer direkten Sichtachse zur vorbeilaufenden Kreisstraße K 861 abzuleiten, so dass der Standort auch von den Fahrzeugfrequenzen dieses Verkehrsweges profitieren kann. Zusammenfassend bestehen demnach für *Norma* ideale Standortvoraussetzungen, so dass auf Basis der Höhe der Umsatzverluste keine Abschmelzung dieses Marktes zu erwarten ist.

Für das SB-Warenhaus *REWE Center*, welches am peripheren Standort Am Aueweg liegt, ist ein Umsatzverlust von rd. 17 % zu erwarten. Dies ist aus einer annähernd gleichen Sortimentsausrichtung abzuleiten, da ein *REWE Center* wie auch ein Supermarkt ein vergleichbares Vollsortiment im Lebensmittelbereich führt. Somit ergibt sich in Relation zu den anderen Lebensmittelanbietern ein vergleichsweise hohe Sortimentsüberschneidung und demnach auch ein höherer Umsatzrückgang.

Der Umsatzverlust wird i.d.R. zu Kosteneinsparungen bei dem betroffenen Anbieter führen, um so auf den Ertragsausfall zu reagieren. Auf der anderen Seite besitzt das *REWE Center* eine deutlich größere Marktdurchdringung, da der Markt - im Gegensatz zu dem geplanten Supermarkt - über die Gemeinde Rodenbach hinweg ausstrahlt. Somit verfügt *REWE* mit dem bereits seit dem Jahr 1973 eingeführten Standort eine deutlich höhere Potenzial- bzw. Umsatzbasis.

Des Weiteren hat *REWE* erhebliche Potenziale, die aus einer Attraktivierung des Standortes resultieren können. Der Markt verfügt derzeit über nicht-zeitgemäße bzw. vernachlässigte Außenanlagen, was insbesondere die unattraktive Stellplatzanlage und die Gestaltung der Eingangszone betrifft. Ferner bestehen bei der Innenausstattung des Marktes und der Warenpräsentation weitere Verbesserungspotenziale. Dies trifft ebenso für die Mall bzw. die Vorkassenzone zu, die sich derzeit z.T. unattraktiv darstellt.

Grundsätzlich besteht die Möglichkeit, dass *REWE* auf die Umsatzverluste mit einer Verkleinerung des bestehenden Marktes reagiert. Das Flächenformat von rd. 6.700 m² (inkl. Getränkemarkt), welches vormals

durch ein SB-Warenhaus von Toom belegt wurde, ist für das aktuelle Konzept von REWE Center deutlich zu groß. REWE entwickelt derzeit Verbrauchermärkte³⁹ auf einer Verkaufsfläche von rd. 3.000 bis 5.000 m², so dass dieser Standort in Bezug auf seine Größe und das vorhandene Einzugsgebiet deutlich überdimensioniert ist. Somit ist u.E. eine Optimierung des Standortes notwendig, welche mit einer Verkleinerung der Verkaufsfläche des Marktes einhergehen sollte.

Perspektivisch hat REWE am Standort gute Ausgangsvoraussetzungen, da der Markt verkehrsgünstig und gut erreichbar liegt. Am Standort sind ferner eine betriebseigene Tankstelle und ein Reifencenter vorhanden, so dass gewisse Kopplungen möglich sind. Ferner handelt es sich bei REWE um einen führenden Lebensmittelhändler in Deutschland, der über eine große Marktstärke verfügt.

Im Fazit bleibt festzuhalten, dass das betroffene REWE Center vergleichsweise hohe Umsatzverluste zu verkraften haben wird. Diese sind jedoch durch eine Flächenoptimierung und vor allem durch eine Attraktivitätssteigerung am Standort zu kompensieren, so dass nicht von einer Abschmelzung des Marktes auszugehen ist.

Die Standorte von REWE und von Norma befinden sich im Sinne der BauNVO/BauGB nicht in einem schützenswerten Bereich, da beide Lagen nicht die Kriterien eines zentralen Versorgungsbereiches erfüllen. Des Weiteren tragen beide Standorte nicht zur verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung bei, da sich die Märkte in autokundenorientierter Lage befinden. Somit sind die prognostizierten Umsatzverluste im gewissen Sinne hinzunehmen, da die städtebauliche Entwicklung des Kernortes bzw. der Ortsmitte durch die geplante Ansiedlung des Nahversorgungsstandortes an der Adolf-Reichwein-Straße nicht gefährdet wird.

Die im Gemeindeteil Oberrodenbach befindliche Filiale von *nahkauf* Reinert wird einen Umsatzverlust von rd. 6 % hinnehmen müssen. Auf Grundlage dieser Höhe ist keine Abschmelzung des Marktes zu erwarten, zumal die absoluten Werte des Umsatzverlustes deutlich unter 0,1 Mio. EUR und somit unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze liegen. Die Umsatzrückgänge werden sich somit im Rahmen einer üblichen jährlichen Umsatzschwankung bewegen und nicht zu einem Rückzug dieses Marktes führen.

Der Markt, der in der Ortsmitte von Oberrodenbach liegt, wird somit weiterhin seine Nahversorgungsfunktion für die Einwohner des Gemeindeteils ausüben können. Die zu versorgende Bevölkerung umfasst ca. 2.400 Personen, so dass eine ausreichende Potenzialbasis für diesen Anbieter besteht. Im Fazit ist mit dem Hinzutreten des Supermarktes am Projektstandort nicht von einem Abbau von verbrauchernaher Versorgung im Ortsteil Oberrodenbach auszugehen.

Fazit: Zusammenfassend ist auf Grundlage der vorstehenden Diskussion abzuleiten, dass mit dem Hinzutreten eines Supermarktes (inkl. Bäcker) am Standort Adolf-Reichwein-Straße nicht von einer Beeinträchtigung der bestehenden Nahversorgungsstrukturen in Rodenbach zu rechnen ist. Insbesondere wird die verbrauchernahe Versorgung im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO nicht negativ tangiert.

