

Auswirkungsanalyse

zur geplanten Einzelhandelsentwicklung im Märktegebiet Erlenbacher Straße im Markt Elsenfeld (Ergänzte Fassung, Stand Februar 2020)

für die
Marktgemeindeverwaltung Elsenfeld

Ihre Ansprechpartner

Wirtschaftsgeograph Joachim Schulte, M.A.
(Projektleitung)

Dipl.-Geogr. Rainer Schmidt-Illguth
(Niederlassungsleitung)

BBE Handelsberatung GmbH

Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160
Fax +49 221 789 41 169
E-Mail schmidt-illguth@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

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

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

Inhaltsverzeichnis

1	Ausgangssituation, Zielsetzung und methodische Vorgehensweise	4
1.1	Ausgangssituation und Zielsetzung.....	4
1.2	Methodische Vorgehensweise	4
2	Projektplanung und Projektdaten.....	6
3	Standortseitige Aspekte	10
3.1	Makrostandort.....	10
3.2	Mikrostandort.....	12
4	Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum	14
4.1	Projektrelevante Angebotssituation im engeren Untersuchungsgebiet	15
4.2	Projektrelevante Angebotssituation im erweiterten Untersuchungsgebiet.....	20
5	Nachfrageanalyse – Einzugsgebiet und Nachfragevolumen.....	21
5.1	Einzugsgebiet des Planvorhabens	21
5.2	Relevantes Nachfragevolumen im prognostizierten Einzugsgebiet	24
6	Prognose der Marktanteile und der Umsatzleistung des Planvorhabens	25
6.1	Einzelhandelsbetriebe des periodischen Bedarfs – Lebensmitteldiscountmarkt, Getränkemarkt, Bio-Supermarkt und Drogeriemarkt.....	26
6.2	Sonstige Fachmärkte.....	29
7	Umsatzumverteilungseffekte	32
7.1	Anbieter des periodischen Bedarfs –Lebensmitteldiscountmarkt, Getränkemarkt, Bio- Supermarkt und Drogeriemarkt	35
7.2	Sonstige Fachmärkte.....	38
8	Städtebauliche Bewertung der geplanten Einzelhandelsentwicklung	41
9	Einordnung des Planvorhabens in die Ziele der Landesplanung	45
10	Fazit	51

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lageplan	6
Abbildung 2: Zentralörtliche Einstufung der Marktgemeinde Elsenfeld	10
Abbildung 3: Einwohner nach Ortsteilen	11
Abbildung 4: Mikrostandort	13
Abbildung 5: Projektrelevante Angebotssituation im Untersuchungsgebiet (Hauptwettbewerber)	17
Abbildung 6: Projektrelevante Angebotssituation im engeren Untersuchungsgebiet nach Sortimenten .	18
Abbildung 7: Projektrelevante Angebotssituation im erweiterten Untersuchungsgebiet nach Sortimenten.....	19
Abbildung 8: Einzugsgebiet des Planvorhabens	22
Abbildung 9: Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet in den projektrelevanten Sortimenten	24
Abbildung 10: Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens im periodischen Bedarf innerhalb des prognostizierten Einzugsgebietes	27
Abbildung 11: Umsatzerwartung des Aldi Süd-Marktes nach Sortimenten	28
Abbildung 12: Umsatzerwartung des dm-Drogeriemarktes nach Sortimenten	29
Abbildung 13: Marktanteile und Umsatzerwartung ergänzender Fachmärkte	30
Abbildung 14: Umsatzerwartung des Planvorhabens nach Sortimenten	31
Abbildung 15: Wettbewerbsrelevanter Mehrumsatz des Planvorhabens nach Sortimenten	34
Abbildung 16: Umsatzumverteilungseffekte der geplanten Anbieter des periodischen Bedarfs nach Sortimenten.....	36
Abbildung 17: Umsatzumverteilungseffekte der Fachmärkte.....	40
Abbildung 18: Ableitung der Umsätze aller projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe im Märktegebiet unter Verwendung der landesplanerisch vorgegebenen Raumleistungen (Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2017)	48
Abbildung 19: Abschöpfungsquoten der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe im Märktegebiet	49

1 Ausgangssituation, Zielsetzung und methodische Vorgehensweise

1.1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Der Marktgemeinderat Elsenfeld hat in seiner Sitzung vom 30.07.2013 die Aufstellung eines Bebauungsplans für das Gebiet Erlenbacher Straße/ Bahnhofstraße – Märkte und gleichzeitig eine Veränderungssperre beschlossen. Hintergrund der Beschlussfassung war die Ankündigung des Betreibers, den BayWa-Markt an diesem Standort aufzugeben.

Die zwischenzeitlich bereits aufgegebene BayWa-Liegenschaft wird von der Unternehmensgruppe Aldi Süd der Eigentümergemeinschaft Kunkel und der Marktgemeinde anteilig übernommen und in eine Gesamtplanung eingebunden. So ergibt sich die Möglichkeit, den nördlichen Teilbereich des Märktegebietes baulich neu zu fassen und ein neues Nutzungskonzept umzusetzen.

Im Rahmen dieser Einzelhandelsentwicklung sollen bereits im Märktegebiet ansässige Betriebe neu aufgestellt und erweitert (Aldi Süd, dm, Deichmann) und teilweise neue Einzelhandelsbetriebe (Getränkemarkt, als optionale Nutzungen Bio-Supermarkt, Bekleidungsfachmärkte, Sanitätshaus oder Fachmarkt für Einrichtungsbedarf) angesiedelt werden.

Zur Vorbereitung des anstehenden Genehmigungsverfahrens (Verfahren zur landesplanerischen Überprüfung, Bauleitplanung) wird ein absatzwirtschaftliches Gutachten erforderlich, das zum einen das Vorhaben auf die Kompatibilität mit den Zielen des Landesentwicklungsprogramms (LEP Bayern 2018) überprüft, und zum anderen die Auswirkungen der Planung auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Versorgung in Elsenfeld und in den Nachbarkommunen aufzeigt.

Die BBE Handelsberatung ist mit einer entsprechenden Analyse beauftragt worden, deren Ergebnisse im folgenden Gutachten dargelegt werden.

1.2 Methodische Vorgehensweise

Das vorliegende Gutachten basiert auf Vor-Ort-Recherchen im Untersuchungsgebiet, welches sich auf den Markt Elsenfeld und umliegende Kommunen bezieht. In Ergänzung erfolgte eine Aufbereitung von sekundärstatistischen Daten. Im Einzelnen wurden folgende Erhebungen und Recherchen durchgeführt:

- Durchführung von Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung des Projektstandortes,
- Erhebung relevanter Anbieter im Untersuchungsgebiet,
- Umsatzschätzung für die erfassten Einzelhandelsbetriebe unter Berücksichtigung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern,
- Aufbereitung relevanter sekundärstatistischer Daten und Informationsquellen (u. a. Einzelhandelskonzepte der untersuchungsrelevanten Kommunen, soziodemografische Kennzahlen),
- Verwendung von aktuellen Datenmaterialien der BBE Marktforschung (z. B. gemeindebezogene Kaufkraftkennziffern und sortimentspezifische Pro-Kopf-Ausgaben).

Die Ermittlung der derzeitigen und der durch das Planvorhaben beeinflussten zukünftigen Kaufkraftbewegungen wird unter Zugrundelegung der folgenden Faktoren durchgeführt:

- Zeitdistanzen zwischen den Wohnstandorten im Einzugsbereich und den projektrelevanten Einzelhandelsstandorten,
- Einwohnerzahlen und einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Einzugsgebiet,
- Attraktivität der untersuchungsrelevanten Einkaufsziele im Untersuchungsgebiet ausgedrückt durch das Verkaufsflächenangebot, die Angebotsstruktur, den Marktauftritt und die Erreichbarkeit,
- Bereitschaft der Konsumenten zur „Raumüberwindung“ beim Einkauf bestimmter Warengruppen.¹

Darauf aufbauend erfolgt eine Bewertung des Vorhabens in Bezug auf die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen. Den Bezugsmaßstab dieser Prüfung stellt § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) dar.

Im Hinblick auf die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen ist der zu erwartende Planumsatz als maßgebliche Bewertungsgröße heranzuziehen, die Auslöser für Veränderungen von Kaufkraftströmen und in deren Folge für Auswirkungen auf bestehende Angebotsstrukturen sein kann.

Die Ermittlung der derzeitigen und der durch das Planvorhaben beeinflussten zukünftigen Kaufkraftbewegungen und damit der von Einzelhandelsvorhaben ausgehenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen werden auf Basis dieser Annahmen und in Anlehnung an eine wissenschaftliche Arbeit von Huff ("Defining and Estimating a Trading Area"²) für die jeweiligen projektrelevanten Warengruppen bzw. Betriebstypen die maximalen Umsatzleistungen prognostiziert.

¹ Während beispielsweise bei Artikeln des täglichen Bedarfes (v. a. Lebensmittel und Drogeriewaren) das Kriterium der räumlichen Nähe des Einkaufszieles gegenüber dem Kriterium der Attraktivität relativ wichtiger ist, dominiert bei Artikeln des mittel- und längerfristigen Bedarfes (u. a. Sportartikel oder Bekleidung/ Schuhe) das Kriterium der (vermuteten) Attraktivität.

² In: Journal of Marketing, Vol. 28 (1964), No. 3, S. 34 - 38

2 Projektplanung und Projektdaten

Wie bereits dargelegt, ist im Bereich Erlenbacher Straße und Bahnhofstraße nach Verlagerung des BayWa-Marktes eine Umstrukturierung des nördlichen Bereiches des Märktegebietes geplant. Im Zuge dessen sind kleinräumige Verlagerungen und Erweiterungen bereits bestehender Anbieter vorgesehen. So soll der Aldi Süd-Markt von derzeit rd. 860 m² Verkaufsfläche auf max. 1.350 m² Verkaufsfläche und der dm-Drogeriemarkt von heute rd. 740 m² auf dann max. 800 m² Verkaufsfläche erweitert werden. Ebenso ist für den Schuhfachmarkt Deichmann eine Neuaufstellung, einhergehend mit einer Verkaufsflächenenerweiterung auf dann max. 800 m² geplant. Weiterhin sollen ein bisher im Markt Elsenfeld nicht ansässiger Getränkemarkt und ergänzende Fachmärkte angesiedelt werden.

Abbildung 1: Lageplan



Quelle: IB Baunach, Stand 21.01.2020

Die Planung sieht vor, um einen zentralen Kundenparkplatz, der über eine Hauptzufahrt von der Erlenbacher Straße sowie zwei untergeordnete Zugewegungen von der nördliche Bahnhofstraße erschlossen wird, neue Gebäudekörper zu errichten. An der Westseite des Parkplatzes sollen der Aldi Süd-Discountmarkt, der Getränkemarkt und der dm-Drogeriemarkt, der wie die Aldi Süd-Filiale bereits heute im Märktegebiet ansässig ist, angeordnet werden. Nördlich des Kundenparkplatzes sind weitere Fachmarkteinheiten geplant.

Das Eckgrundstück am Kreisverkehr Erlenbacher Straße/ Bahnhofstraße/ Marienstraße soll die wichtige Funktion eines „Trittsteins“ zwischen der historischen Ortsmitte von Elsenfeld und dem Märktegebiet übernehmen. So soll in diesem Bereich eine kleinteiligere Bebauung realisiert werden. Als Hauptnutzer ist die Sparkasse Miltenberg-Obernburg vorgesehen, die neben einer Geschäftsstelle auch im Erdgeschoss noch weitere Mietflächen realisieren wird. Angestrebt wird für die nördliche Kopfbebauung ein gastgewerblicher Betrieb mit vorgelagerter Außengastronomie.

Große Bedeutung wird der fußläufigen Durchwegung innerhalb des Plangebietes beigemessen. Wichtiges Ziel ist es dabei, Passanten aus den umliegenden Wohngebieten auf dem Weg zum südwestlich gelegenen Bahnhof durch das Märktegebiet zu führen. Weiterhin soll die Qualität der inneren Erschließung den Einkauf im Märktegebiet auch für nicht-motorisierte Kunden attraktiv machen.

Mit dem vorliegenden Gutachten sind folgende Einzelhandelsnutzungen auf ihre absatzwirtschaftlichen Auswirkungen zu prüfen:

- Erweiterung des bereits ansässigen Aldi Süd-Lebensmitteldiscountmarktes von heute ca. 860 m² auf max. 1.350 m² VKF,
- Erweiterung des bereits ansässigen dm-Drogeriemarktes von ca. 740 auf max. 800 m² VKF,
- Erweiterung des bereits ansässigen Deichmann-Schuhfachmarktes von ca. 480 auf max. 800 m² VKF,
- Neuansiedlung eines Getränkemarktes mit max. 800 m² VKF.

Neben den vorgenannten, bereits konkret projektierten Einzelhandelsbetrieben werden folgende Einzelhandelsnutzungen in die Analyse eingestellt:

- Neuansiedlung eines Bio-Supermarktes mit max. 800 m² VKF
- Neuansiedlung von Bekleidungsfachmärkten mit zusammen 900 m² VKF und einer Mindestgröße von ca. 300 m² VKF,
- Einmietung eines in Elsenfeld bereits ansässigen Anbieters von Sanitätsbedarf mit max. 800 m² VKF,
- alternativ: Neuansiedlung eines Fachmarktes für Einrichtungsbedarf mit max. 800 m² VKF.

Bei dem geplanten **Lebensmitteldiscountmarkt**, dem **Bio-Supermarkt** und dem **Getränkemarkt** entfällt der Großteil der jeweiligen Gesamtverkaufsfläche auf Nahrungs- und Genussmittel und Getränke und somit auf sonstige Sortimente des Nahversorgungsbedarfs.³

Drogerie- und Parfümeriewaren – Kernsortiment des zu betrachtenden **Drogeriemarktes** – werden von der Landesplanung Bayern den Sortimenten des Innenstadtbedarfs zugerechnet.

³ Einteilung der Sortimente in Bedarfsgruppen gemäß das Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP BY 2018)

Auswirkungsanalyse • Einzelhandelsentwicklung • Märktegebiet Elsenfeld

Die **Fachmärkte für Bekleidung und Schuhe** bieten ausschließlich Sortimente des Innenstadtbedarfs an.

Das Kernsortiment des **Fachmarktes für Haushaltswaren und Einrichtungsbedarf** konzentriert sich auf Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Haushaltswaren sowie Haus-, Heimtextilien und Bettwaren, sodass dieser Fachmarkt zum überwiegenden Teil Sortimente führen wird, die ebenfalls als Innenstadtbedarf eingestuft werden.

Der geplante **Anbieter von Sanitätsbedarf** (Mediteam Gesundheitszentrum) soll innerörtlich von seinem derzeitigen Standort Elsenfeld, Marienstraße 20, an den Planstandort verlagert werden. Der Betrieb soll über eine Gesamtfläche von max. 800 m² verfügen.

Der Anbieter Mediteam beschreibt sich selbst als „*das Gesundheitszentrum für Orthopädie- und Reha-Technik in Bamberg und Umgebung. Mediteam ist spezialisiert auf die Fertigung von qualitativ hochwertigen medizinischen Hilfsmitteln.*“

Mediteam verfügt insgesamt über acht Filialen. Neben Elsenfeld ist Mediteam mit Filialen in der Bamberger Innenstadt, im Bamberger Klinikum, in Hallstadt, in Hirschaid, in Burgebach, in Bad Staffelstein und in Kulmbach vertreten.

Die Gesamtfläche des Anbieters Mediteam gliedert sich in Flächen für Orthopädietechnik, Orthopädie-schuhtechnik und Reha-Technik sowie in Verkaufs- und Ausstellungsflächen.

Wichtig bei der Bewertung dieses Anbieters von Sanitätsbedarf ist, dass der Großteil der Gesamtfläche für Orthopädietechnik, Orthopädie-schuhtechnik und Reha-Technik, d. h., für handwerkliche Tätigkeiten, genutzt werden soll. Die Verkaufs- und Ausstellungsfläche soll dagegen nur ca. 110 m² einnehmen.

Der überwiegende Umsatzanteil entfällt heute und in Zukunft auf den Handwerksbereich.

Die derzeitige Verkaufs- und Ausstellungsfläche beträgt ca. 55 m², sodass mit der Verlagerung und Erweiterung des Betriebes die Verkaufs- und Ausstellungsfläche um ca. 55 m² vergrößert wird. Somit plant das Mediteam Gesundheitszentrum mit der Verlagerung in erster Linie die Weiterentwicklung der Orthopädietechnik, der Orthopädie-schuhtechnik und der Reha-Technik.

Im Hinblick auf die Verkaufs- und Ausstellungsfläche ist festzuhalten, dass auf dieser Fläche lediglich klassische Sanitätshausprodukte angeboten werden sollen. Hierzu zählen folgende Produkte:

- Kompressionsstrümpfe für Ödem-Patienten und bei Krampfadern
- Reisestrümpfe/ Antithrombosestrümpfe (ATS)
- Brustprothesen und andere Artikel für Brustkrebs-Patientinnen
- Bandagen bei Gelenkverletzungen
- Blutdruckmessgeräte
- Massage- und Gymnastikzubehör
- Krankenpflegeartikel und Inhalationsgeräte
- Lagerungsartikel, Kissen und Gehhilfen.

Der Großteil des Umsatzes, der auf der Verkaufs- und Ausstellungsfläche getätigt wird, entfällt mit rd. 90 % auf ärztliche Verordnungen, sodass der „klassische“ Einzelhandelsumsatz nur einen sehr kleinen Anteil am Gesamtumsatz einnimmt.

Laut Aussagen des Betreibers wird die Filiale in Bezug auf ihr Sortiment künftig die gleichen Funktionen wie heute ausüben. Neue Warengruppen oder Sortimente, wie z. B. Freizeittextilien und Accessoires (Bademäntel, Bademode, Freizeitschuhe oder Taschen), werden nicht in das Angebot aufgenommen.

Zusammenfassend ist in Bezug auf den geplanten Anbieter von Sanitätsbedarf Folgendes festzuhalten:

- Bei dem geplanten Anbieter von Sanitätsbedarf handelt es sich um eine innerörtliche Verlagerung und Erweiterung des bereits in Elsenfeld ansässigen Anbieters Mediteam.
- Die Ausrichtung von Mediteam bezieht sich überwiegend auf den handwerklichen Bereich, auf den der Großteil der betrieblichen Fläche und des betrieblichen Umsatzes entfällt.
- Der Verkauf von Sanitätswaren nimmt dagegen sowohl flächen- als auch umsatzbezogen eine untergeordnete Bedeutung ein. Darüber hinaus wird in diesem Bereich der Großteil des Umsatzes über ärztliche Verordnungen erwirtschaftet, sodass dieser Umsatz nicht als einzelhandelsrelevant zu bewerten ist.
- Durch die Verlagerung und Erweiterung soll die Verkaufs- und Ausstellungsfläche nur geringfügig um ca. 55 m² vergrößert werden.
- Laut Aussagen des Betreibers sollen zukünftig keine neue Warengruppen oder Sortimente in das Angebot aufgenommen werden.
- Aufgrund der vergleichsweise geringen geplanten Verkaufsflächenerweiterung und der Tatsache, dass das Sortiment im Rahmen des Planvorhabens nicht verändert werden soll, ist nicht davon auszugehen, dass auf der Verkaufs- und Ausstellungsfläche zukünftig deutlich höhere Umsätze getätigt werden. Zudem ist zu berücksichtigen, dass ein Großteil möglicher Mehrumsätze nicht als einzelhandelsrelevant anzusehen ist.

Bei dem potenziellen Mieter Mediteam handelt es sich somit um einen spezialisierten Betrieb der Orthopädie- und Reha-Technik mit angeschlossenen Verkauf von klassischen Sanitätshausprodukten auf einer der übrigen Geschäftsfläche deutlich untergeordneten Verkaufsfläche. Der überwiegende Teil der für den Verkauf vorgesehenen Waren unterliegt der ärztlichen Verordnung, sodass dieser Betrieb nicht dem Einzelhandel im engeren Sinne zuzuordnen ist.

Da gleichzeitig nicht zu erwarten ist, dass dieser Anbieter im Falle einer Verlagerung in das Märktegebiet seinen einzelhandelsrelevanten Umsatz nennenswert vergrößern kann, kann ausgeschlossen werden, dass dieses Vorhaben negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnaher Versorgung in Elsenfeld oder in den Umlandkommunen auslösen würde.

Vor diesem Hintergrund wird das Vorhaben zur möglichen Verlagerung von Mediteam in das Märktegebiet im Folgenden aus der gutachterlichen Umsatz-Umverteilungsprognose ausgeklammert.

3 Standortseitige Aspekte

3.1 Makrostandort

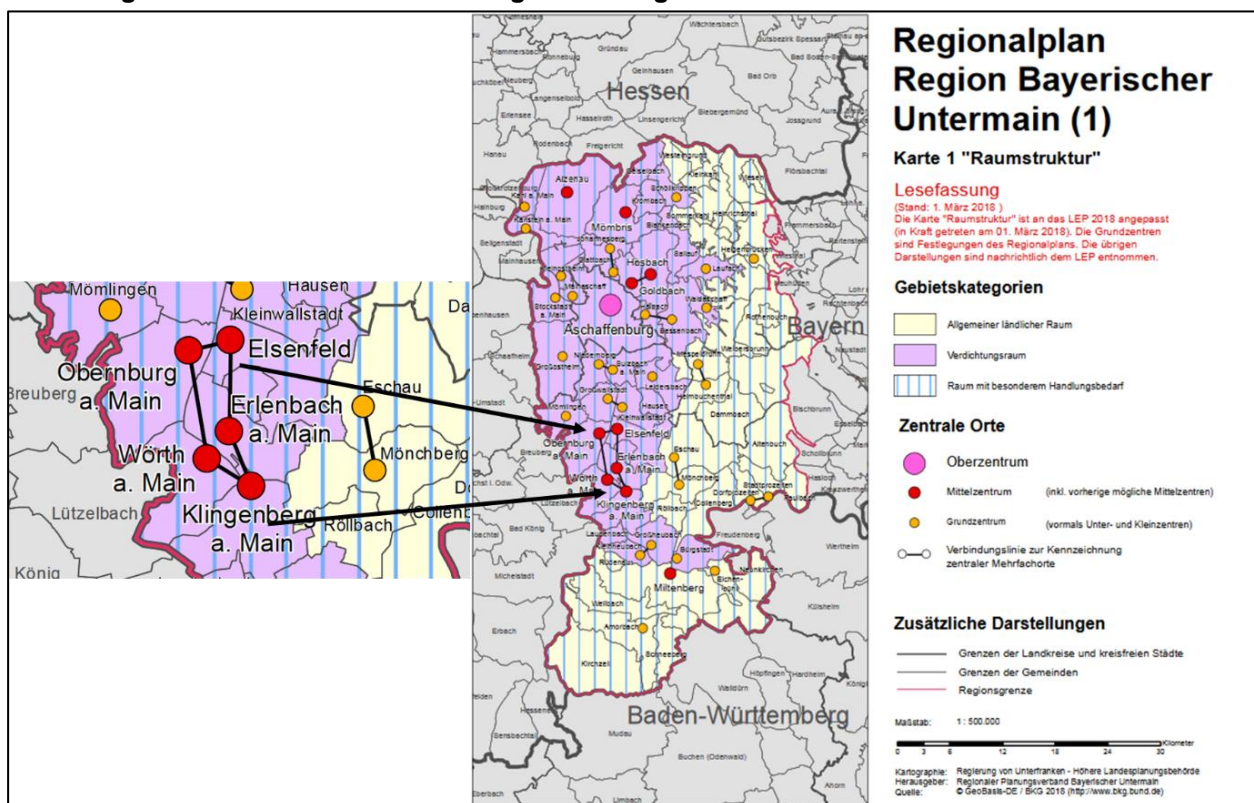
Lage und Siedlungsstruktur

Die Gemeinde Elsenfeld ist ein Markt im unterfränkischen Landkreis Miltenberg und damit dem Regierungsbezirk Unterfranken zugeordnet. Die Gemeinde Elsenfeld liegt östlich des Mains. An Elsenfeld grenzen im Norden der Markt Kleinwallstadt sowie die Gemeinden Großwallstadt, Hausen und Heimbuchenthal, im Osten die Marktgemeinden Eschau und Mönchberg sowie im Süden die Stadt Erlenbach a. Main. Die Nachbarstadt Obernburg am Main liegt im Westen auf der gegenüberliegenden Mainseite.

Mit den umliegenden Kommunen Obernburg a. Main, Erlenbach a. Main, Wörth a. Main und Klingenberg a. Main bildet Elsenfeld ein gemeinsames Mittelzentrum.

Das nächstgelegene Oberzentrum Aschaffenburg liegt 30 km nördlich von Elsenfeld und kann in circa einer halben Stunde Fahrzeit mit dem Pkw erreicht werden.

Abbildung 2: Zentralörtliche Einstufung der Marktgemeinde Elsenfeld



Quelle: Regionalplan – Region Bayerischer Untermain, 01. März 2018

Bevölkerungsdaten

Die Gemeinde mit über 9.238 Einwohnern gliedert sich in die 4 Ortsteile Elsenfeld, Rück, Schippach und Eichelsbach. Etwa drei Viertel der Bevölkerung (rd. 6.920 EW) lebt im Hauptort Elsenfeld. Die drei übrigen Ortsteile weisen Einwohnerzahlen von jeweils weniger als 1.000 Einwohnern auf.

Abbildung 3: Einwohner nach Ortsteilen

Ortsteil	Einwohner	
	abs.	in %
Elsenfeld	6.922	75
Rück	972	10
Schippach	645	7
Eichelsbach	699	8
Summe	9.238	100

Quelle: Bayerisches Amt für Statistik, Stand 31.12.2018

Erreichbarkeit und Verkehr

Die Gemeinde Elsenfeld wird hauptsächlich durch die Staatsstraßen ST 2309 mit nord-südlicher und ST 2308 mit ost-westlicher Ausrichtung erschlossen. Auf der gegenüberliegenden Mainseite – die über die Mainbrücke Obernburg/ Elsenfeld (S 2308) für Kraftfahrzeuge, Fahrräder und Fußgänger zu erreichen ist – besteht darüber hinaus Anschluss an die B 469, die als regional bedeutsame Verkehrsachse die Anbindung in Richtung Aschaffenburg und Miltenberg herstellt. Zusätzlich besteht die frühere alte Mainbrücke Elsenfeld-Obernburg, die auf den alten Brückenpfeilern erhöht zu einem Fahrrad- und Fußgängersteg umgebaut wurde.

Über den Bahnhof Obernburg-Elsenfeld auf Elsenfelder Gemeindegebiet besteht über die dort verkehrende Maintalbahn Anschluss an den Regionalverkehr in Richtung Aschaffenburg und Miltenberg.

3.2 Mikrostandort

Lage des Projektgrundstücks und Nutzungsumfeld

Das Projektareal liegt im Hauptort Elsenfeld zwischen Bahnhof und Erlenbacher Straße, rd. 200 Meter südlich der gewachsenen Ortsmitte.

Hinsichtlich der Nutzungsstrukturen sind in erster Linie mehrere Fachmarkteinheiten ohne größere zusammenhängende Gebäudekörper prägend. So befinden sich innerhalb des Standortbereiches u. a. die Lebensmitteldiscountmärkte Aldi Süd und Lidl, ein dm-Drogeriemarkt, die Bekleidungsanbieter Takko, Kik und AWG Mode Center, die Schuhfachmärkte Deichmann und Quick Schuh sowie die Nonfood-Discounter Jawoll und Tedi.

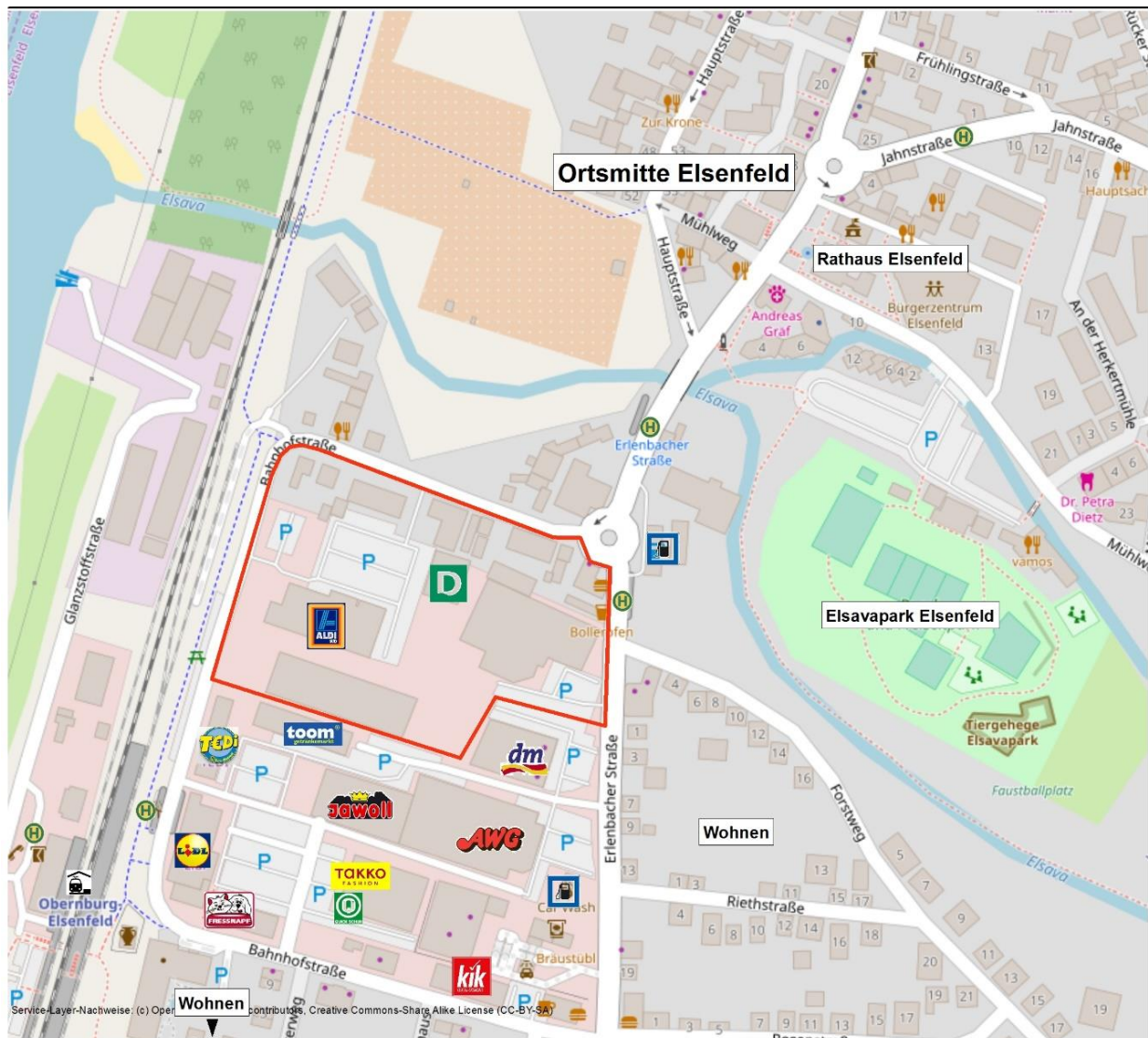
Im Standortumfeld des Areal sind an der Erlenbacher Straße Wohnnutzungen dominierend. Auf der südlich verlaufenden Bahnhofstraße bestehen neuere Wohngebäude, ein Seniorenwohnheim sowie ein kleinteiliger Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz (u. a. Optiker, Friseur, Fahrschule). Auf der Westseite des Areal verlaufen die Bahnschienen, in nördlicher Richtung schließen sich weitere Wohnnutzungen an.

Planungsrechtliche Situation

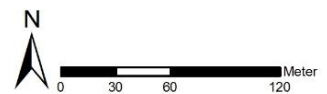
Wie bereits eingangs dargelegt, macht die geplante Einzelhandelsentwicklung die Aufstellung eines Bebauungsplanes erforderlich. Im Rahmen dieses Genehmigungsverfahrens ist somit nachzuweisen, dass im Falle der geplanten Einzelhandelsentwicklung negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die Nahversorgung in Wohngebieten im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO ausgeschlossen werden können.

Im Zuge des Genehmigungsverfahrens ist darüber hinaus zu prüfen, ob die geplante Einzelhandelsentwicklung aus landesplanerischer Sicht (LEP Bayern 2018) vertretbar ist.

Abbildung 4: Mikrostandort



 Projektstandort



Kartengrundlage: Nexiga GmbH, 2006-2012, Esri BaseMaps

Quelle: BBE-Darstellung 2018

4 Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum

Im Hinblick auf die Abgrenzung des perspektivischen Einzugsgebietes des Planvorhabens sowie auf die zu untersuchenden städtebaulichen Auswirkungen durch das Planvorhaben ist eine Betrachtung der Angebotsstrukturen im Umfeld des Planstandortes notwendig.