Da in Rodenbach keine faktischen zentralen Versorgungsbereiche identifiziert werden konnten bzw. kein verbindliches Einzelhandels- oder Zentrenkonzept existiert, ist grundsätzlich eine Schädigung von zentralen Versorgungsbereichen auf Grund des Nichtvorhandenseins solcher Bereiche auszuschließen.

Der maßgeblich von der Ansiedlung betroffene Lebensmittelanbieter REWE Center ist an einem dezentralen Standort verortet und besitzt in Bezug auf seine Darstellung und Ausstrahlung diverse Attraktivierungspotenziale. Ferner ist die Verkaufsfläche für die Größe der Ansiedlungsgemeinde deutlich überdimensioniert, so dass bei einer adäquaten Positionierung des Marktes für diesen Anbieter zukünftig ausreichende Umsatzchancen bestehen.

Der projektierte Supermarkt wird in seinem Einzugsgebiet, d.h. in Rodenbach, einen maximalen Marktanteil von durchschnittlich rd. 20 % erzielen (vgl. Tab. 6). Somit deckt dieser Markt nur anteilig die Nachfrage ab und kann keine marktbeherrschende Stellung einnehmen. Dies ist auf Grund des Konzeptes und der Größe sowie der Standortqualität (kein „Fahrstandort“) auch nicht anders möglich.

³⁹ Anmerkung: REWE entwickelt aktuell keine SB-Warenhäuser mehr. Die bestehenden Märkte, welche das Format eines SB-Warenhauses besitzen, resultieren aus der Umstrukturierung des Konzeptes bzw. der Übernahme der Toom-Märkte.

Der Charakter des Projektvorhabens zielt auf Grund seiner Standortqualität auf die Nahversorgung der umliegenden Bevölkerung ab. Einen großen Teil der Erlöse kann das Vorhaben aus dem zu entwickelnden Wohngebiet mit rd. 990 Einwohnern rekrutieren. Für die vorstehende Modellrechnung wurde unterstellt, dass das Ansiedlungsvorhaben lediglich eine Kaufkraft von rd. 45 % (d.h. 1,08 Mio. EUR) dieses „neuen“ Nachfragepotenzials bindet. Die verbleibende Lebensmittelkaufkraft von rd. 1,31 Mio. EUR wird demnach an umliegende Standorte bzw. Lebensmittelanbieter in Rodenbach fließen, so dass hier mit einem erhöhten Umsatzvolumen zu rechnen ist. Diese zusätzlichen Umsätze der Bestandsanbieter wurden in der vorstehenden Umsatzverteilungsrechnung nicht berücksichtigt, so dass im „real-case“ die ausgewiesenen Umsatzumlenkungsquoten auf Grund der erhöhten Bestandsumsätze niedriger ausfallen werden. Demzufolge stellen die dargestellten Umsatzverluste (vgl. Tab. 12) die Maximalwerte („worst-case“) dar und werden tatsächlich unterhalb dieser Werte liegen.

Der untersuchungsrelevante Planumsatz des Supermarktes wird hauptsächlich mit dem Kernsortiment Lebensmittel (Food) erzielt. Die Randsortimente⁴⁰ des Non-Food I (Drogeriewaren/Tiernahrung, vgl. Definition in Anlage 2) nehmen bei Supermärkten ca. 6 % der Verkaufsfläche ein. In den vorstehenden Umverteilungsrechnungen sind neben den Food- auch die Non-Food-Sortimente einbegriffen, welche sich überwiegend nicht zu Lasten von anderen Betriebstypen außerhalb des Lebensmitteleinzelhandels ergeben. Die Sortimente Drogeriewaren und Tiernahrung werden i.d.R. in Kombination mit dem Lebensmittelsortiment nachgefragt, so dass diese Umsätze - wie berechnet - zum größten Teil von bestehenden Anbietern des Lebensmitteleinzelhandels verlagert werden.

Die Randsortimente des Non-Food II belegen eine Verkaufsfläche von ca. 4 %. Da es sich hierbei um unterschiedliche und flächenseitig unwesentlich ausgeprägte Warengruppen handelt, ist durch die geringe Größe der jeweiligen sortimentsbezogenen Verkaufsfläche die konkrete Zuordnung der Flächen und Umsätze auf einzelne Sortimente nicht sinnvoll. Des Weiteren stellen die Sortimente nur einen Teilausschnitt des jeweiligen Angebots dar, so dass die Sortimentsbreite und -tiefe im Vergleich zu einem Spezialanbieter unterdurchschnittlich ist. Negative absatzwirtschaftliche Auswirkungen sind auf Grund des nur marginalen Flächenanteils nicht zu erwarten.

Die vorstehende Einschätzung zu den möglichen städtebaulichen Auswirkungen wird ebenfalls durch die Aussagen einer Expertengruppe⁴¹ untermauert, welche sich mit dem Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel beschäftigt hat. In ihrem Abschlussbericht kommt die Kommission zu der Annahme, dass von großflächigen Lebensmitteleinzelhandelsbetrieben auch oberhalb der Regelvermutungsgrenze von 1.200 m² Geschossfläche auf Grund einer Einzelfallprüfung dann keine negativen Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung und den Verkehr ausgehen können, wenn

- der Non-Food-Anteil weniger als 10 % der Verkaufsfläche beträgt,
- der Standort verbrauchernah und hinsichtlich des induzierten Verkehrsaufkommens „verträglich“ ist sowie
- der Standort städtebaulich integriert ist.

Im projektbezogenen Fall treffen die vorstehenden Annahmen zu, so dass sich aus dieser typisierenden Betrachtungsweise keine schädlichen Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung in der Ansiedlungsgemeinde ableiten lassen.

40 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).

41 vgl. Bericht der Sachverständigenkommission zum Strukturwandel des Lebensmitteleinzelhandels vom 30. Juni 2002

Vorstehend wurde die Ansiedlung eines Supermarktes mit rd. 1.700 m² Verkaufsfläche (inkl. Bäcker) geprüft. In einem folgenden Schritt werden nun die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen eines alternativ anzusiedelnden Lebensmitteldiscounters ermittelt.