Da die räumliche Ausstrahlung und damit die Ausdehnung des Einzugsgebietes des Planvorhabens in hohem Maße von der Attraktivität und der Ausstrahlung der typgleichen Mitbewerber abhängen, erfolgt im Weiteren eine detaillierte Wettbewerbsbetrachtung der projektrelevanten Anbieter im Untersuchungsgebiet.

Der (engere) Untersuchungsraum für die projektierten Einzelhandelsnutzungen bezieht sich im Wesentlichen auf den Markt Elsenfeld und die umliegenden Kommunen Obernburg am Main, Erlenbach am Main, Eschau, Großwallstadt, Kleinwallstadt, Klingenberg am Main, Leidersbach, Mömlingen, Mönchberg, Röllbach und Wörth am Main.

Bei den projektrelevanten Sortimenten, die über den täglichen Bedarf hinausgehen, d. h., die Sortimente Bekleidung, Schuhe und Haushaltswaren/ Einrichtungsbedarf, sind auch die im Norden angrenzenden Kommunen Großostheim, Niedernberg und Sulzbach a. Main sowie in Richtung Süden die nächstgelegenen Kommunen Laudenschlag, Großheubach, Kleinheubach und Bürgstadt sowie die Kreisstadt Miltenberg in die Wettbewerbsbetrachtung einzubeziehen. Somit wird für diese Sortimente ein erweitertes Untersuchungsgebiet betrachtet.

Im Hinblick auf die untersuchungsrelevanten Anbieter ist zu berücksichtigen, dass die Wettbewerbswirkungen des Planvorhabens sich in erster Linie bei diesen typgleichen Anbietern auswirken. Vor diesem Hintergrund wurden alle relevanten größeren Lebensmittelmärkte, Drogeriemärkte sowie Anbieter von Bekleidung/ Wäsche, Schuhen, Haushaltswaren und Einrichtungsbedarf im Untersuchungsraum differenziert nach Standort, Verkaufsfläche sowie Sortimentsschwerpunkt erhoben.

Der geplante Getränkemarkt wird insbesondere in Wettbewerb zu den Getränkefachanbietern in Elsenfeld treten (Toom im Märktegebiet, Getränkemarkt neben Bauer-Markt, Kelterei Kuhn in der Toni-Schecher-Straße).

Bezüglich der Wettbewerber des geplanten Bio-Supermarktes sind neben den klassischen Lebensmittelmärkten zudem die vorhandenen Naturkost- und Bio-Lebensmittelmärkte (v. a. Bio-Supermärkte, Naturkostfachgeschäfte, Reformhäuser und Bio-Hofläden) zu betrachten. Da Bio-Lebensmittel zudem auch in erheblichem Umfang in Drogeriemärkten vertrieben werden, sind auch diese in die Wettbewerbsbetrachtung einzustellen.

Größere Spezialanbieter von Bio-Produkten sind im Untersuchungsgebiet nur vereinzelt vertreten. Größter Anbieter im Untersuchungsgebiet ist der Bio-Markt Kornruhe in Erlenbach am Main. Zudem werden Bio-Produkte als Randsortimente der in der Auswirkungsanalyse detailliert dargestellten „klassischen“ Lebensmittel- und Drogeriemärkte und von Marie´s Hofladen in Obernburg a. M. vorgehalten.

Unter städtebaulichen Gesichtspunkten ist v. a. das Angebot in den zentralen Versorgungsbereichen - von Bedeutung. Daher wird der relevante Wettbewerb für diese Standortbereiche gesondert ausgewiesen.

4.1 Projektrelevante Angebotssituation im engeren Untersuchungsgebiet

Wie bereits erläutert bezieht sich der Untersuchungsraum für die projektierten Einzelhandelsnutzungen im Wesentlichen auf den Markt Elsenfeld und die umliegenden Kommunen Obernburg am Main, Erlenbach am Main, Eschau, Großwallstadt, Kleinwallstadt, Klingenberg am Main, Leidersbach, Mömlingen, Mönchberg, Röllbach und Wörth am Main.

Die Einzelhandelsstrukturen innerhalb dieses Untersuchungsgebietes sind sehr unterschiedlich ausgeprägt. Während die Kommunen Elsenfeld, Obernburg a. Main und Erlenbach a. Main die Hauptangebotsstandorte in den projektrelevanten Sortimenten darstellen, findet sich in den meisten übrigen Kommunen des Untersuchungsgebietes meist nur ein vergleichsweise schwacher Einzelhandelsbesatz mit nur wenigen kleinteiligen Betrieben. Den Einzelhandelsstrukturen entsprechend sind auch die meisten Hauptwettbewerber des Planvorhabens in den Kommunen Elsenfeld, Obernburg a. Main und Erlenbach a. Main verortet. Lediglich im Sortiment Bekleidung verfügen auch die Kommunen Leidersbach, Großwallstadt und Mömlingen über umfangreichere Angebotsstrukturen.

Markt Elsenfeld

Nach eigenen Erhebungen verfügt die Marktgemeinde Elsenfeld in den untersuchungsrelevanten Sortimenten über eine Verkaufsfläche von insgesamt rd. 12.000 m², auf der nach eigener Prognose ein Jahresumsatz von rd. 47,4 Mio. € generiert wird (siehe hier und im Folgenden Abbildung 6).

Im Märktegebiet Erlenbacher Straße selbst sind neben den neu projektierten Betrieben Aldi Süd, dm und Deichmann ein Lidl-Lebensmitteldiscountmarkt, ein Toom-Getränkemarkt, die Bekleidungsanbieter AWG Mode Center, Takko und Kik, der Schuhfachmarkt Quick Schuh sowie die Nonfood-Discounter Jawoll⁴ und Tedi als Hauptwettbewerber ansässig; die projektrelevante Verkaufsfläche addiert sich auf 8.270 m², die Gesamtumsatzleistung auf ca. 28,8 Mio. €

Innerhalb der sonstigen Ortsmitte (historische Ortsmitte sowie Erlenbacher Straße außerhalb des Märktezentrums) findet sich nur im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel ein projektrelevanter Einzelhandelsbesatz, der aus wenigen kleinteiligen Anbietern besteht. Neben dem kleinen SB-Markt Ostmarkt werden Lebensmittel in der Ortsmitte von Elsenfeld nur vom Ladenhandwerk (Bäckereien, Metzgereien) vorgehalten. Der SB-Markt des Betreibers Bauer („Kleiner Bauer Markt“) an der Rücker Straße wurde im September 2018 geschlossen.

Als einer der Hauptwettbewerber des Planvorhabens ist der große Supermarkt „Edeka Bauer“ in Gewerbegebietslage im Norden von Elsenfeld zu berücksichtigen, der mit rd. 2.800 m² Verkaufsfläche den größten Anbieter der Kernsortimente Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren innerhalb von Elsenfeld darstellt. Zudem ist der Betrieb Öz Bereket, ein Anbieter südländischer Spezialitäten, südlich des Märktegebietes ansässig.

Außerhalb des Ortsteils Elsenfeld ist in der Marktgemeinde Elsenfeld nur noch ein kleiner Dorfladen im Ortsteil Schippach untersuchungsrelevant.

⁴ Beim Jawoll-Sonderpostenmarkt wird berücksichtigt, dass dieser auf einer vergleichsweise großen Teilfläche Nahrungs- und Genussmittel anbietet.

Obernburg am Main

In der Stadt Obernburg am Main, die im Westen auf der gegenüberliegenden Mainseite an Elsenfeld angrenzt, weist der projektrelevante Einzelhandel eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 7.910 m² auf; der Umsatz wird auf insgesamt rd. 35,9 Mio. € prognostiziert.

Auch in der Stadt Obernburg am Main ist das projektrelevante Angebot innerhalb der Ortsmitte vergleichsweise gering ausgeprägt und besteht lediglich aus kleinteiligen Betrieben.

Die Hauptwettbewerber innerhalb der Stadt Obernburg a. Main sind entsprechend außerhalb der Ortsmitte ansässig, wobei sich der Wettbewerb mit den Lebensmittelmärkten Rewe, Aldi Süd, Lidl und Netto sowie dem Möbelhaus Spilger und dem Sonderpostenmarkt Thomas Philipps hauptsächlich auf die Sortimente Nahrungs- und Genussmittel und Haushaltswaren/ Einrichtungsbedarf konzentriert.

Erlenbach am Main

Innerhalb der Stadt Erlenbach a. Main ist in der Ortsmitte ebenfalls nur ein vergleichsweise gering ausgeprägter Einzelhandelsbesatz mit kleinteiligen Betrieben verortet. Somit sind auch in der Stadt Erlenbach a. Main alle Hauptwettbewerber des Planvorhabens (Rewe, Netto, Norma, dm und Kik) außerhalb der gewachsenen Ortsmitte ansässig.

Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass in der Stadt Erlenbach am Main in Randlage des Ortszentrums im Kreuzungsbereich Seeweg/ Miltenberger Straße zwischenzeitlich ein Aldi Süd-Lebensmitteldiscountmarkt (max. 1.200 m² VKF), ein Rewe-Getränkemarkt (max. 650 m² VKF) und ein Müller-Drogeriemarkt (max. 800 m² VKF) errichtet wurden.

Außerhalb der Kommunen Elsenfeld, Obernburg a. Main und Erlenbach am Main konzentrieren sich die Wettbewerbsbetriebe innerhalb des Untersuchungsgebietes im Wesentlichen auf den Lebensmittel Einzelhandel und hierbei auf folgende Anbieter:

- Markt Eschau: Rewe und Norma⁵
- Gemeinde Großwallstadt: Rewe und Netto
- Markt Kleinwallstadt: Netto und CAP-Markt⁶
- Stadt Klingenberg am Main: Netto
- Gemeinde Leidersbach: Netto und Nahkauf
- Gemeinde Mömlingen: Netto und Norma
- Stadt Wörth am Main: Lidl, Edeka, Aldi Süd, Norma

Darüber hinaus weisen die Gemeinden Leidersbach, Mömlingen und Klingenberg am Main umfangreichere Angebotsstrukturen im Sortiment Bekleidung auf.

⁵ Der im Markt Eschau bereits ansässige Norma-Lebensmitteldiscountmarkt soll innerhalb des Gemeindegebietes verlagert und auf bis zu 1.200 m² VKV erweitert werden. Der Marktgemeinderat des Marktes Eschau hat am 02.07.2018 den entsprechenden Bebauungsplan für das Areal "Quelle" als Satzung beschlossen. In der Analyse wird nunmehr der erweiterte Norma-Markt als Bestand berücksichtigt.

⁶ Der CAP-Markt soll im Innenortbereich von Kleinwallstadt in der Immobilie des früheren Netto-Marktes eröffnet werden und wird in vorliegender Untersuchung als Bestand berücksichtigt.

Abbildung 5: Projektrelevante Angebotssituation im Untersuchungsgebiet (Hauptwettbewerber)



Wettbewerbsübersicht

P Projektstandort



0 500 1.000 2.000 Meter

Kartengrundlage: Nexiga GmbH, 2006-2012, Esri BaseMaps

Quelle: BBE-Darstellung 2020

Abbildung 6: Projektrelevante Angebotssituation im engeren Untersuchungsgebiet nach Sortimenten

Umverteilung	Nahrungs- u. Genussmittel		Drogeriewaren		Bekleidung		Schuhe		Haushaltswaren/ Einrichtungsbedarf	
	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €
Eisenfeld	5.940	30,7	1.350	7,1	2.520	4,6	1.180	2,9	1.020	2,1
■ Märktegebiet ¹	2.760	14,1	1.050	5,6	2.270	4,1	1.180	2,9	1.010	2,1
■ sonstige Ortsmitte	340	2,4	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
■ sonstige Standorte	2.840	14,2	300	1,5	250	0,5	(*)	(*)	(*)	(*)
Obernburg a. Main	4.490	27,2	640	3,0	580	1,3	170	0,6	2.030	3,8
■ Ortsmitte	750	4,4	100	0,5	130	0,5	170	0,6	90	0,2
■ sonstige Standorte	3.740	22,8	540	2,5	450	0,7	(*)	(*)	1.940	3,6
Erlenbach a. Main	4.880	25,2	1.730	8,8	400	0,6	150	0,5	230	0,5
■ Ortsmitte	660	4,3	(*)	(*)	(*)	(*)	150	0,5	130	0,3
■ sonstige Standorte	4.220	20,9	1.730	8,8	400	0,6	(*)	(*)	100	0,2
Eschau	1.950	7,5	250	1,0	70	0,2	(*)	(*)	(*)	(*)
Großwallstadt	2.040	8,7	310	1,5	3.300	7,2	(*)	(*)	950	1,9
Kleinwallstadt	1.240	5,1	140	0,5	170	0,5	130	0,5	50	0,1
Klingenberg a. Main	800	3,6	120	0,5	300	0,9	50	0,1	(*)	(*)
Leidersbach	1.050	4,8	130	0,6	5.700	14,3	70	0,3	240	0,5
Mömlingen	1.410	5,9	230	0,9	2.030	5,7	770	1,7	(*)	(*)
Mönchberg	200	1,0	50	0,3	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
Röllbach	(*)	(*)	(*)	(*)	100	0,3	(*)	(*)	(*)	(*)
Wörth a. Main	3.590	23,0	650	3,0	440	0,7	(*)	(*)	250	0,5

¹ inkl. der Bestandsflächen Aldi Süd, dm und Deichmann, die im Rahmen des Planvorhabens innerhalb des Märktegebietes verlagert/ erweitert werden sollen
 (*) marginal, d. h. < 50 m² bzw. < 0,1 Mio. €; Quelle: BBE-Berechnungen 2020 (ggf. Rundungsdifferenzen)

Abbildung 7: Projektrelevante Angebotssituation im erweiterten Untersuchungsgebiet nach Sortimenten

Umverteilung	Bekleidung		Schuhe		Haushaltswaren/ Einrichtungsbedarf	
	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €	VKF in m ²	Umsatz in Mio. €
Großostheim	4.890	9,5	600	1,7	520	1,3
■ Ortsmitte	60	0,2	(*)	(*)	50	0,1
■ sonstige Standorte	4.830	9,3	600	1,7	470	1,2
Niedernberg	1.390	4,2	570	1,1	820	2,5
Sulzbach am Main	340	1,0	(*)	(*)	1.720	4,7
Laudenbach	50	0,1	(*)	(*)	50	0,1
Großheubach	(*)	(*)	(*)	(*)	60	0,1
Kleinheubach	930	2,2	300	0,6	900	2,2
Bürgstadt	(*)	(*)	600	1,2	300	0,3
Miltenberg	5.480	15,5	1.100	2,7	1.320	2,4
■ Ortsmitte	3.130	9,5	680	1,7	670	1,3
■ sonstige Standorte	2.350	6,0	420	1,0	650	1,1

(*) marginal, d. h. < 50 m² bzw. < 0,1 Mio. €
Quelle: BBE-Berechnungen 2018 (Rundungsdifferenzen möglich)

4.2 Projektrelevante Angebotssituation im erweiterten Untersuchungsgebiet

Wie eingangs des Kapitels erläutert, umfasst der Untersuchungsraum bei den projektrelevanten Sortimenten, die über den täglichen Bedarf hinausgehen (Bekleidung, Schuhe und Haushaltswaren/ Einrichtungsbedarf), im Norden die angrenzenden Kommunen Großostheim, Niedernberg und Sulzbach am Main sowie in Richtung Süden die nächstgelegenen Kommunen Laudenbach, Großheubach, Kleinheubach und Bürgstadt sowie die Kreisstadt Miltenberg.

Im weiteren Untersuchungsgebiet sind die Kreisstadt Miltenberg und der Markt Großostheim aufgrund der gegebenen Angebotsstrukturen als Hauptwettbewerbsstandorte zu betrachten. Hier finden sich insbesondere im Sortiment Bekleidung umfassende Angebote (siehe Abbildung 7 auf der vorstehenden Seite).

5 Nachfrageanalyse – Einzugsgebiet und Nachfragevolumen

5.1 Einzugsgebiet des Planvorhabens

Das Einzugsgebiet der projektierten Einzelhandelsentwicklung umfasst den Raum, aus dem die geplanten Einzelhandelsbetriebe den überwiegenden Teil ihres Umsatzes generieren werden und dadurch einen auch im Vergleich zum Wettbewerb hohen Marktanteil erreichen. Es markiert somit denjenigen städtischen Teilraum, in dem die Ansiedlungsvorhaben eine hohe Versorgungsbedeutung für die wohnungsnahе Versorgung übernehmen.