2. Ansiedlung eines Discounters

Mit der Ansiedlung eines Discounters (inkl. Bäcker) ist von einem Umsatzverlust aller Lebensmittelanbieter in Rodenbach von rd. 3,84 Mio. EUR⁴² auszugehen, was einem prozentualen Umsatzrückgang von **rd. 12 %** entspricht. Da sich die Marktwirkungen auf die Anbieter in unterschiedlicher Höhe verteilen, ergeben sich differenzierte Auswirkungen auf die einzelnen Versorgungsbereiche in der Gemeinde.

Tabelle 13: Prognostizierte Umsatzzumlenkungen bei Ansiedlung eines Discounters

	Bestandsumsatz	Umsatzzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Niederrodenbach-Ortsmitte	1,80	0,08	4,4
Niederrodenbach-sonstige integrierte Lagen	1,98	0,09	4,5
Niederrodenbach-Fachmarktzentrum	29,12	3,65	12,5
Oberrodenbach	0,49	0,02	4,1
Gesamt	33,39	3,84	11,5

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die Lebensmittelanbieter in den Versorgungslagen Ortsmitte und in den sonstigen integrierten Lagen in Niederrodenbach sowie in Oberrodenbach werden einen verhältnismäßig geringen Umsatzverlust von durchschnittlich 4 bis 5 % zu verkraften haben. Bei diesem Wert ist nicht davon auszugehen, dass es zu einer Abschmelzung von Anbietern kommt. Die Werte der Umsatzverluste liegen unterhalb der prognostizierten Auswirkungen des Supermarktes (vgl. Tab. 12), welche bereits im vorstehenden Abschnitt diskutiert wurden.

Auf Grundlage der dort getroffenen Aussagen ist auch im Fall der Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters davon auszugehen, dass keine negativen Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung in der Gemeinde Rodenbach zu erwarten sind. Dies ergibt sich aus der geringeren Verkaufsfläche des Discounters im Vergleich zu dem vorstehend geprüften Supermarkt sowie der daraus resultierenden niedrigeren Umsatzverluste der bestehenden Lebensmittelanbieter.

Insbesondere wurde auch in diesem Fall ermittelt, welche Auswirkungen auf die Magnetbetriebe bzw. die für die wohnortnahe Versorgung prägenden Lebensmittelanbieter zu erwarten sind. Die einzelbetrieblichen Umsatzverluste der SB-Märkte *nah und gut* sowie *nahkauf* in Niederrodenbach werden sich dabei in der vorstehenden Größenordnung bewegen, so dass keine Absiedlung dieser Anbieter zu erwarten ist. Demnach wird sich keine Einschränkung bei der wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung ergeben.

Gleiches trifft für den *nahkauf* in Oberrodenbach zu, wobei hier die Umsatzverluste deutlich unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze liegen werden. Die rechnerisch ermittelten Umsatzverluste werden für diesen Anbieter monetär nicht spürbar werden, so dass eine Abschmelzung dieses Marktes mit einer hohen Sicherheit auszuschließen ist.

⁴² Die Umsatzverluste, welche der Lebensmitteldiscounter auslösen wird, ergeben sich aus seinem Gesamtumsatz (4,63 Mio. EUR), abzgl. der Streuumsätze (0,28 Mio. EUR, vgl. Tab. 7) und abzgl. der erhöhten Nachfrage durch die hinzutretende Neubevölkerung des Wohngebietes Adolf-Reichwein-Straße (35 % des Nachfragevolumens der Neubevölkerung, d.h. 0,84 Mio. EUR). Hinzu addieren sich die Umsätze des geplanten Bäckers in Höhe von rd. 0,33 Mio. EUR (vgl. Tab. 9), so dass sich eine gesamt Umsatzzumlenkung von 3,84 Mio. EUR errechnet.

Für die dezentrale und nicht-schützenswerte Standortlage Fachmarktzentrum Niederrodenbach ist auf Grund der hier bestehenden angebotsgleichen Lebensmittelanbieter eine höhere Umsatzumlenkungsquote zu erwarten. So sind für den hier angesiedelten Discounter Norma und das REWE Center Umsatzverluste von jeweils rd. 12 bis 13 % zu prognostizieren. Diese Umsatzrückgänge liegen zwar über dem Abwägungsschwellenwert der Verträglichkeit von rd. 10 % (vgl. Tab. 5), jedoch ist eine Absiedlung dieser Märkte nicht zu erwarten.

Im Fall von *Norma* resultiert dies insbesondere aus der vorstehend bereits beschrieben, sehr guten Standortqualität (v.a. Erreichbarkeit, Anfahrbarkeit, Fernwirkung, Parkplätze, Kopplungseffekte, Synergien zu den anderen Fachmarktnutzungen). Da *Norma* ideale Standortvoraussetzungen besitzt und es sich in diesem Fall auch um einen leistungsstarken Großfilialisten handelt, ist eine Absiedlung dieses Marktes nicht realistisch.

Die Auswirkungen auf das *REWE Center* bzw. die mögliche Reaktion auf die zu erwartenden Umsatzverluste wurden bereits vorstehend umfassend dargestellt. Es ist an dieser Stelle zu wiederholen, dass auch durch das Hinzutreten eines Discounters der Druck auf REWE bezüglich einer Standortoptimierung und Attraktivierung steigen wird. Bei einer optimalen Positionierung kann REWE auch zukünftig die Marktführerschaft in Rodenbach beibehalten und existenzsichernde Umsätze generieren. Ein entscheidendes Kriterium ist jedoch die Verbesserung der Marktstellung dieses Anbieters, was insbesondere auf die Größe des Marktes und die Attraktivität abzustellen ist. Grundsätzlich ist auf Basis der Höhe der Umsatzverluste nicht von einer Absiedlung auszugehen, da es sich im Fall von REWE um einen deutschlandweit aktiven und leistungsstarken Anbieter handelt.

Fazit: Auf Basis der geführten Diskussion zur Ansiedlung eines Supermarktes und der nun erfolgten Bewertung eines flächenseitig kleineren Discounters ist abzuleiten, dass auch im Fall dieses Ansiedlungsvorhabens keine Abschmelzungen von standortprägenden Lebensmittelanbietern in Rodenbach zu erwarten sind. Grundsätzlich wird sich naturgemäß der Wettbewerbsdruck erhöhen, es sind jedoch keine negativen Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO zu prognostizieren.

Der Lebensmitteldiscounter wird in seinem Einzugsgebiet einen Marktanteil von durchschnittlich rd. 15 % erzielen (vgl. Tab. 7), so dass dieser Anbieter keine marktbeherrschende Stellung einnehmen wird. Dies ist auf Grund des (Discount-)Konzeptes, der geplanten Verkaufsflächengröße und der Standortqualität auch nicht anders möglich.

Das Projektvorhaben zielt auf die Nahversorgung der umliegenden bzw. der zukünftig hinzutretenden Bevölkerung ab. Einen Teil der Erlöse kann das Vorhaben aus dem geplanten Wohngebiet entlang der Adolf-Reichwein-Straße generieren. Für die vorstehende Modellrechnung wurde unterstellt, dass der Lebensmitteldiscounter lediglich eine Kaufkraft von rd. 35 % (d.h. 0,84 Mio. EUR) dieses „neuen“ Nachfragepotenzials bindet. Die verbleibende Lebensmittelkaufkraft von rd. 1,55 Mio. EUR wird an umliegende Standorte bzw. Lebensmittelanbieter in Rodenbach fließen. Diese zusätzlichen Umsätze der Bestandsanbieter bzw. das erhöhte Umsatzvolumen wurden nicht in der vorstehenden Umsatzverteilungsrechnung berücksichtigt, so dass die berechneten Umsatzverluste auf Grund der erhöhten Bestandsumsätze niedriger ausfallen werden. Somit stellen die in der Tabelle 13 ausgewiesenen Umsatzverlagerungen die Maximalwerte („worst-case“) dar. Tatsächlich werden die Umsatzverluste der einzelnen Lebensmittelanbieter im „real-case“ geringer ausfallen.

Die neu geplante Verkaufsfläche des Discountmarktes (rd. 1.000 m²) nimmt in Relation zu der derzeitigen Lebensmittelverkaufsfläche (rd. 9.020 m², vgl. Tab. 3) in Rodenbach einen Anteil von lediglich rd. 11 % ein. Somit bleibt die avisierte Neufäche deutlich hinter der in der Gemeinde vorhandenen Lebensmittelbe-

standsfläche zurück. Bei dieser Größendifferenz wird u.E. kein Niveau erreicht, woraus sich eine Gefährdung der Bestandsbetriebe ableiten lässt.⁴³

In der vorstehenden Umverteilungsrechnung sind neben den Food- auch die Non-Food-Sortimente einbezogen. In den Non-Food I-Sortimenten werden sich die Umsatzzumlenkungen des Discounters überwiegend zu Lasten anderer Lebensmittelanbieter ergeben, da diese Sortimente (d.h. Drogeriewaren und Tiernahrung) meist in Kombination mit Lebensmitteln nachgefragt werden und somit - wie berechnet - zum größten Teil von bestehenden Anbietern des Lebensmitteleinzelhandels verlagert werden. Der Flächenanteil der Non-Food I-Sortimente liegt betreiberabhängig zwischen 5 bis 6 % der Verkaufsfläche.

Die Umverteilungseffekte des Lebensmitteldiscounters im Bereich des Non-Food II-Segments (vgl. Anlage 2) sind auf Grund der geringen Größenordnung (Flächenanteil zwischen 5 bis 6 %) städtebaulich meist nicht relevant. Die Non-Food II-Sortimente sind ferner dem Kernsortiment Lebensmittel flächenmäßig deutlich untergeordnet. Des Weiteren stellen die Sortimente nur einen Teilausschnitt des jeweiligen Angebots dar und werden i.d.R. nur temporär über einen kurzen Zeitraum angeboten, so dass eine Quantifizierung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen meist nicht möglich ist. Ferner führen nicht alle Discounter eine Angebotspolitik mit wöchentlich wechselnden Aktionswaren durch.⁴⁴

43 Anmerkung: Das Bundesverwaltungsgericht hat eine Reihe von Kriterien genannt, die bei der Prüfung der Frage maßgeblich sein können, ob von einem Ansiedlungsvorhaben schädliche Auswirkungen ausgehen. Dazu kann neben der Frage der ökonomischen Fernwirkungen eines Vorhabens auch der Anteil der neu geschaffenen Verkaufsfläche an der bestehenden Fläche zählen (vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007).