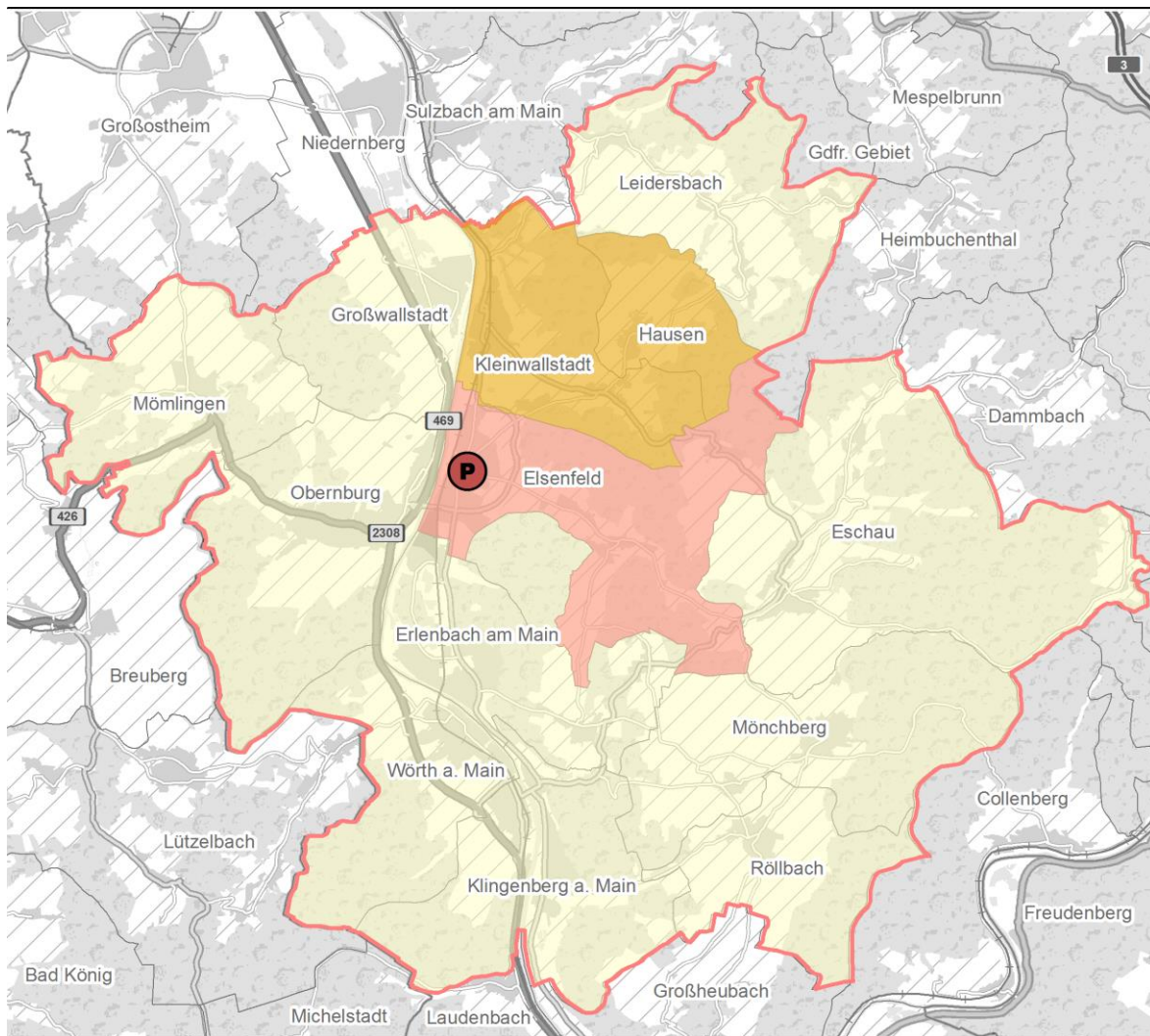
Unter Berücksichtigung der Angebots- und Nachfragesituation wird von den Gutachtern das Einzugsgebiet für das Planvorhaben prognostiziert. Dabei sind für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung grundsätzlich folgende Faktoren von Bedeutung:

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung in den geplanten Sortimentsbereichen,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,⁷
- die projektrelevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Anbieter im Standortumfeld,
- die Attraktivität der Projektvorhaben, die u. a. durch die Dimensionierung, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad der Betreiber bestimmt wird,
- die Qualität des Projektstandortes, die u. a. aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten sowie aus vorhandenen bzw. zu erwartenden Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen ausgehend von z. B. topografischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten,
- traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung,
- die zentralörtliche Funktion der Kommune.

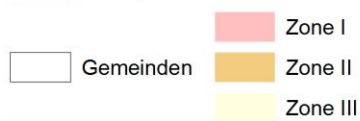
Ein Einzugsgebiet ist grundsätzlich nicht als statisches Gebilde anzusehen, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil eines Betriebes/ Standortverbundes stammt. Darüber hinaus können diffuse Zuflüsse von außerhalb erwartet werden.

⁷ Mit zunehmender Häufigkeit der Bedarfsdeckung und abnehmendem spezifischen Wert des nachgefragten Gutes nimmt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand ab. Demzufolge sind bei einem Angebot der Grundversorgung die Aktionsradien räumlich enger als bei Angeboten des längerfristigen Bedarfsbereichs (z. B. Möbelsortiment).

Abbildung 8: Einzugsgebiet des Planvorhabens



Einzugsgebiet



Kartengrundlage: Nexiga GmbH, 2006-2012, Esri BaseMaps

Quelle: BBE-Darstellung 2018

Vor allem aufgrund bestehender Wettbewerbsstrukturen, der Lage des Planvorhabens, zu unterstellender Agglomerationseffekte, des Bevölkerungspotenzials im Standortumfeld und der Versorgungsfunktion des Planvorhabens lässt sich ein Einzugsgebiet mit drei Zonen unterschiedlicher Einkaufsintensitäten abgrenzen:

- **Zone I:** Dem Einzugsgebiet des Planvorhabens ist der Markt Elsenfeld, in dem sich das Planvorhaben befindet, als Kerneinzugsgebiet zuzuordnen. Hier leben aktuell ca. 9.240 Einwohner.⁸
- **Zone II:** Aufgrund der Lage und der Agglomerationseffekte ist davon auszugehen, dass das Planvorhaben zudem ein erweitertes Einzugsgebiet mit einer relativ hohen Einkaufsintensität erreichen kann. Dieses umfasst die nördlich von Elsenfeld gelegenen Kommunen Kleinwallstadt (ca. 5.780 EW) und Hausen (ca. 1.870 EW) mit zusammen rd. 7.650 Einwohnern.⁹
- **Zone III:** Darüber hinaus umfasst das Einzugsgebiet die Kommunen Erlenbach a. Main, Obernburg a. Main, Eschau, Mönchberg, Röllbach, Großwallstadt, Klingenberg, Wörth, Leidersbach und Mömlingen mit zusammen rd. 51.470 Einwohnern.

Das vorhabenbezogene Einzugsgebiet weist somit ein **Bevölkerungspotenzial von rd. 68.360 Personen** auf.

Für den geplanten Supermarkt, den Lebensmitteldiscountmarkt und den Drogeriemarkt ist in diesem Zusammenhang davon auszugehen, dass diese Betriebe aufgrund ihres Kernsortiments im periodischen Bedarf insbesondere als Nahversorger für die Gemeinde Elsenfeld fungieren werden. Darüber hinaus ist davon auszugehen, dass diese Einzelhandelsbetriebe ergänzende (Nah-) Versorgungsfunktionen für die im Norden an Elsenfeld angrenzenden Kommunen Kleinwallstadt und Hausen übernehmen werden. Vor diesem Hintergrund beschränkt sich das Einzugsgebiet der geplanten Anbieter des periodischen Bedarfs im Wesentlichen auf die Zonen I und II des abgegrenzten Einzugsgebietes.

Über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinaus sind in nachgeordnetem Maße zusätzlich Kunden von außerhalb zu erwarten. Diese werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als sogenannte „**diffuse Umsatzzuflüsse**“ berücksichtigt. Diese diffusen Umsatzzuflüsse resultieren z. B. aus sporadischen Besuchen von Berufspendlern/ Geschäftsreisenden und Touristen. Da sich die Kaufkraftabschöpfung außerhalb des Einzugsgebiets auf einen vergleichsweise großen Raum bezieht und die Kaufkraftabschöpfung dort so gering ist, dass diese nicht mehr exakt für diese Herkunftsgebiete prognostiziert werden kann, sind die Wohnorte dieser Kundengruppen nicht mehr zum Einzugsgebiet des Planvorhabens zu zählen.

⁸ Bayerisches Amt für Statistik, Stand 31.12.2018

⁹ ebenda, Stand 31.12.2018

5.2 Relevantes Nachfragevolumen im prognostizierten Einzugsgebiet

Das **vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen** errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet mit dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag,¹⁰ gewichtet mit der gemeinde-spezifischen Kaufkraftkennziffer.

Die Höhe der **Kaufkraftkennziffer** wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer stellt unabhängig von der Gemeindegröße das Verhältnis des in der Gemeinde verfügbaren Netto-Einkommens zum Gesamteinkommen in Deutschland dar, welches für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht. Für den Markt Elsenfeld liegt mit einem Index von insgesamt 92,3 ein unter-durchschnittliches Kaufkraftniveau vor. Auch alle anderen Kommunen des Einzugsgebietes – mit Aus-nahme von Großwallstadt, Obernburg a. Main und Röllbach – weisen ein unterdurchschnittliche Kauf-kraftniveau auf.

Die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben in Deutschland belaufen sich aktuell auf ca. 6.340 €. Für die projektrelevanten Sortimente liegen der Berechnung des Kaufkraftvolumens folgende jährliche Ver-brauchsausgaben p. P. zugrunde:

■ Nahrungs- und Genussmittel:	rd. 2.389 €
■ Drogeriewaren:	rd. 348 €
■ Bekleidung:	rd. 538 €
■ Schuhe:	rd. 96 €
■ Haushaltswaren/ Einrichtungsbedarf:	rd. 107 €

Für die projektrelevanten Sortimente lassen sich folgende Kaufkraftpotenziale errechnen:

Abbildung 9: Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet in den projektrelevanten Sortimenten

Einzugsgebiet	Nahrungs- und Genussmittel	Drogeriewaren	Bekleidung	Schuhe	Haushaltswaren/ Einrichtungsbedarf
Kaufkraft in Mio. €					
Zone I	20,3	2,9	4,7	0,9	1,0
Zone II	17,6	2,5	4,0	0,7	0,8
Zone III	119,3	17,0	27,2	5,0	5,6
Summe	157,2	22,4	35,9	6,6	7,4

Quelle: eigene Berechnungen unter Verwendung MB-Research-Kaufkraftkennzahlen für Sortimente 2018; Werte gerundet.

¹⁰ Auf Basis von IfH-Daten aus dem Jahre 2018

6 Prognose der Marktanteile und der Umsatzleistung des Planvorhabens

Die Einschätzung der durch die Ansiedlung des Planvorhabens zu erwartenden Umsätze bildet die Voraussetzung für die Bestimmung der Umsatzumlenkungen und der hierdurch möglicherweise hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen.

Unter Berücksichtigung der bestehenden Wettbewerbsstrukturen in der Gemeinde Elsenfeld und im weiteren Umland wird die zu erwartende Umsatzleistung der geplanten Einzelhandelsbetriebe ermittelt.

Die Umsatzerwartung des Planvorhabens hängt zunächst von der Verkaufsflächengröße und von der Sortimentsaufteilung ab. Hinzu kommen aber auch die Gesamtattraktivität des Standortes sowie die standortbezogene Wettbewerbsintensität.

Der Umsatzprognose des Planvorhabens liegen folgende Annahmen zugrunde:

- Der Umsatz des Planvorhabens wird unter Berücksichtigung der zu erwartenden Agglomerations-effekte prognostiziert.
- Ausgehend von der Annahme, dass mit dem Vorhaben leistungsfähige und attraktive Angebotsformate realisiert werden sollen, wurden für die projektierten Nutzer hohe Umsatzleistungen angenommen. In Bezug auf das Ausmaß der Umsatzumlenkung wird somit eine Worst-Case-Betrachtung durchgeführt.

Wie in Kapitel 2 des Gutachtens bereits dargelegt, wird das der Auswirkungsanalyse zugrundeliegende Nutzungskonzept wie folgt definiert:

- Neuaufstellung/ Erweiterung des bereits ansässigen Aldi Süd-Lebensmitteldiscountmarktes (max. 1.350 m² VKF)
- Neuaufstellung/ Erweiterung des bereits ansässigen dm-Drogeriemarktes (max. 800 m² VKF)
- Neuaufstellung/ Erweiterung des bereits ansässigen Deichmann-Schuhfachmarktes (max. 800 m² VKF)
- Ansiedlung eines Getränkemarktes (max. 800 m² VKF)
- Ansiedlung eines Bio-Supermarktes (max. 800 m² VKF)
- Ansiedlung von Bekleidungsanbietern mit insgesamt max. 900 m² VKF
- Ansiedlung eines Fachmarktes für Haushaltswaren und Einrichtungsbedarf (max. 800 m² VKF).

Wie bereits begründet, wird der potenzielle Mieter Mediteam aus der Umsatz-Umverteilungsprognose ausgeklammert, da es sich dabei um einen spezialisierten Betrieb der Orthopädie- und Reha-Technik mit einer deutlich untergeordneten Verkaufsfläche für Waren, die überwiegend der ärztlichen Verordnung unterliegen, handelt.

6.1 Einzelhandelsbetriebe des periodischen Bedarfs – Lebensmitteldiscountmarkt, Getränkemarkt, Bio-Supermarkt und Drogeriemarkt

Im Bereich des periodischen Bedarfs ist die Erweiterung der ansässigen Betriebe Aldi-Süd auf max. 1.350 m² VKF und dm auf max. 800 m² VKF sowie die Neuansiedlung eines Getränkemarktes mit max. 800 m² VKF geplant. Perspektivisch ist zusätzlich auch die Ansiedlung eines Bio-Supermarktes mit max. 800 m² VKF vorgesehen.

Die Umsatzprognose für die geplanten Anbieter des periodischen Bedarfs ist der Tabelle auf der Fol-geseite zu entnehmen (siehe Abbildung 10).

Bei der Umsatzprognose wird berücksichtigt, dass der Aldi Süd-Lebensmitteldiscountmarkt und der dm-Drogeriemarkt, die innerhalb des Märktegebietes neu aufgestellt werden sollen, insbesondere aufgrund der Ansiedlung eines Aldi Süd-Lebensmitteldiscountmarktes und eines Müller-Drogeriemarktes in Erlenbach am Main mit einer deutlichen Wettbewerbsverschärfung konfrontiert werden.

Nach der BBE-Prognose wird auch der **Lebensmitteldiscountmarkt** mit Kunden aus dem Einzugsgebiet den Großteil des prognostizierten Umsatzes im Kernsortiment (ca. 7,2 Mio. €) erwirtschaften, sodass diese Filiale für die Bevölkerung der Marktgemeinde Elsenfeld und für die im Norden angrenzenden Gemeinden Kleinwallstadt und Hausen einen wichtigen Träger der wohnortnahen Versorgung darstellt. Hierbei wird der Aldi Süd-Lebensmitteldiscountmarkt - bezogen auf das im Einzugsgebiet verfügbare Kaufkraftvolumen - einen Marktanteil von ca. 17 % erreichen. Darüber hinaus werden rd. 12 % des Umsatzes im Kernsortiment (ca. 0,9 Mio. €) mit Kunden generiert, die von außerhalb des Einzugsgebietes stammen.

Für den erweiterten Aldi Süd-Discountmarkt (ca. 1.350 m² Verkaufsfläche) ist unter Berücksichtigung der sonstigen Sortimente/ Aktionswaren (ca. 1,7 Mio. €) somit ein Umsatzvolumen von max. 9,8 Mio. € zu prognostizieren. Mit einem Gesamtumsatz von rd. 9,8 Mio. € wird dabei unterstellt, dass die Filiale nach der projektierten Erweiterung einen weit über dem Durchschnitt des Aldi Süd-Filialnetz (rd. 8,4 Mio. €)¹¹ liegenden Umsatz erzielen kann.

Somit wird im Folgenden davon ausgegangen, dass die Erweiterung des Aldi Süd-Marktes mit einer Umsatzsteigerung in Höhe von max. 1,0 Mio. € einhergehen wird. Eine nennenswerte Veränderung der bestehenden Kunden- und Kaufkraftströme wird durch die Erweiterung der Filiale jedoch nicht ausgelöst, sodass die Mehrumsätze im Wesentlichen aus einer erhöhten Kaufkraftbindung im bereits angelegten Einzugsgebiet resultieren werden.

¹¹ vgl. Hahn-Gruppe, Retail Real Estate Report – Germany 2018/ 2019

Abbildung 10: Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens im periodischen Bedarf innerhalb des prognostizierten Einzugsgebietes

Umsatzherkunft	Kaufkraft	Discountmarkt (Aldi Süd, max. 1.350 m² VKF)		Getränkemarkt (max. 800 m² VKF)		Drogeriemarkt (dm, max. 800 m² VKF)		Bio-Supermarkt (max. 800 m² VKF)		Umsatzerwartung gesamt
		Kaufkraft- bindung	Umsatzerwar- tung	Kaufkraft- bindung	Umsatzerwar- tung	Kaufkraft- bindung	Umsatzerwar- tung	Kaufkraft- bindung	Umsatzerwar- tung	
		in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	
Zone I – Markt Eisenfeld	23,2	21	4,9	4	0,9	7	1,6	9	2,0	9,4
Nahrungs- und Genussmittel	20,3	22	4,5	4	0,9	2	0,4	9	1,9	7,7
Drogeriewaren	2,9	12	0,4	./.	./.	40	1,2	3	0,1	1,7
Zone II – Kleinwallstadt und Hausen	20,1	11	2,3	2	0,3	5	1,0	4	0,9	4,5
Nahrungs- und Genussmittel	17,6	12	2,1	2	0,3	1	0,2	5	0,8	3,4
Drogeriewaren	2,5	7	0,2	./.	./.	30	0,8	4	0,1	1,1
Einzugsgebiet gesamt	43,3	17	7,2	3	1,2	6	2,6	7	2,9	13,9
Nahrungs- und Genussmittel	37,9	17	6,6	3	1,2	2	0,6	7	2,7	11,1
Drogeriewaren	5,4	10	0,6	./.	./.	37	2,0	4	0,2	2,8
Streuumsätze	./.	./.	0,9	./.	0,2	./.	0,6	./.	0,5	2,2
Kernsortimente gesamt	./.	./.	8,1	./.	1,4	./.	3,2	./.	3,4	16,1
Sonstige Sortimente ¹	./.	./.	1,7	./.	./.	./.	0,6	./.	0,2	2,5
Planvorhaben gesamt	./.	./.	9,8	./.	1,4	./.	3,8	./.	3,6	18,6

¹ u. a. Aktionswaren, Zeitschriften, Schreib-/ Spielwaren, Haushaltwaren, Foto/ Media, Dekoration/ Kerzen, Schmuck/ Textilien
 Quelle: BBE-Berechnungen 2020 unter Verwendung von IFH-Pro-Kopf-Ausgaben/ MBR-Kaufkraftkennziffern

Abbildung 11: Umsatzerwartung des Aldi Süd-Marktes nach Sortimenten

Planvorhaben	Umsatzerwartung in Mio. €		
Sortimente	Discountmarkt (vorher)	Discountmarkt (nachher)	Veränderung
Nahrungs- und Genussmittel	6,7	7,3	+ 0,6
Drogeriewaren	0,7	0,8	+ 0,1
Sonstige Sortimente	1,4	1,7	+ 0,3
Summe	8,8	9,8	+ 1,0

Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung nach Angaben des Auftraggebers 2020

Für den geplanten **Getränkemarkt** ist bei einer Verkaufsfläche von bis zu 800 m² ein Umsatz von rd. 1,4 Mio. € zu prognostizieren. Hiervon wird der Großteil des Umsatzes (rd. 1,2 Mio. €) mit Kunden aus dem Einzugsgebiet generiert. Die diffusen Umsätze mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes belaufen sich auf max. 0,2 Mio. €.

Bei einer Verkaufsfläche von max. 800 m² und einem Umsatz von rd. 1,4 Mio. € würde auf dieser Fläche eine für Getränkemarkte überdurchschnittliche Flächenproduktivität von rd. 1.750 €/ m² Verkaufsfläche erreicht. Gemäß den Vergleichswerten der BBE Markt- und Strukturdaten 2017 liegt die durchschnittliche Flächenleistung von Getränkemarkten bei rd. 1.600 € je m² Verkaufsfläche, wobei dieser Wert eine Spanne zwischen dem Minimalwert von rd. 1.400 und dem Maximalwert von rd. 1.800 € je m² Verkaufsfläche überdeckt.

Weiterhin ist die Einmietung eines **Drogeriemarktes** mit einer Verkaufsfläche von max. 800 m² zu berücksichtigen. Hierbei handelt es sich um eine kleinflächige Verlagerung innerhalb des Märktegebietes, verbunden mit einer Verkaufsflächenerweiterung um ca. 170 m².

Unter Beachtung des vorhandenen sortimentsbezogenen Kaufkraftpotenzials, der Gesamtattraktivität des Standortes und des Planvorhabens sowie der Intensität des Wettbewerbs kann von dem geplanten Drogeriemarkt eine maximale Umsatzleistung von ca. 3,8 Mio. € generiert werden. Der weit überwiegende Anteil des zu erwartenden Umsatzes wird mit ca. 3,2 Mio. € auf die Kernsortimente Drogeriewaren und Lebensmittel entfallen. Ein Umsatz in Höhe von insgesamt rd. 0,6 Mio. € wird zudem mit sonstigen Sortimenten erwirtschaftet werden. Hierunter sind insbesondere die Sortimente Babybekleidung, Tiernahrung/ -pflege, Kerzen, Strumpfwaren, Bilderrahmen und Foto/ Optik zu verstehen. Diese stellen eine Abrundung des vorgehaltenen Kernsortiments dar und werden auf Klein- und Kleinstflächen angeboten.

Es wird davon ausgegangen, dass die geplante kleinräumige Verlagerung und Erweiterung des Drogeriemarktes zu einer Umsatzsteigerung in Höhe von max. 0,6 Mio. € führt.

Abbildung 12: Umsatzerwartung des dm-Drogeriemarktes nach Sortimenten

Planvorhaben	Umsatzerwartung in Mio. €		
	Sortimente	Drogeriemarkt (vorher)	Drogeriemarkt (nachher)
Nahrungs- und Genussmittel	0,6	0,8	+ 0,2
Drogeriewaren	2,0	2,4	+ 0,4
Sonstige Sortimente	0,6	0,6	-
Summe	3,2	3,8	+ 0,6

Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung nach Angaben des Auftraggebers 2020

Für den **Bio-Supermarkt** (max. 800 m² VKF) ergibt sich ein Gesamtumsatz von max. 3,6 Mio. €. Hiervon entfallen auf die Nahrungs- und Genussmittel rd. 3,2 Mio. €, auf die Drogeriewaren rd. 0,2 Mio. € und auf die Nonfood-Sortimente rd. 0,2 Mio. €. Im Rahmen der Umsatzprognose für den geplanten Bio-Supermarkt ist zu berücksichtigen, dass derzeit kein Bio-Supermarkt in der Marktgemeinde Elsenfeld ansässig ist.

6.2 Sonstige Fachmärkte

Neben den oben aufgeführten Anbietern des periodischen Bedarfs Supermarkt, Lebensmitteldiscountmarkt und Drogeriemarkt sind im Märktegebiet weitere Fachmärkte geplant.

Für die ergänzenden Nutzungen auf dem Planareal steht die Neuaufstellung/ Erweiterung des bereits ansässigen Deichmann-Schuhfachmarktes (max. 800 m² VKF), die Ansiedlung von einem bis max. drei Bekleidungs-Fachmärkten mit insgesamt max. 900 m² VKF und die Ansiedlung eines Fachmarktes für Haushaltswaren und Einrichtungsbedarf (max. 800 m² VKF) zur Diskussion.

Für die bis zu drei geplanten **Bekleidungsfachmärkte** ist bei einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 900 m² ein Umsatz von rd. 1,2 Mio. € zu prognostizieren. Somit würde auf dieser Fläche eine für Bekleidungsfachmärkte durchaus marktübliche Flächenproduktivität von rd. 1.300 €/ m² Verkaufsfläche erreicht.

Der **Schuhfachmarkt** kann am Standort nach der geringfügigen Erweiterung einen maximalen Umsatz von ca. 1,4 Mio. € erwirtschaften, was einer durchschnittliche Flächenleistung von ca. 1.800 € je m² Verkaufsfläche entspricht. Die Verkaufsflächenerweiterung von derzeit rd. 480 m² auf max. 800 m² Verkaufsfläche und die infolge der Neuaufstellung zu erwartende Attraktivitätssteigerung wird somit in eine Umsatzsteigerung von max. 0,6 Mio. € überführt werden können.

Für den **Fachmarkt für Haushaltswaren und Einrichtungsbedarf** mit max. 800 m² Verkaufsfläche ist ein Umsatz von max. 0,9 Mio. € zu prognostizieren.

Abbildung 13: Marktanteile und Umsatzerwartung ergänzender Fachmärkte

Fachmarkt/ Umsatzherkunft	Kaufkraft in Mio. €	Erwartete Kaufkraftbindung in %	Erwarteter Umsatz in Mio. €
Bekleidungsfachmarkt (max. 900 m² VKF)			
Einzugsgebiet, davon	35,9	3	1,0
<i>Zone I</i>	4,7	10	0,5
<i>Zone II</i>	4,0	5	0,2
<i>Zone III</i>	27,2	1	0,3
Diffuse Umsatzzuflüsse	./.	./.	0,2
Gesamt	./.	./.	1,2
Schuhfachmarkt (max. 800 m² VKF)			
Einzugsgebiet, davon	6,6	12	1,0
<i>Zone I</i>	0,9	30	0,3
<i>Zone II</i>	0,7	20	0,1
<i>Zone III</i>	5,0	12	0,6
Diffuse Umsatzzuflüsse	./.	./.	0,4
Gesamt	./.	./.	1,4
Fachmarkt für Haushaltswaren und Einrichtungsbedarf (max. 800 m² VKF)			
Einzugsgebiet, davon	7,4	10	0,7
<i>Zone I</i>	1,0	20	0,2
<i>Zone II</i>	0,8	10	0,1
<i>Zone III</i>	5,6	7	0,4
Diffuse Umsatzzuflüsse	./.	./.	0,2
Gesamt	./.	./.	0,9

Quelle: BBE-Prognose und –Berechnungen 2020

Insgesamt wird das Planvorhaben einen Gesamtumsatz von max. 22,1 Mio. € erzielen können. Unter Berücksichtigung der Bestandsumsätze der Betriebe, die am Standort heute bereits ansässig sind, ergibt sich ein Mehrumsatz von rd. 9,3 Mio. €.

Abbildung 14: Umsatzerwartung des Planvorhabens nach Sortimenten

Planvorhaben	Umsatz
Sortimente	Umsatzprognose in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel ¹	12,8
Drogeriewaren ²	3,3
Sonstige Sortimente ³	2,5
Bekleidung	1,2
Schuhe ⁴	1,4
Haushaltswaren und Einrichtungsbedarf	0,9
Summe	22,1

1 inkl. Bestandsumsätze Aldi Süd (ca. 6,7 Mio. €) und dm (ca. 0,6 Mio. €)
 2 inkl. Bestandsumsätze Aldi Süd (ca. 0,7 Mio. €) und dm (ca. 2,0 Mio. €)
 3 u. a. Aktionswaren, Zeitschriften, Schreib-/ Spielwaren, Haushaltswaren, Tchibo-Shop, Foto/ Media, Dekoration/ Kerzen, Schmuck/ Textilien der Lebensmittelmärkte und des Drogeriemarktes; inkl. Bestandsumsätze Aldi Süd (ca. 1,4 Mio. €) und dm (ca. 0,6 Mio. €)
 4 inkl. Bestandsumsatz Deichmann (ca. 0,8 Mio. €)
 Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung nach Angaben des Auftraggebers 2020

Bei der Bestimmung der Eingangsparameter der vorab dargelegten Umsatzprognose wurde berücksichtigt, dass sich für die einzelnen Betriebe aufgrund der Lage innerhalb des modernisierten Märktegebietes positive Agglomerationseffekte ergeben werden, die sich in entsprechend hohen Prognoseumsätzen niederschlagen.

Abgesenkt würde die Umsatzleistung des Vorhabens, wenn statt eines Fachmarktes für Haushaltswaren und Einrichtungsbedarf das Mediteam Gesundheitszentrum eingemietet würde. Auswirkungen auf die Größe des Einzugsgebiets und die Intensität der Kaufkraftabschöpfung in den übrigen Sortimenten sind in diesem Falle jedoch nicht zu erwarten.

7 Umsatzumverteilungseffekte

Im vorherigen Abschnitt wurden die Umsätze und Abschöpfungsquoten im Einzugsgebiet des Vorhabens prognostiziert und somit dargelegt, welche Versorgungsbedeutung das Planvorhaben übernehmen kann.

Im Hinblick auf die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ist der zu erwartende Umsatz der Projektplanung als maßgebliche Bewertungsgröße heranzuziehen, der Auslöser für Veränderungen von Kaufkraftströmen und in deren Folge für Auswirkungen auf bestehende Angebotsstrukturen sein kann.

Im Rahmen der Prognose ist vorauszusetzen, dass der Umsatz, der im Realisierungsfall am Planstandort gebunden wird, zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht. Denn weder ein erweiterter noch ein neuer Anbieter vergrößert den verfügbaren "Kaufkraftkuchen", sondern sorgt lediglich für eine räumliche Umverteilung des Umsatzes. Dies ist grundsätzlich als ein rechtlich tolerierbarer Wettbewerbseffekt anzusehen; sollten aber die vom Vorhaben induzierte Umsatzverlagerung dazu führen, dass andere zentrale Versorgungsbereiche oder die wohnungsnahе Versorgung anderenorts unzumutbar beeinträchtigt werden, könnten sich dadurch städtebaulich negative Auswirkungen ergeben und die Genehmigungsfähigkeit des Vorhabens infrage gestellt werden.

Ausgehend vom Status quo werden die Veränderungen der Kaufkraftströme im Rahmen einer Kaufkraftstrom-Modellrechnung simuliert. Das Prognosemodell berücksichtigt folgende Faktoren:

- Einwohnerzahlen und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Einzugsgebiet,
- Zeitdistanzen im Einkaufsverkehr zwischen den Kundenwohnorten im Untersuchungsgebiet und den relevanten Wettbewerbsstandorten,
- Standorte, Dimension und Attraktivität der relevanten Wettbewerber,
- Agglomerationseffekte des Planvorhabens.

Bei der Einschätzung der zu erwartenden Umsatz-Umverlagerungseffekte sind die Gutachter von folgenden Annahmen ausgegangen:

- Die durch die Einzelhandelsplanung hervorgerufenen Umsatzverlagerungen gehen in erster Linie zu Lasten derjenigen Wettbewerber, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen. Dies bedeutet, dass als Hauptwettbewerber des Planvorhabens in erster Linie größere Wettbewerbsbetriebe anzusehen sind.
- Mit zunehmender Entfernung des Projektstandortes nimmt die Stärke der Umsatzverlagerungseffekte ab. Somit sind Einzelhandelsbetriebe im näheren Umfeld des Projektstandortes stärker von Umsatzverlagerungen betroffen als weiter entfernt gelegene Einzelhandelsbetriebe.

Dieser Annahme liegt die Tatsache zugrunde, dass für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben mit zunehmender Zeitdistanz und dem hiermit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird. Die Zeitdistanzempfindlichkeit der einzelnen Sortimente ist jedoch unterschiedlich und wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt.

So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs wie - z. B. Lebensmittel und Drogeriewaren - aufgrund des relativ niedrigen Warenwertes sowie der relativ hohen Einkaufsfrequenz eine hohe

Zeitdistanzempfindlichkeit auf. Die Folge hiervon ist, dass bereits nach relativ kurzer Zeitdistanz die Nachfrage nach diesen Gütern deutlich abnimmt.

Auf Basis dieser Prognose können Aussagen darüber getroffen werden, welche Standorte bei der Realisierung des Planvorhabens in welchem Umfang von Umsatzeinbußen betroffen sein werden.

Das eingesetzte Simulationsmodell wurde bereits in zahlreichen Praxissituationen erprobt und verfeinert, sodass es zur Abschätzung der Auswirkungen von Einzelhandel auf die Kaufkraftbindung und die Wettbewerbssituation im Untersuchungsgebiet geeignet erscheint.