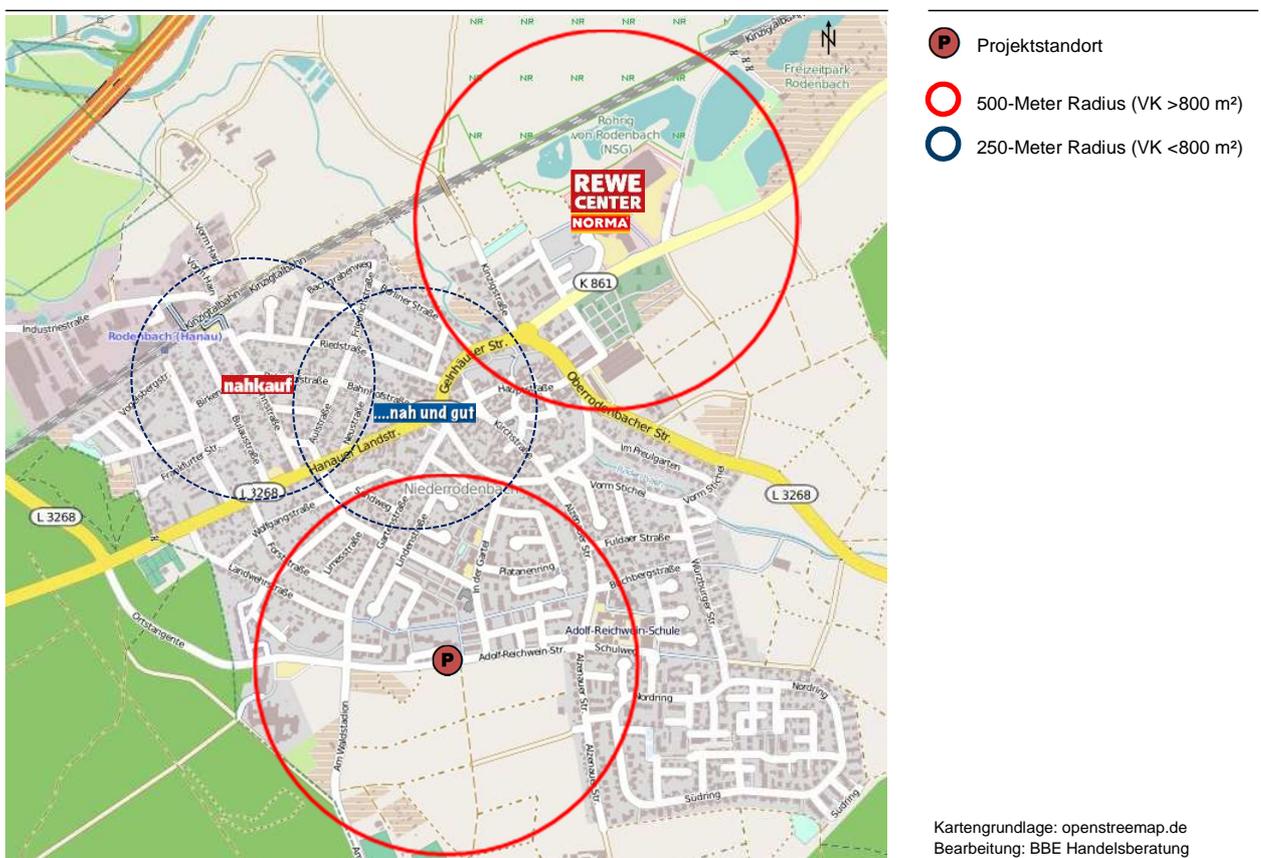
44 Anmerkung: Im Gegensatz zu Aldi oder Lidl führen bspw. Netto oder Penny keine wöchentlichen Aktionen im Bereich Non-Food durch.

5.4.3. Zukünftige Angebotsstruktur in Rodenbach nach Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes

Nach der geplanten Ansiedlung eines Supermarktes bzw. eines Discounter an der Adolf-Reichwein-Straße wird die räumliche Angebotsstruktur in der Gemeinde abgerundet. Es wird deutlich, dass mit dem Projektvorhaben im südlichen Bereich des Gemeindeteils Niederrodenbach eine verbesserte Versorgungssituation geschaffen wird. Dies ist unter dem Aspekt wichtig, da hier der Siedlungsschwerpunkt der Gemeinde liegt und zukünftig mit der Entwicklung eines Wohngebietes auch manifestiert wird.

Auf Grundlage des vorhandenen Bestandes an strukturprägenden Lebensmittelanbietern und deren fußläufigen Nahbereich wird nachstehend die perspektivische Nahversorgungsstruktur im Ortsteil Niederrodenbach nach dem Hinzutreten des Planvorhabens⁴⁵ schematisch skizziert.

Karte 10: Schematische Darstellung der räumlichen Nahversorgungsstruktur (Skizze)



Auf Basis der schematisch dargestellten Nahbereichsradien der beiden strukturprägenden Angebotsstandorte besteht keine signifikante Überschneidung der jeweiligen fußläufigen Nahbereiche. Die im Standortverbund befindlichen Märkte REWE und Norma strahlen dabei überwiegend auf das nördliche Gemeindegebiet ab, während der geplante Supermarkt/Discounter an der Adolf-Reichwein-Straße eine direkte Versorgungsfunktion für den südlichen Gemeindebereich übernimmt.

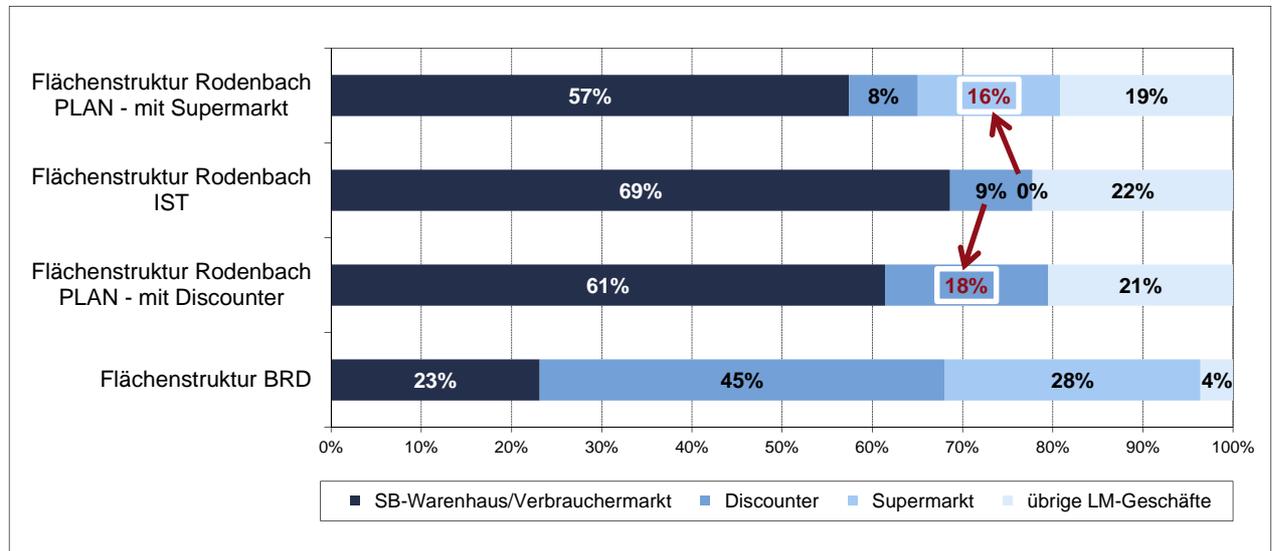
Die beiden kleineren SB-Geschäfte nahkauf sowie nah und gut haben eine Ergänzungsfunktion und dienen insbesondere der fußläufigen Versorgung ihrer direkt umliegenden Einwohner.