Im Hinblick auf die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen durch die Neuaufstellung und Erweiterung des Aldi Süd-Lebensmitteldiscountmarktes, des dm-Drogeriemarktes und des Deichmann-Schuhfachmarktes ist der zu erwartende Zusatzumsatz der Projektplanung als maßgebliche Bewertungsgröße heranzuziehen, der Auslöser für Veränderungen von Kaufkraftströmen und in deren Folge für Auswirkungen auf bestehende Angebotsstrukturen sein kann. Der bereits am Standort „gebundene“ Umsatz löst hingegen bei der Neuaufstellung eines langjährig am Markt eingeführten Einzelhandelsbetriebes keine zusätzlichen Wettbewerbswirkungen aus. Hierzu hat das BVerwG u. a. in einem Urteil von 12.02.2009 ausgeführt, dass „von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen (ist). Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb, dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt.“¹²

Die Umlenkungseffekte werden im Folgenden dargestellt, wobei die Kernsortimente Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Bekleidung, Schuhe und Haushaltswaren/ Einrichtungsbedarf der geplanten Einzelhandelsbetriebe im Vordergrund stehen. Hierbei werden die sortimentsbezogenen Umsätze der Neuansiedlungen und die sortimentsbezogenen Mehrumsätze infolge der Neuaufstellungen und Erweiterungen des Aldi Süd-Lebensmitteldiscountmarktes, des dm-Drogeriemarktes und des Deichmann-Schuhfachmarktes summarisch nach Sortimenten betrachtet (vgl. nachfolgende Tabelle).

In den nachfolgenden Kapiteln werden die Ergebnisse der Modellrechnung zu den zu erwartenden Auswirkungen dargestellt. Hierbei verstehen sich die nachfolgenden Betrachtungen als Worst-Case-Szenario. Dabei werden maximale Verkaufsflächen, eine hohe Leistungsfähigkeit des Vorhabens, bedeutsame Agglomerationseffekte und damit die denkbar stärksten Auswirkungen auf städtebaulich integrierte Wettbewerber (in zentralen Versorgungsbereichen) zugrunde gelegt.

¹² Vgl. BVerwG, Urteil vom 12. Februar 2009 - 4 B 3.09

Abbildung 15: Wettbewerbsrelevanter Mehrumsatz des Planvorhabens nach Sortimenten

Planvorhaben	Umsatz
Sortimente	Umsatzprognose in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel ¹	5,5
Drogeriewaren ²	0,6
Sonstige Sortimente ³	0,5
Bekleidung	1,2
Schuhe ⁴	0,6
Haushaltswaren und Einrichtungsbedarf	0,9
Summe	9,3
<p>1 ohne Bestandsumsätze Aldi Süd (ca. 6,7 Mio. €) und dm (ca. 0,6 Mio. €)</p> <p>2 ohne Bestandsumsätze Aldi Süd (ca. 0,7 Mio. €) und dm (ca. 2,0 Mio. €)</p> <p>3 u. a. Aktionswaren, Zeitschriften, Schreib-/ Spielwaren, Haushaltswaren, Tchibo-Shop, Foto/ Media, Dekoration/ Kerzen, Schmuck/ Textilien der Lebensmittelmärkte und des Drogeriemarktes, ohne Bestandsumsätze Aldi Süd (ca. 1,4 Mio. €) und dm (ca. 0,6 Mio. €)</p> <p>4 ohne Bestandsumsatz Deichmann (ca. 0,8 Mio. €)</p> <p>Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung nach Angaben des Auftraggebers 2020</p>	

7.1 Anbieter des periodischen Bedarfs –Lebensmitteldiscountmarkt, Getränkemarkt, Bio-Supermarkt und Drogeriemarkt

Mit der Ansiedlung eines Lebensmitteldiscountmarktes, eines Getränkemarktes, eines Drogeriemarktes und eines Bio-Supermarktes ist am Planstandort in den Kernsortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren ein wettbewerbsrelevanter Mehrumsatz von insgesamt max. 6,1 Mio. € zu erwarten.

Das Planvorhaben wird im Hinblick auf die Ansiedlung der Anbieter des periodischen Bedarfs nahezu seinen Gesamtumsatz durch Umsatzzumlenkungen gegenüber den Wettbewerbsbetrieben innerhalb des engeren Untersuchungsgebietes generieren.

Umverteilung in Elsenfeld

Wie vorab bereits dargelegt, sind im Plangebiet bei Neuansiedlung eines Bio-Supermarktes und eines Getränkemarktes sowie gleichzeitiger Neuaufstellung des Aldi Süd-Discountmarktes sowie des dm Drogeriemarktes im Sortimentsbereich des periodischen Bedarfs Mehrumsätze von etwa 6,1 Mio. € zu erwarten.

Mit max. 2,2 Mio. € sind die höchsten Umverteilungseffekte gegenüber den Wettbewerbern im Markt Elsenfeld zu prognostizieren. Dies entspricht einer Umverteilungsquote von insgesamt max. 8 %.

Abbildung 16: Umsatzumverteilungseffekte der geplanten Anbieter des periodischen Bedarfs nach Sortimenten

Umverteilung	Nahrungs- und Genussmittel			Drogeriewaren			Summe		
	derzeitiger Umsatz	Umverteilung		derzeitiger Umsatz	Umverteilung		derzeitiger Umsatz	Umverteilung	
Standort	in Mio. €	in %€	in Mio. €	in Mio. €	in %€	in Mio. €	in Mio. €	in %€	in Mio. €
Elsenfeld	24,8	8	2,1	2,4	6	0,1	27,2	8	2,2
■ Märktegebiet ¹	8,2	8	0,7	0,8	3	(*)	9,0	8	0,7
■ Ortsmitte	2,4	2	< 0,1	(*)	(*)	(*)	2,4	1	< 0,1
■ sonstige Standorte	14,2	10	1,4	1,6	6	0,1	15,8	9	1,5
Obernburg am Main	27,2	4	1,1	3,0	3	0,1	30,2	4	1,2
■ Ortsmitte	4,4	2	0,1	0,5	(*)	(*)	4,9	2	0,1
■ sonstige Standorte	22,8	4	0,9	2,5	4	0,1	25,3	4	1,0
Erlenbach am Main	25,2	4	1,0	8,8	5	0,4	34,0	4	1,4
■ Ortsmitte	4,3	2	0,1	(*)	(*)	(*)	4,3	2	0,1
■ sonstige Standorte	20,9	4	0,9	8,8	5	0,4	29,7	4	1,3
Eschau	7,5	2	0,1	1,0	(*)	(*)	7,0	1	0,1
Großwallstadt	8,7	2	0,2	1,5	(*)	(*)	10,2	2	0,2
Kleinwallstadt	5,1	2	0,1	0,5	(*)	(*)	3,9	3	0,1
Klingenberg a. Main	3,6	2	0,1	0,5	(*)	(*)	4,1	2	0,1
Leidersbach	4,8	2	0,1	0,6	(*)	(*)	5,4	2	0,1
Mömlingen	5,9	1	0,1	0,9	(*)	(*)	6,8	1	0,1
Mönchberg	1,0	(*)	(*)	0,3	(*)	(*)	1,3	(*)	(*)
Röllbach	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
Wörth am Main	23,0	1	0,2	3,0	(*)	(*)	26,0	1	0,2
Diffuse Umverteilung	./.	./.	0,4	./.	./.	< 0,1	./.	./.	0,4
Gesamt	./.	./.	5,5	./.	./.	0,6	./.	./.	6,1

(*) marginal, d. h. < 0,1 Mio. € bzw. < 1 %,
¹ ohne die Bestandsumsätze von Aldi Süd und dm, die im Rahmen des Planvorhabens innerhalb des Märktegebietes verlagert/ erweitert werden sollen

Quelle: BBE-Berechnungen 2019 (Rundungsdifferenzen möglich)

Wettbewerbslich am stärksten tangiert wird hierbei der Edeka-Bauer-Markt in Gewerbegebietslage im Norden von Elsenfeld, der einen Umsatzverlust in einer Größenordnung von rd. 9 % hinzunehmen hätte. Für diesen Markt sind die höchsten Umverteilungen zu erwarten, da dieser Betrieb derzeit den größten Lebensmittelmarkt in Elsenfeld darstellt.

Darüber hinaus werden auch die im Märktegebiet ansässigen Wettbewerber Umsatzverluste hinzunehmen haben, die sich auf rd. 8 % des heutigen Umsatzes addieren. Mit Verlusten von max. 9 % werden dabei der Lidl-Markt und der Toom-Getränkemarkt am stärksten tangiert werden.

In der Ortsmitte von Elsenfeld spricht der hier ansässige kleinteilige Einzelhandel vor allem die fußläufig erreichbare Bevölkerung an (rd. 2.000 Einwohner, eine Wegedistanz von 500 Metern). Deshalb werden die hier ansässigen Betriebe mit vergleichsweise geringen Verlusten von insgesamt weniger als 0,1 Mio. € (max. 1 % des heutigen Umsatzes) zu rechnen haben.

Umverteilung außerhalb von Elsenfeld

Außerhalb des Marktes Elsenfeld sind mit insgesamt max. 1,2 Mio. € bzw. 1,4 Mio. € des derzeitigen Umsatzes noch die umfangreichsten Wettbewerbswirkungen in den Städten Obernburg am Main und Erlenbach am Main zu erwarten. Diese Umsatzumverteilung wird vor allem die hier ansässigen Lebensmittel- und Drogeriemärkte betreffen.

In den sonstigen Kommunen des Untersuchungsgebietes werden die Wettbewerbswirkungen gegenüber den hier ansässigen Lebensmittel- und Drogeriemärkten noch geringer ausfallen.

Außerhalb des Untersuchungsraumes wird ein Umsatzanteil von max. 0,4 Mio. € im Rahmen einer diffusen Umverteilung generiert. Somit werden ein Bio-Supermarkt, ein Lebensmitteldiscountmarkt, ein Getränkemarkt und ein Drogeriemarkt am Planstandort ihre Umsätze auch durch Umverteilungen bei Betrieben außerhalb des engeren Untersuchungsgebietes erwirtschaften.

Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass sich die Umverteilungseffekte im periodischen Bedarf sowohl im Markt Elsenfeld als auch in den Umlandkommunen bei der aktuellen Planung in einer Größenordnung von unter 10 % des derzeitigen Umsatzes bewegen, sodass eine Gefährdung der zentralen Versorgungsbereiche und der wohnungsnahen Versorgung durch das Planvorhaben grundsätzlich auszuschließen ist.

7.2 Sonstige Fachmärkte

Als ergänzende Nutzungen steht auf dem Planareal die Neuaufstellung/ Erweiterung des bereits im Märktegebiet ansässigen Deichmann-Schuhfachmarktes (max. 800 m² VKF), die Ansiedlung von einem bis max. drei Bekleidungsanbietern mit insgesamt max. 900 m² VKF und die Ansiedlung eines Fachmarktes für Haushaltswaren und Einrichtungsbedarf (max. 800 m² VKF) zur Diskussion.

Auch die sonstigen Fachmärkte werden den Großteil ihrer Umsätze durch Umverteilungen innerhalb des engeren Untersuchungsgebietes erwirtschaften.

Für die bis zu drei **Bekleidungsanbieter** mit insgesamt max. 900 m² VKF wird ein Umsatz von rd. 1,2 Mio. € prognostiziert.

Die größten Wettbewerbswirkungen sind aufgrund der räumlichen Nähe und der Sortimentsüberschneidung mit rd. 9 % bzw. 0,4 Mio. € gegenüber den Bekleidungsanbietern AWG Mode Center, Takko, Kik und Ernsting's family innerhalb des Märktegebietes Erlenbacher Straße zu erwarten.

Außerhalb des Marktes Elsenfeld ist bei Realisierung von wettbewerbsgleichen Anbietern aufgrund bestehender Angebotsstrukturen nur noch in Großwallstadt und in Leidersbach mit quantifizierbaren Wettbewerbswirkungen zu rechnen. Diese bewegen sich mit Umsatzumverteilungsquoten von jeweils max. 3 % des derzeitigen Umsatzes auf vergleichsweise niedrigem Niveau.

Die diffuse Umverteilung, d. h., die Umverteilung gegenüber Wettbewerbsbetrieben, die im erweiterten Untersuchungsgebiet ansässig sind (vgl. Kapitel 4.2), beläuft sich auf max. 0,2 Mio. €. Im Bereich Bekleidung stellen die Kommunen Großostheim und Miltenberg im erweiterten Untersuchungsgebiet die Hauptwettbewerbsstandorte da. Bei einer Umverteilung von max. 0,2 Mio. € ist hier eine Umverteilungsquote von max. 1 % des derzeitigen Umsatzes zu erwarten.

Durch die Neuaufstellung und Erweiterung des bereits im Märktegebiet ansässigen **Schuhfachmarktes** (Deichmann, max. 800 m² VKF) ist ein vergleichsweise geringer Mehrumsatz von max. 0,6 Mio. € zu prognostizieren. Aufgrund des vergleichsweise geringen Mehrumsatzes sind im Realisierungsfall des neuen Schuhfachmarktes auch nur sehr begrenzte Wettbewerbswirkungen zu erwarten.

Die Wettbewerbswirkungen werden sich im Wesentlichen auf Wettbewerbsbetriebe innerhalb von Elsenfeld – insbesondere auf den Schuhfachmarkt Quick Schuh – konzentrieren. Die Umverteilungsquote wird max. 9 % des derzeitigen Umsatzes erreichen.

In den Nachbarkommunen von Elsenfeld ist der Wettbewerb im Schuhsegment vergleichsweise gering ausgeprägt. So gibt es nur in einzelnen Nachbarkommunen Schuhfachgeschäfte. Diese sind jedoch im Gegensatz zum Planvorhaben inhabergeführt und deutlich kleiner dimensioniert (z. B. Schuhhaus Wöber in Erlenbach am Main, Schuhkultur in Kleinwallstadt und Schuhhaus Wolfstetter in Obernburg am Main).

Größere Schuhfachmärkte, die mit dem Planvorhaben vergleichbar sind, finden sich beispielsweise erst in Bürstadt (Quick Schuh) oder Großostheim (Schuhwerk). Die Wettbewerbseffekte bewegen sich mit Umsatzumverteilungsquoten von max. 5 % des derzeitigen Umsatzes auf vergleichsweise niedrigem Niveau.

Zudem ist davon auszugehen, dass rd. 0,3 Mio. € des Mehrumsatzes auf diffuse Umverteilungen gegenüber Anbietern außerhalb des Untersuchungsgebiets sowie auf den Online-Handel entfallen. So finden

sich größere Schuhfachmärkte, die mit dem Planvorhaben vergleichbar sind, beispielsweise erst in Bürstadt (Quick Schuh) oder Großostheim (Schuhwerk). Auch hierbei können betriebsgefährdende Wettbewerbseffekte ausgeschlossen werden.

Insgesamt ist bei der Erweiterung des Schuhfachmarktes mit Umverteilungseffekten von jeweils deutlich unter 10 % des derzeitigen Umsatzes zu rechnen. Somit können Umstrukturierungen im Einzelhandelsbesatz und ggf. sogar Betriebsschließungen infolge der durch das Planvorhaben induzierten Umsatzverlagerungen innerhalb und außerhalb der Gemeinde Elsenfeld ausgeschlossen werden.

Auch der geplante **Fachmarkt für Haushaltswaren und Einrichtungsbedarf** wird mit max. 9 % des derzeitigen Umsatzes die intensivsten Wettbewerbseffekte innerhalb des Marktes Elsenfeld auslösen, wovon insbesondere die ebenfalls im Märktegebiet ansässigen Nonfood-Discounter Jawoll und Tedi betroffen sein werden.

Außerhalb von Elsenfeld sind im weiteren Untersuchungsgebiet lediglich in Obernburg am Main und in Großwallstadt noch Wettbewerbseffekte zu quantifizieren.

Da innerhalb des Untersuchungsgebietes ein vergleichsweise gering ausgeprägtes Angebot an Haushaltswaren und Einrichtungsbedarf besteht, sind auch quantifizierbare Umverteilungseffekte außerhalb des engeren Untersuchungsgebietes zu erwarten (diffuse Umverteilung, max. 0,4 Mio. €).

Diese diffuse Umverteilung wird sich - wie auch im Sortiment Bekleidung - im Wesentlichen auf Angebotsstandorte im erweiterten Untersuchungsgebiet und hier insbesondere auf Wettbewerber in Miltenberg, Sulzbach a. Main, Ladenbach und Kleinheubach beziehen. Umsatzumverteilungen in existenzgefährdender Größenordnung werden dabei keinesfalls ausgelöst.

Abbildung 17: Umsatzumverteilungseffekte der Fachmärkte

Umverteilung	Bekleidung			Schuhe			Haushaltswaren/ Einrichtungsbedarf		
	derzeitiger Umsatz	Umverteilung		derzeitiger Umsatz	Umverteilung		derzeitiger Umsatz	Umverteilung	
Standort	in Mio. €	in %€	in Mio. €	in Mio. €	in %€	in Mio. €	in Mio. €	in %€	in Mio. €
Elsenfeld	4,6	9	0,4	1,8	6	0,2	2,1	9	0,2
■ Märktegebiet	3,7	11	0,4	1,8	9	0,2	2,1	9	0,2
■ sonstige Ortsmitte	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
■ sonstige Standorte ¹	0,9	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
Obernburg am Main	1,3	(*)	(*)	0,6	5	(*)	3,8	7	0,3
■ Ortsmitte	0,5	(*)	(*)	0,6	5	(*)	0,2	(*)	(*)
■ sonstige Standorte	0,7	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	3,6	7	0,3
Erlenbach am Main	0,6	(*)	(*)	0,5	4	(*)	0,5	(*)	(*)
■ Ortsmitte	(*)	(*)	(*)	0,5	4	(*)	0,3	(*)	(*)
■ sonstige Standorte	0,6	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)
Eschau	0,2	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
Großwallstadt	7,2	3	0,2	(*)	(*)	(*)	1,9	5	0,1
Kleinwallstadt	0,5	(*)	(*)	0,5	4	(*)	0,1	(*)	(*)
Klingenberg am Main	0,9	(*)	(*)	0,1	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
Leidersbach	14,3	3	0,4	0,3	(*)	(*)	0,5	(*)	(*)
Mömlingen	5,7	(*)	(*)	1,7	3	0,1	(*)	(*)	(*)
Mönchberg	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
Röllbach	0,3	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
Wörth am Main	0,7	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,5	(*)	(*)
Diffuse Umverteilung	./.	./.	0,2	./.	./.	0,3	./.	./.	0,4
Gesamt	./.	./.	1,2	./.	./.	0,6	./.	./.	0,9

(*) marginal, d. h. < 0,1 Mio. € bzw. < 1 %, Quelle: BBE-Berechnungen 2018 (Rundungsdifferenzen möglich)
¹ ohne den Bestandsumsatz von Deichmann, der im Rahmen des Planvorhabens innerhalb des Märktegebietes verlagert/ erweitert werden soll

8 Städtebauliche Bewertung der geplanten Einzelhandelsentwicklung

Die prognostizierten Umverteilungseffekte des Vorhabens sind im Hinblick auf die versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen in Elsenfeld und in den umliegenden Kommunen zu bewerten. Dabei stehen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche und der wohnungsnahen Versorgung im Vordergrund.

Für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden oder die Nahversorgung in Wohngebieten nachteilig beeinflusst wird.¹³ Diese nachteiligen Auswirkungen wären zu unterstellen, wenn infolge der geplanten Einzelhandelsentwicklung solche Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können.

Die Entwicklungsfähigkeit von zentralen Versorgungsbereichen wäre dann beeinträchtigt, wenn bei Realisierung der Projektplanung die Chancen bestehender Betriebe zur Anpassung an Marktentwicklungen oder die Entwicklungschancen zum Ausbau benachbarter zentraler Versorgungsbereiche eingeschränkt würden.

Städtebaulich relevante Auswirkungen liegen somit regelmäßig dann vor, wenn

- die Versorgung der Bevölkerung nicht mehr gewährleistet ist, da infolge eines Planvorhabens flächendeckende Geschäftsaufgaben bzw. Aufgaben von strukturprägenden Betrieben in zentralen Versorgungsbereichen zu befürchten sind, bzw.
- das Planvorhaben zu Leerständen und damit zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche führt und
- das Planvorhaben (geplante) Ansiedlungen in zentralen Versorgungsbereichen verhindern könnte.

Im Hinblick auf die wettbewerblichen Effekte des Planvorhabens ist allgemein darauf hinzuweisen, dass sich die größten Wettbewerbswirkungen gegenüber den nächstgelegenen Wettbewerbern, die eine vergleichbare Marktpositionierung und Angebotsausrichtung aufweisen, einstellen werden.

¹³ Die Einschätzung städtebaulicher Auswirkungen ist dabei maßgeblich angelehnt an die Regelungen des § 11 Abs. 3 BauNVO, wonach sich Einzelhandelsbetriebe „nicht nur unwesentlich“ auswirken dürfen. Noch nicht abschließend geklärt ist, ab welcher Höhe des Schwellenwertes gravierende Auswirkungen auftreten können. In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis hat sich als quantitative Orientierungsgröße etabliert, dass bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust von 10 %, bei anderen Sortimenten von 20 % zu Geschäftsaufgaben als abwägungsrelevant angesehen wird. Bis zu diesen Abwägungsschwellenwerten ist regelmäßig davon auszugehen, dass sich keine erheblichen städtebaulichen Folgen ergeben werden. Es müssen jedoch weitere qualitative Indikatoren geprüft werden, um die Auswirkungen des Vorhabens beurteilen zu können.

Wie im vorherigen Kapitel aufgezeigt, werden die mit Realisierung des Planvorhabens im nördlichen Teilbereich des Märktegebietes zu erwartenden Mehrumsätze insbesondere zu Lasten von Anbietern im Markt Elsenfeld bzw. im weiteren Untersuchungsgebiet generiert.

Die durch das Vorhaben hervorgerufenen Umsatzzumlenkungen bewegen sich durchweg auf einem so niedrigen Niveau, dass Gefährdungen einzelner Wettbewerbsbetriebe ausgeschlossen werden können.

Zusammenfassend vertritt die BBE Handelsberatung GmbH somit die gutachterliche Einschätzung, dass durch das Planvorhaben im Markt Elsenfeld keine nachteiligen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnungsnahe Versorgung in Elsenfeld sowie in umliegenden Städten und Gemeinden zu erwarten sind.

Mit einem neu aufgestellten Aldi Süd- und dm-Markt, einem Bio-Supermarkt sowie ergänzenden Fachmärkten wird das Märktegebiet funktional deutlich weiter entwickelt. Die Schwerpunktsetzung im Bereich der Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs ist dabei zu begrüßen, da das Planvorhaben damit vor allem der wohnungsnahen Versorgung im Markt Elsenfeld und in den angrenzenden Gemeinden dienen wird. Darüber hinaus generieren die geplanten Lebensmittelmärkte stabile Besucherfrequenzen, von denen ergänzende Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen wesentlich profitieren können.

Unter räumlichen Gesichtspunkten ist herauszustellen, dass die baulichen Entwicklungen im Plangebiet so gestaltet werden, dass die Integration des Märktegebietes in die Elsenfelder Ortsmitte deutlich verbessert wird. Bisher bildete das Betriebsgelände des ehemaligen BayWa-Marktes eine städtebauliche Barriere zwischen der historischen Ortsmitte und dem Bahnhof. Nunmehr wird die Anbindung des Plangebietes an den Ortskern über entsprechend gestaltete Wegebeziehungen für den Fußgänger- und Radverkehr wesentlich attraktiver gestaltet. Gleichzeitig wird die integrierte Lage des Märktegebietes zwischen der zentralen Ortsmitte und dem Bahnhof städtebaulich herausgearbeitet.

Im Einzelnen sind die Ergebnisse der Umverteilungsprognose wie folgt zu bewerten:

Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche

Wie oben dargestellt, ist für die städtebauliche Bewertung des Planvorhabens zunächst entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte **zentrale Versorgungsbereiche** gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden.

Mit Realisierung der Anbieter des **periodischen Bedarfs** Lebensmitteldiscountmarkt, Bio-Supermarkt, Getränkemarkt und Drogeriemarkt addiert sich der (Mehr-) Umsatz in den Kernsortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren im Plangebiet auf jährlich insgesamt max. 6,1 Mio. €.

In der **Ortsmitte von Elsenfeld** werden die **Sortimente des periodischen Bedarfs** lediglich durch einen kleinen SB-Markt (Ostmarkt) und einzelne Betriebe des Lebensmittelhandwerks vorgehalten. Ein strukturprägender Lebensmittel- bzw. Drogeriemarkt, der als Hauptwettbewerber des Planvorhabens zu bewerten wäre, ist in der Ortsmitte von Elsenfeld nicht ansässig. Das kleinteilige Angebot in der Ortsmitte von Elsenfeld wird nur in so geringem Maße von Wettbewerbsverschärfungen betroffen sein, dass keine städtebaulich negativen Folgen für diesen zentralen Versorgungsbereich zu erwarten sind.

Auch gegenüber den bestehenden Hauptwettbewerbern mit Sortimenten des periodischen Bedarfs innerhalb des Märktegebietes werden keine existenzbedrohenden Umsatzverlagerungen ausgelöst. Die höchsten Verluste im Bereich des periodischen Bedarfs werden mit max. 9 % des heutigen Umsatzes der

Lidl-Lebensmitteldiscountmarkt und der Toom-Getränkemarkt hinzunehmen haben. Eine Existenzbedrohung dieser Betriebe lässt sich daraus allerdings nicht ableiten, sodass eine Aufgabe dieser Betriebe nicht zu erwarten ist.

Die geplanten Anbieter des periodischen Bedarfs verfügen neben den Kernsortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren in nachgeordnetem Umfang über sonstige Sortimente, auf die ein (Mehr-) Umsatz von zusammen max. 0,5 Mio. € entfällt.

Dieser Umsatz wird mit vielen unterschiedlichen Sortimenten erwirtschaftet. So zählen zu den sonstigen Sortimenten Schuhe/ Lederwaren, Bekleidung, Heimtextilien/ Bettwaren, GPK/ Haushaltswaren, Sportartikel/ Freizeitartikel, Fahrräder/ Sportgroßgeräte, Elektrogeräte („Weiße Ware“), Unterhaltungselektronik, CD, DVD, Computer, Telekommunikation, Bücher, Zeitschriften, Papier-, Büro-, Schreibwaren, Spielwaren, Tiernahrung, Fotoartikel und Blumen, sodass auf die einzelnen Sortimente nur vergleichsweise geringe Umsatzanteile entfallen.

Für die Randsortimente ist davon auszugehen, dass die entsprechende Kaufkraft derzeitig bereits überwiegend von Lebensmittel- und Drogeriemärkten gebunden wird. Somit kann unterstellt werden, dass die hierdurch hervorgerufenen Umsatzverlagerungen in erster Linie die im Untersuchungsgebiet ansässigen strukturprägenden Lebensmittel- und Drogeriemärkte betreffen werden. Sonstige Einzelhandelsbetriebe wären dagegen nur in einem sehr geringen Maß durch Umsatzumverteilungseffekte tangiert. Aufgrund der geringen Höhe der Umsatzverluste wird die wirtschaftliche Tragfähigkeit der potenziell tangierten Betriebe nicht gefährdet.

Als ergänzende Fachmärkte stehen bis zu drei Bekleidungsanbieter mit einer Verkaufsfläche von max. 900 m² und ein Fachmarkt für Haushaltswaren/ Einrichtungsbedarf zur Diskussion. Zudem ist für den bereits im Märktegebiet ansässigen Deichmann-Schuhfachmarkt eine Neuaufstellung in Verbindung mit einer geringfügigen Verkaufsflächenerweiterung geplant.

Da die Neuaufstellung und geringfügige Erweiterung des Deichmann-**Schuhfachmarktes** nur mit einem vergleichsweise geringen Mehrumsatz einhergehen wird, werden von dieser Planung auch nur vergleichsweise geringe Wettbewerbswirkungen ausgehen. Diese Wettbewerbswirkungen werden im Wesentlichen den ebenfalls im Märktegebiet ansässigen Schuhfachmarkt Quick Schuh tangieren, ohne dass dieser Anbieter hierdurch in seiner Existenz gefährdet würde.

Aufgrund der Dimensionierung und der voraussichtlichen Angebotsausrichtung auf das preisorientierte Segment würde auch das projektierte **Bekleidungsangebot** in erster Linie mit den lokalen Angebotsstrukturen in Wettbewerb treten. Da in der historischen Ortsmitte von Elsenfeld keine projektrelevanten Wettbewerber ansässig sind, beschränken sich die Wettbewerbswirkungen innerhalb des Marktes Elsenfeld ebenfalls auf die Betriebe, die heute bereits im Märktegebiet verortet sind. Aus den Umsatzumverteilungseffekten von max. 9 % des derzeitigen Umsatzes lassen sich angesichts der Leistungsstärke der hier ansässigen Wettbewerbsbetriebe wiederum keine Betriebsgefährdungen ableiten.

Auch bei dem geplanten Fachmarkt für **Haushaltswaren und Einrichtungsbedarf** ist mit max. 9 % des derzeitigen Umsatzes noch die höchste Umverteilungsquote gegenüber den Betrieben im Märktegebiet, d. h., in unmittelbarer Nachbarschaft zum Planvorhaben, zu prognostizieren. Hauptwettbewerber in diesem Marktsegment ist der Jawoll-Sonderpostenmarkt, der Haushaltswaren und Einrichtungsbedarf auf einer Verkaufsfläche von ca. 700 m² anbietet. Als Mehrsortimenter mit besonderer Ausrichtung auf niedrigpreisige Waren ist dieser Betrieb in der Lage, auf Wettbewerbsveränderungen mit Änderungen in

der Warengruppenszusammensetzung zu reagieren. Eine Gefährdung dieses Betriebs ist somit auszuschließen.

Auch im weiteren Untersuchungsgebiet sind städtebaulich negative Folgen für zentrale Versorgungsbereiche auszuschließen. Die höchsten Umsatzumverteilungen gegenüber den **Ortsmitten von Obernburg am Main und Erlenbach am Main** ergeben sich mit max. 2 % des derzeitigen Umsatzes im Bereich des periodischen Bedarfs und max. 5 % im Sortiment Schuhe und damit in einer Größenordnung, bei der eine Gefährdung einzelner Lebensmittel- und Drogeriewarenanbieter bzw. Schuhanbieter im Zuge der Projektrealisierung ausgeschlossen werden kann. In den sonstigen Sortimenten sind allenfalls marginale Umverteilungen zu erwarten, da sich in den Ortsmitten der Nachbarkommunen lediglich einzelne kleinere Wettbewerbsbetriebe befinden.

Insgesamt kann aufgrund der Höhe der Umverteilungsquote ausgeschlossen werden, dass die Realisierung des Planvorhabens zu einer Schließung einzelner Anbieter und damit zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche führen würde.

Auswirkungen auf die wohnungsnahe Versorgung

Neben der Frage, ob durch die induzierten Umsatzverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden, ist gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zudem entscheidend, ob die **wohnungsnahe Versorgung** in Wohngebieten der Marktgemeinde Elsenfeld oder in Nachbarkommunen gefährdet wird. In diesem Zusammenhang sind insbesondere die Lebensmittel- und Drogeriemärkte zu betrachten, die sich an siedlungsintegrierten Standorten befinden und deshalb eine besondere Bedeutung für die fußläufige Nahversorgung haben.

Außerhalb der Ortsmitte von Elsenfeld wird der Bauer-Markt im Gewerbegebiet im Norden der Marktgemeinde, der einen Umsatzverlust von bis zu 9 % hinzunehmen hätte, wettbewerblich am stärksten tangiert. Dieser Betrieb stellt derzeit den einzigen Vollsortimenter in Elsenfeld dar, sodass für diesen Markt die höchsten Umverteilungen zu erwarten sind. Von einer Betriebsaufgabe dieses Anbieters ist jedoch nicht auszugehen, da es sich um einen sehr leistungsfähigen Anbieter handelt. Nach eigener Prognose unter Berücksichtigung der Umverteilungseffekte wird der Markt nach Realisierung mit etwa 4.600 € je m² Verkaufsfläche immer noch eine Flächenleistung erreichen, die im Durchschnitt des Edeka-Filialnetzes liegt (Edeka 4.460 €/ m², E-Center 4.600 €/ m², Quelle: Hahn-Report 2019/2020). Die wirtschaftliche Tragfähigkeit des Marktes wird somit auch nach Hinzutreten eines weiteren Supermarktes bzw. nach Erweiterung des Aldi Süd-Lebensmitteldiscountmarktes und des dm-Drogeriemarktes im Marktraum Elsenfeld gewährleistet sein.

An den übrigen projektrelevanten Standorten im Untersuchungsgebiet ist bei Realisierung von wettbewerbsgleichen Anbietern mit Umverteilungseffekten von jeweils deutlich unter 10 % des derzeitigen Umsatzes zu rechnen. Somit sind Umstrukturierungen im Einzelhandelsbesatz und ggf. sogar Betriebserschließungen infolge der durch das Planvorhaben induzierten Umsatzverlagerungen außerhalb der Gemeinde Elsenfeld auszuschließen.