Nach dem Hinzutreten eines Supermarktes bzw. eines Discounters wird sich die flächenseitige Angebotsstruktur in Rodenbach verändern. Grundsätzlich wird jedoch die eindeutige Dominanz des Betriebstyps

⁴⁵ Für die beiden bestehenden Potenzialflächen wurde für die kartographische Darstellung ein gemeinsamer Projektstandort in der Mitte beider Standortalternativen festgelegt.

SB-Warenhaus/Verbrauchermarkt auf Basis der hohen Verkaufsfläche des REWE Centers weiterhin Bestand haben. Folgende Abbildung stellt die zukünftige Angebotsstruktur in der Gemeinde dar.

Abbildung 8: Prospektive Verkaufsflächenstruktur des Lebensmittelhandels in Rodenbach



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Oktober 2014

Mit der geplanten Entwicklung eines Supermarktes wird in Rodenbach ein ausgewogenes Angebot geschaffen, da dann alle für die Versorgung wichtigen Betriebstypen in der Gemeinde angesiedelt sind. Der Flächenanteil der Betriebsform Supermarkt würde dann bei rd. 16 % liegen.

Sollte ein Discounter angesiedelt werden, wird sich der Flächenanteil dieser Betriebsform von derzeit 9 % auf rd. 18 % erhöhen. Das Fehlen des Betriebstyps Supermarkt wäre dann aus Kundensicht als negativ zu bewerten, da insbesondere aus qualitativer Sicht ein Angebotsdefizit besteht.

Fazit: Die geplante Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes im südlichen Bereich von Niederrodenbach ist versorgungsstrukturell sinnvoll, da hier perspektivisch der Siedlungsschwerpunkt der Gemeinde liegen wird, jedoch aktuell kein Lebensmittelangebot vorhanden ist. In Bezug auf die Betriebsform wäre ein Supermarkt zu präferieren, da dieser Betriebstyp derzeit noch nicht in Rodenbach vorhanden ist und somit ein qualitativer Angebotsmangel behoben werden kann.

5.4.4. Auswirkungen des Ansiedlungsvorhabens auf Bereiche außerhalb des Einzugsgebietes

Eine relevante Wirkung des geplanten Ansiedlungsvorhabens auf benachbarte Bereiche außerhalb des Einzugsgebietes wäre zu erwarten, wenn durch die Realisierung des Planvorhabens die hier vorhandenen Angebotsstrukturen auf Grund von Wettbewerbswirkungen gravierenden Beeinträchtigungen ausgesetzt wären und somit die Grundversorgung der Wohnbevölkerung oder die Funktion von zentralen Versorgungsbereichen gefährdet würde.

Das Einzugsgebiet des geplanten Lebensmittelmarktes an der Adolf-Reichwein-Straße erstreckt sich sowohl heute als auch perspektivisch über den dargestellten Einzugsbereich (vgl. Karte 8). Nur ein geringer bzw. zu vernachlässigender Teil des Gesamtumsatzes (rd. 0,37 Mio. EUR bei einem Supermarkt [vgl. Tab. 6], rd. 0,28 Mio. EUR bei einem Discounter [vgl. Tab. 7]) setzt sich aus Streuumsätzen zusammen, welche vor allem von Zufallskunden bzw. Besuchern des Standortes stammen. Auf Grund der siedlungsintegrierten Lage kann der Markt grundsätzlich keine Wirkung auf überörtliche Verkehre erzeugen bzw. ist auch in Bezug auf die Erreichbarkeit/Anfahrbarkeit nicht auf Kundschaft außerhalb von Rodenbach ausgerichtet.

Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf umliegende Bereiche außerhalb des Untersuchungsgebietes liegen auf Grund

- der geringen Höhe der prognostizierten Streuumsätze und
- der breiten räumlichen Streuung

deutlich unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze. Der Abfluss der Streuumsätze zum Projektstandort in Rodenbach wird in umliegenden Gebieten monetär nicht spürbar sein.

Mögliche Auswirkungen bzw. Umsatzzuflüsse sind auch unter dem Aspekt der Wettbewerbsdichte und des Vorhandenseins von zahlreichen attraktiven Mitbewerbern, insbesondere von Lebensmittelmärkten in Hannau, Erlensee, Langenselbold, Freigericht (Somborn) und Alzenau zu sehen. Ferner stellt das Konzept eines Supermarktes bzw. eines Discounters kein neuartiges Angebot dar bzw. besitzt kein Alleinstellungsmerkmal.

In unmittelbarer räumlicher Nähe des Vorhabenstandorts an der Adolf-Reichwein-Straße bzw. im weiteren Umfeld sind keine prägenden Einzelhandelsbetriebe vorhanden, welche möglicherweise zusammen mit dem geplanten Vorhaben eine wesentliche Beeinträchtigung anderer, auch überörtlicher Versorgungslagen bewirken könnten (vgl. Mikrostandortanalyse). Da kein weiteres Angebot (bspw. in einem Standortverbund oder in einer Agglomeration) besteht oder geplant ist, ist eine Steigerung der ökonomischen Fernwirkungen auf die umliegenden Orte ausgeschlossen.

Fazit: Die vorstehende Prüfung hat ergeben, dass bei beiden möglichen Ansiedlungsoptionen (Supermarkt bzw. Discounter) auf Grund der

- jeweiligen Gesamtgröße,
- der Standortqualität (städtebaulich integriert, kein „Fahrstandort“),
- der flächenseitigen Ausrichtung auf nahversorgungsrelevante Sortimente,
- von fehlenden Alleinstellungsmerkmalen hinsichtlich des Gesamtkonzepts und
- des hohen Angebotsbesatzes im Umfeld von Rodenbach

keine wesentlichen Kaufkraftzuflüsse aus dem außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebiets liegenden Bereich induziert werden können. Es ist nicht mit schädlichen städtebaulichen Auswirkungen des geplanten Lebensmittelmarktes auf die Versorgungsstrukturen in anderen Orten im Umfeld von Rodenbach zu rechnen.

6. Fazit

Nachfolgend werden die wichtigsten Aspekte der vorliegenden Untersuchung zu den Auswirkungen, welche aus der Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes am Standort Adolf-Reichwein-Straße in Rodenbach resultieren können, zusammengefasst.

- Die Gemeinde Rodenbach plant im südlichen Bereich des Ortsteils Niederrodenbach die Entwicklung eines Wohngebietes, in welchem perspektivisch rd. 990 Einwohner leben werden. Im Umfeld dieses Bereiches bzw. im gesamten südlichen Gebiet von Niederrodenbach ist derzeit keine adäquate Nahversorgung vorhanden, so dass hier die Ansiedlung von zwei Lebensmittelmärkten (Supermarkt und Discounter inkl. Bäckerei-Café) geplant ist. Diese Entwicklung ist unter versorgungsstrukturellen Aspekten sinnvoll, da hier perspektivisch der Siedlungsschwerpunkt der Gemeinde liegen wird.
- Als Ansiedlungsoptionen stehen zwei Standorte an der Adolf-Reichwein-Straße zur Verfügung. Beide Standorte sind als städtebaulich integriert zu bewerten und verfügen bereits heute über eine hohe Mantelbevölkerung in ihrem fußläufigen Nahbereich. Die Standorte fungieren auf Basis ihrer Lagequalität als Nahversorgungsstandorte und sind nicht als sog. „Fahrstandorte“ zu charakterisieren. Beide Lagen verfügen jeweils über einen direkten ÖPNV-Anschluss.
- Das flächenseitige Angebot im Lebensmitteleinzelhandel wird aktuell durch ein für die Einwohnerzahl überdimensioniertes SB-Warenhaus (REWE Center) geprägt, welches in Bezug auf seinen Marktauftritt als nicht zeitgemäß zu bewerten ist. In Kombination mit dem im Standortverbund bestehenden Discounter Norma kann jedoch eine gewisse Angebotsdurchmischung (Vollsortiment/Discountsortiment) präsentiert werden. Beide Märkte sind im nordöstlichen Bereich von Niederrodenbach an einem dezentralen bzw. autokundenorientierten Standort konzentriert. Ferner ergänzen weitere kleinformatische Lebensmittelanbieter in siedlungsintegrierten Lagen dieses Angebot.
- Das Einzugsgebiet der geplanten Lebensmittelmärkte an der Adolf-Reichwein-Straße umfasst die Gemeinde Rodenbach. Das Vorhaben kann auf Grund seiner Größe, der Standortqualität und vor allem des bestehenden Wettbewerbsbesatzes im Umfeld der Gemeinde lediglich ein eingeschränktes Einzugsgebiet erschließen, welches sich vor allem auf den umliegenden Bereich konzentriert.
- Auf Grundlage einer Marktanteilsprognose wurden die Erlöse der beiden Planvorhaben ermittelt. Auf Basis der Höhe der induzierten Umsatzverluste ist davon auszugehen, dass möglicherweise eine Absiedlung eines bestehenden größeren Lebensmittelmarktes (d.h. REWE bzw. Norma) zu erwarten wäre. Grundsätzlich handelt es sich bei dem betroffenen Standort der Märkte nicht um eine sog. schützenswerte Lage, wobei jedoch auch an diesem Standort negative städtebauliche Auswirkungen (d.h. Leerstand) weitgehend vermieden werden sollten. Aus gutachterlicher Sicht ist der Gemeinde Rodenbach zu empfehlen, von der geplanten Ansiedlung von zwei Lebensmittelmärkten, d.h. einem Supermarkt und einem Discounter Abstand zu nehmen. Die Entwicklung des Standortes sollte nur mit einem Lebensmittelmarkt erfolgen.
- Die Untersuchung zur Ansiedlung eines Supermarktes mit rd. 1.700 m² Verkaufsfläche inkl. eines Bäckers hat ergeben, dass zwar naturgemäß Umsatzverluste der bestehenden Anbieter zu erwarten sind, diese jedoch nicht zu einer Absiedlung von standortprägenden Lebensmittelanbietern führen werden. Eine Beeinträchtigung der wohnortnahen Versorgung ist somit nicht zu erwarten. Das maßgeblich von der Ansiedlung betroffene REWE Center muss jedoch konsequent seine Attraktivierungspotenziale ausnutzen, um sich dauerhaft und zeitgemäß an seinem Standort zu präsentieren.
- Die Umsatzverluste, welche ein Lebensmitteldiscounter mit rd. 1.000 m² Verkaufsfläche auf den ortsansässigen Lebensmittelhandel induzieren wird, sind als städtebaulich verträglich einzustufen. Insbesondere wird durch die Umsatzverlagerung nicht die verbrauchernahe Versorgung beeinflusst, so dass siedlungsintegrierte Anbieter nicht gefährdet werden. Den Großteil der Umsatzverluste wer-

den die beiden dezentral befindlichen Anbieter REWE Center und Norma zu verkraften haben. Eine Absiedlung beider Anbieter ist trotz der zu erwartenden Wettbewerbsverschärfung nicht zu erwarten.

- Der projektierte Supermarkt wird in seinem Einzugsgebiet, d.h. in Rodenbach, einen maximalen Marktanteil von durchschnittlich rd. 20 % erzielen. Die Marktdurchdringung des Discounters wird mit rd. 15 % geringer ausfallen, so dass beiden Märkte nur anteilig die Nachfrage abdecken und keine marktbeherrschende Stellung einnehmen werden. Demnach sind die beiden Vorhaben nicht als überdimensioniert einzuschätzen und orientieren sich an dem Einwohnerpotenzial der Gemeinde. Zum wirtschaftlichen Betrieb des jeweiligen Marktes genügt das Nachfragepotenzial der Gemeinde Rodenbach, so dass überörtliche Kaufkraftzuflüsse nicht notwendig sind.
- Der Charakter beider Ansiedlungsvorhaben zielt auf Grund der Standortqualität auf die Nahversorgung der umliegenden Bevölkerung ab. Ein Teil der Erlöse der Lebensmittelmärkte wird dabei aus dem zu entwickelnden Wohngebiet mit rd. 990 Einwohnern rekrutiert, wobei dieser Bevölkerungsanteil ein jährliches Nachfragevolumen von rd. 2,39 Mio. EUR hat. Da die beiden Projektvorhaben jeweils nur einen Teil dieser Nachfrage binden können, partizipieren die anderen Lebensmittelanbieter in Rodenbach auch an diesem Marktwachstum. Somit wird sich perspektivisch eine Erhöhung der Potenzialbasis für alle Lebensmittelanbieter ergeben.
- Im Fazit der vorstehenden Prüfung ist festzuhalten, dass mit der Ansiedlung eines Supermarktes (rd. 1.700 m² VK) oder eines Discounters (rd. 1.000 m² VK) mit jeweils einem Bäckerei-Café keine negativen Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO in der Ansiedlungsgemeinde ausgehen werden. Da in Rodenbach keine faktischen zentralen Versorgungsbereiche identifiziert werden konnten bzw. kein verbindliches Einzelhandels- oder Zentrenkonzept existiert, ist grundsätzlich eine Schädigung von zentralen Versorgungsbereichen auf Grund des Nichtvorhandenseins solcher Bereiche auszuschließen.
- Nur ein geringer bzw. zu vernachlässigender Teil des Umsatzes des jeweiligen Lebensmittelmarktes setzt sich aus Streuumsätzen zusammen, welche von Zufallskunden bzw. Besuchern des Standortes stammen. Ein erhöhter bzw. überdimensionaler Umsatzzufluss von außerhalb des Einzugsgebietes kann durch das jeweilige Ansiedlungsvorhaben nicht induziert werden. Dies ist insbesondere mit dem begrenzten Einzugsgebiet, der siedlungsintegrierten Lage (kein „Fahrstandort“) und dem hohen Wettbewerbsbesatz außerhalb von Rodenbach zu begründen. Ebenso ist eine Ausweitung des Einzugsgebietes auch zukünftig nicht realistisch.

Vorstehendes Gutachten dient als Beurteilungsgrundlage für den Planungs- und Genehmigungsprozess.

BBE Handelsberatung GmbH

i.A.

Dipl.- oec. Mathias Vlcek

Projektleiter

i.A.

Dr. Martin Kattner

Erfurt/München, 4. November 2014

Anlage 1: Definitionen verschiedener Lebensmittel-Vertriebsformen

Lebensmittel SB-Markt

- „Kleiner Supermarkt“ mit bis zu 400 m² Verkaufsfläche mit einem eingeschränkten Sortiment.
- In kleinen Orten anzutreffen, in denen aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein Supermarkt oder Discounter rentabel ist.

Beispiele: Edeka-Nachbarschaftsläden (nah & gut), nahkauf, Um´s Eck, Markant nah & frisch, Markttreff.

Convenience- oder Nachbarschaftsladen

- Kleinflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 100 bis 400 m².
- Eng begrenztes Sortiment an Waren des täglichen Bedarfs zu einem eher hohen Preisniveau.
- Häufig gekennzeichnet durch ergänzende Dienstleistungen (bspw. Lotto, Toto, Reinigung, Postservice, Geldautomaten).
- Lage i.d.R. an einem wohnungsnahen oder frequenzintensiven Standort.
- Öffnungszeiten bis zu 24 Stunden üblich.

Lebensmittel-Discountmarkt

- Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 400 und 1.200 m² Verkaufsfläche.
- Ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl, ca. 800 Artikel bei Hard-Discountern (bspw. Aldi), ca. 1.700 Artikel bei Soft- bzw. Markendiscountern (bspw. Lidl) und bis zu 3.000 Artikeln bei Supermarkt-Discounter-Hybriden (bspw. Netto).
- Non-Food-Umsatzanteil ca. 10 - 13 % (Non-Food I + II).
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment (ergänzt um Getränke), seit geraumer Zeit kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch, teilweise auch Backwaren).
- Ohne Bedienungsabteilungen (Ausnahme: einige Netto-Filialen) und weiteren Dienstleistungen, preisaggressiv, werbeintensiv.

Beispiele: Aldi, Lidl, Penny, Norma, Netto Marken-Discount, Netto (Dansk Supermarked), NP-Discount, Diska.

Supermarkt

- ca. 400 bis 1.500 m², neue Konzepte auch bis zu 3.000 m² Verkaufsfläche.
- Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, ab 800 m² Verkaufsfläche bereits ebenfalls Non-Food-Anteil.
- Non-Food-Umsatzanteil ca. 5 - 10 % (Non-Food I + II).
- Standorte in verkehrsgünstigen Lagen mit Wohngebietsorientierung.
- Als „City-Supermarkt“ in gut frequentierten und verdichteten Stadtteillagen von Großstädten auf Flächen von 400 - 800 m².
- Hohe Kompetenz im Frische-Bereich.

Beispiele: Tengelmann, Tegut, REWE, Edeka, Kaiser´s, Sky.

Verbrauchermarkt

- Verkaufsfläche über 1.500 bis 5.000 m².
- Breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche stark ansteigender Flächenanteil an Non-Food-Abteilungen (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz- und mittelfristigen Bedarfs), Non-Food-Umsatzanteil ca. 20 - 40 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 30 - 60 %.
- Autokundenorientierter Standort.
- Ab ca. 5.000 m² Übergang zum Betriebstyp SB-Warenhaus.

Beispiele: E-Center/Herkules, Handelshof, Kaufland, REWE Center, Famila.

SB-Warenhaus

- Verkaufsfläche über 5.000 m².
- Neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i.d.R. über 50 %) umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Non-Food-Umsatzanteil ca. 35 - 50 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 50 - 60 %.
- Ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst.
- Hohe Werbeaktivität, Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik.
- Autokundenorientierter, häufig peripherer Standort.
- Häufig als Mittelpunkt einer größeren Fachmarkttagglomeration.

Beispiele: Globus, Marktkauf, Real.

Anlage 2: Differenzierung Non-Food-Sortimente**Non-Food I**

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

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

Quelle: EHI Retail Institute Köln, 2006