Die Umverteilungen gegenüber Anbietern außerhalb des Untersuchungsgebiets bzw. gegenüber dem Online-Handel belaufen sich auf max. 6 % des zu erwartenden Mehrumsatzes. Betriebsgefährdende Wettbewerbseffekte können angesichts der Vielzahl der potenziell tangierten Betriebsstätten ebenfalls ausgeschlossen werden.

9 Einordnung des Planvorhabens in die Ziele der Landesplanung

Für die Einschätzung zur Genehmigungsfähigkeit aus landes- und regionalplanerischer Sicht ist das Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP BY 2018) zu berücksichtigen. Gemäß LEP Bayern - Kap. 5.3 - „Einzelhandelsgroßprojekte“ sind für das Planvorhaben folgende Ziele relevant:

Kap. 5.3.1 - Lage im Raum

(Z) Flächen für Betriebe im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 der BauNVO sowie für Agglomerationen (Einzelhandelsgroßprojekte) dürfen nur in zentralen Orten ausgewiesen werden.

Abweichend sind Ausweisungen zulässig

- für Betriebe bis 1 200 m² Verkaufsfläche, die ganz überwiegend dem Verkauf von Waren des Nahversorgungsbedarfs dienen, in allen Gemeinden; diese Ausweisungen sind unabhängig von den zentralörtlichen Funktionen anderer Gemeinden zulässig und unterliegen nur der Steuerung von Ziel 5.3.2,
- für Einzelhandelsgroßprojekte, die überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dienen, nur in Mittel- und Oberzentren sowie in Grundzentren mit bestehenden Versorgungsstrukturen in dieser Bedarfsgruppe.

Kap. 5.3.2 - Lage in der Gemeinde

(Z) Die Flächenausweisung für Einzelhandelsgroßprojekte hat an städtebaulich integrierten Standorten zu erfolgen.

Abweichend sind Ausweisungen in städtebaulichen Randlagen zulässig, wenn

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

Kap. 5.3.3 - Zulässige Verkaufsflächen

(Z) Durch Flächenausweisungen für Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die Funktionsfähigkeit der zentralen Orte und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich dieser Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Soweit sortimentspezifische Verkaufsflächen die landesplanerische Relevanzschwelle überschreiten, dürfen Einzelhandelsgroßprojekte,

- soweit in ihnen Nahversorgungsbedarf oder sonstiger Bedarf verkauft wird, 25 v. H.,
- soweit in ihnen Innenstadtbedarf verkauft wird, für die ersten 100 000 Einwohner 30 v. H., für die 100 000 Einwohner übersteigende Bevölkerungszahl 15 v. H.

der sortimentspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum abschöpfen.

Ein Abgleich der projektrelevanten landesplanerischen Ziele mit dem Planvorhaben zeigt folgende Ergebnisse:

■ **zu Kap. 5.3.1 - Lage im Raum (Z):**

Die Marktgemeinde Elsenfeld bildet mit den Kommunen Obernburg a. Main, Erlenbach a. Main, Wörth a. Main und Klingenberg a. Main ein gemeinsames Mittelzentrum. Mittelzentren sind als zentrale Orte als Standorte für großflächige Einzelhandelsvorhaben vorgesehen. Somit wird das landesplanerische Ziel 5.3.1 vom Planvorhaben gewahrt.

■ **Zu Kap. 5.3.2 - Lage in der Gemeinde (Z):**

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

Da das Planareal unmittelbar an die historische Ortsmitte von Elsenfeld angrenzt, ist der Standort als städtebaulich integrierte Lage zu bewerten. Ergänzend ist darauf hinzuweisen, dass der Planstandort durch seine siedlungsintegrierte Lage über ein Naheinzugsgebiet mit hoher Bevölkerungsdichte verfügt. So leben in einer 700-Meter-Fußdistanzzone rd. 2.920 Einwohner, was rd. einem Drittel der Gesamtbevölkerung von Elsenfeld entspricht. Auch befinden sich in fußläufiger Entfernung zum Planvorhaben mehrere Bushaltestellen mit den Linien 61, 62, 64 und 69, sodass eine gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV gegeben ist (vgl. Abbildung 4).

Somit wird auch dem landesplanerischen Ziel 5.3.2 entsprochen.

■ **zu Kap. 5.3.3 - Zulässige Verkaufsflächen (Z):**

Der Markt Elsenfeld bildet ein gemeinsames Mittelzentrum mit den Kommunen Obernburg a. Main, Erlenbach a. Main, Wörth a. Main und Klingenberg a. Main.

Der für die Ermittlung der landesplanerisch zulässigen Verkaufsflächen relevante Bezugsraum umfasst im Falle des zum Nahversorgungsbedarf zählenden Lebensmitteleinzelhandels einen Nahbereich mit zusammen 28.106 Einwohnern.

Bezugsraum für die Ermittlung der landesplanerisch zulässigen Verkaufsflächen in den sonstigen Sortimenten ist der landesplanerisch festgelegte einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich des gemeinsamen Mittelzentrums, der ein Bevölkerungspotenzial von 102.117 Einwohnern umfasst.

Nahrungs- und Genussmittel (Nahversorgungsbedarf):

Das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel ist als Sortiment des Nahversorgungsbedarfs zu bewerten.¹⁴ Im Rahmen des Planvorhabens werden Nahrungs- und Genussmittel von dem geplanten Supermarkt und von dem zu erweiternden Lebensmitteldiscountmarkt als Kernsortiment und von dem zu erweiternden Drogeriemarkt als Randsortiment geführt.

Für den geplanten Lebensmitteldiscountmarkt, den Bio-Supermarkt und den Getränkemarkt lässt sich unter Berücksichtigung des sortimentsbezogenen Randsortiments des Drogeriemarktes bei Nahrungs- und Genussmitteln ein Gesamtumsatz von max. 12,8 Mio. € prognostizieren.

Im Nahbereich Elsenfeld/ Obernburg/ Erlenbach ist im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel gemäß den mit den von der bayerischen Landesplanung vorgegebenen Struktur- und Marktdaten ein Kaufkraftpotenzial von rd. 65,1 Mio. € vorhanden (siehe Abbildung 19).

Eine Gegenüberstellung des prognostizierten Umsatzes des Planvorhabens (max. 12,8 Mio. €) mit der im Nahbereich vorliegenden Kaufkraft (max. 65,1 Mio. €) ergibt eine Abschöpfungsquote von rd. 20 %, so dass die landesplanerische Relevanzschwelle von max. 25 % unterschritten wird.

Im gesamten Märktegebiet wird unter Berücksichtigung der sonstigen Lebensmittelanbieter (v. a. Lidl-Lebensmitteldiscountmarkt, Toom-Getränkemarkt, Jawoll-Sonderpostenmarkt) sowie der Umsätze und Wettbewerbswirkungen des Planvorhabens nach Realisierung ein Gesamtumsatz von rd. 18,9 Mio. € im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel getätigt¹⁵. Wird das Märktegebiet als Agglomeration bewertet und der lebensmittelbezogene Gesamtumsatz im Märktegebiet nach Realisierung herangezogen, wird die landesplanerische Relevanzschwelle bei einer Abschöpfungsquote von rd. 29 % überschritten.

Bei der Wertung dieser Abschöpfungsquote ist jedoch zu beachten, dass im Rahmen der Auswirkungsanalyse für die geplanten Einzelhandelsbetriebe bei der Umsatzprognose betreiberspezifische Maximalwerte angesetzt wurden, um in Bezug auf das Ausmaß der Umsatzumlenkung eine Worst-Case-Betrachtung durchführen zu können.

Unter Berücksichtigung der von den Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft und Medien aus dem Jahr 2017 vorgegebenen Orientierungswerte zu betriebsformentypischen Raumleistungen, errechnet sich für das Märktegebiet ein Gesamtumsatz mit Nahrungs- und Genussmitteln in Höhe von rd. 15,9 Mio. € (vgl. folgende Tabelle, Abbildung 18).

Eine Gegenüberstellung dieses Umsatzes mit der im Nahbereich vorliegenden Kaufkraft für Nahrungs- und Genussmittel ergibt eine Abschöpfungsquote von rd. 24 % (15,9 Mio. €), sodass die zulässige Abschöpfung von max. 25 % unterschritten wird (vgl. Abbildung 19).

¹⁴ Einteilung der Sortimente in Bedarfsgruppen gemäß das Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP BY 2018)

¹⁵ Diese Umsatzgröße errechnet sich wie folgt: die im Plangebiet heute bereits ansässigen Nutzer realisieren einen Lebensmittelumsatz von 14,1 Mio. €. Das Planvorhaben realisiert einen Mehrumsatz von rd. 5,5 Mio. €. Von diesem Mehrumsatz werden allerdings rd. 0,7 Mio. € gegenüber den anderen Betrieben im Märktegebiet umverteilt. Per Saldo wird der Umsatz mit Nahrungs- und Genussmitteln im Märktegebiet im Realisierungsfall auf rd. 18,9 Mio. € angehoben.

Abbildung 18: Ableitung der Umsätze aller projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe im Märktegebiet unter Verwendung der landesplanerisch vorgegebenen Raumleistungen (Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2017)

Betrieb	VKF	Raumleistung	Umsatz						Summe
			Nahrungs- und Genussmittel	Drogeriewaren	Bekleidung	Schuhe	Haushaltswaren/ Einrichtungen	Sonstige Sortimente	
	in m ²	in €/ m ²	in Mio. €						
Planung									
Aldi Süd (Neuaufstellung)	1.350	5.800	6,1	0,6	-	-	-	1,1	7,8
Bio-Supermarkt (Ansiedlung)	800	4.500	3,2	0,2	-	-	-	0,2	3,6
Getränkemarkt (Ansiedlung)	800	1.600	1,3	-	-	-	-	-	1,3
dm (Neuaufstellung)	800	5.000	0,5	2,8	-	-	-	0,7	4,0
Bekleidungsfachmärkte (Ansiedlung)	900	1.600	-	-	1,1	-	-	-	1,1
Deichmann (Neuaufstellung)	800	1.800	-	-	-	1,4	-	-	1,4
Fachmarkt für Einrichtungsbedarf (Ansiedlung)	800	1.500	-	-	-	-	1,2	-	1,2
Bestand Märktegebiet									
Lidl	800	5.800	3,4	0,4	-	-	-	0,8	4,6
Toom	600	1.600	1,0	-	-	-	-	-	1,0
Ernsting's Family	140	3.000	-	-	0,4	-	-	-	0,4
Takko	660	1.600	-	-	1,1	-	-	-	1,1
Kik	480	1.600	-	-	0,8	-	-	-	0,8
AWG	1.100	1.600	-	-	1,8	-	-	-	1,8
Quickschuh	550	1.800	-	-	-	1,0	-	-	1,0
Tedi	480	1.000	-	-	-	-	0,5	-	0,5
Jawoll	3.700	800	0,4	0,1	0,1	-	1,0	1,3	2,9
Summe	14.760	2.340	15,9	4,1	5,3	2,4	2,7	4,1	34,5

* Raumleistungen gemäß Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2017, Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie, 07. Dezember 2017
 Quelle: Eigene Berechnungen 2020, eigene Erhebungen

Abbildung 19: Abschöpfungsquoten der projektrelevanten Einzelhandelsbetriebe im Märktegebiet

Sortiment/ (Pro-Kopf-Umsatz) ¹	Bezugsraum	Kaufkraftpotenzial im Bezugsraum	Maximal zulässige Abschöpfung	Umsatz Märktegebiet ge- samt
		in Mio. €	in Mio. €	in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel (2.315 €/ Jahr)	Nahbereich (28.106 Ew.)	65,1	16,3 ²⁾	15,9
Drogeriewaren (372 €/ Jahr)	Einzelhandels- spezifischer Verflechtungsbereich (102.117 Ew.)	38,0	11,3 ³⁾	4,1
Bekleidung (533 €/ Jahr)		54,4	16,2 ³⁾	5,3
Schuhe (96 €/ Jahr)		9,8	2,9 ³⁾	2,4
Haushaltswaren/ Einrichtungsbedarf (61+91 = 152 €/Jahr)		15,5	4,6 ³⁾	2,7

¹⁾ Pro-Kopf-Umsätze gemäß Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2017, Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie, 07. Dezember 2017

²⁾ Zulässige Abschöpfung Nahversorgungsbedarf: 25 % der im Nahbereich verfügbaren sortimentspezifischen Kaufkraft

³⁾ Zulässige Abschöpfung Innenstadtbedarf: 30 % der im Verflechtungsbereich bei den ersten 100.000 Einwohnern verfügbaren Kaufkraft und 15%-Abschöpfung der bei der übrigen Bevölkerung verfügbaren Kaufkraft

Drogeriewaren, Bekleidung, Schuhe sowie Haushaltswaren und Einrichtungsbedarf (Sortimente des Innenstadtbedarfs):

Die Kernsortimente Drogeriewaren, Bekleidung, Schuhe sowie Haushaltswaren und Einrichtungsbedarf sind gemäß Landesentwicklungsprogramm Bayern als Sortimente des Innenstadtbedarfs einzustufen. Somit ist im Folgenden den sortimentspezifischen Umsätzen die sortimentspezifische Kaufkraft im einzelhandelsrelevanten Verflechtungsbereich des gemeinsamen Mittelzentrums Elsenfeld, Obernburg a. Main, Erlenbach a. Main, Wörth a. Main und Klingenberg a. Main gegenüberzustellen.

Gemäß Tabelle 20 ist nach Realisierung des Planvorhabens im Sortiment **Drogeriewaren** von einem Gesamtumsatz von rd. 4,1 Mio. € auszugehen. Bei einer sortimentsbezogenen Kaufkraft von rd. 38,0 Mio. € im Bezugsraum ergibt sich eine maximal zulässige Abschöpfung von rd. 11,3 Mio. €, sodass die landesplanerische Relevanzschwelle deutlich unterschritten wird.

Im Sortiment **Bekleidung** liegt im Bezugsraum ein Kaufkraftpotenzial von rd. 54,4 Mio. € vor. Für die im Rahmen des Planvorhabens projektierte Verkaufsfläche von bis zu 900 m² lässt sich ein Umsatz von max. 1,2 Mio. € prognostizieren. Unter Berücksichtigung der sonstigen Bekleidungsanbieter im Märktegebiet ergibt sich nach Realisierung des Planvorhabens unter Berücksichtigung der von der Landesplanung vorgegebenen Raumleistungen ein Gesamtumsatz von rd. 5,3 Mio. € - eine Zielgröße, die weit unter der aus landesplanerischer Sicht zulässigen Abschöpfung von 16,2 Mio. € liegt.

Auch im Sortiment **Schuhe** wird bei einer Abschöpfung von insgesamt 2,4 Mio. € nach Realisierung des Planvorhabens der Maximalwert (2,9 Mio. €) deutlich unterschritten.

Das Kaufkraftpotenzial für das Sortiment **Haushaltswaren und Einrichtungsbedarf** erreicht im Verflechtungsbereich eine Größenordnung von rd. 15,5 Mio. €. Unter Berücksichtigung des Planvorhabens wird

Auswirkungsanalyse • Einzelhandelsentwicklung • Markt Elsenfeld

im Märktegebiet im Sortiment Haushaltswaren und Einrichtungsbedarf ein Gesamtumsatz von rd. 2,7 Mio. € generiert werden, sodass der Maximalwert der zulässigen Abschöpfung (4,6 Mio. €) ebenfalls nicht überschritten wird.

Zusammenfassend ist somit festzustellen, dass die landesplanerischen Orientierungswerte zur Bemessung der zulässigen Verkaufsflächen durchweg gewahrt werden.

Zusätzlich ist darauf zu verweisen, dass auch mit der Auswirkungsprognose selbst mit dem Maßstab eines Worst-Case-Ansatzes, bei der betreiberspezifische Maximalwerte in die Umverteilungsprognose eingestellt wurden, keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und sonstige Standorte der wohnortnahen Versorgung im Markt Elsenfeld sowie im weiteren Untersuchungsgebiet nachgewiesen werden konnten.

10 Fazit

Die Auswirkungsanalyse der BBE Handelsberatung zeigt auf, dass die Realisierung der im Märktegebiet an der Erlenbacher Straße geplanten großflächigen Einzelhandelsentwicklung keine städtebaulich oder raumordnerisch relevanten, negativen Auswirkungen auslösen wird.

Diese Beurteilung beruht im Wesentlichen auf folgenden Analyseergebnissen:

- Im Markt Elsenfeld ist im Bereich Erlenbacher Straße und Bahnhofstraße aufgrund der Verlagerung des BayWa-Marktes eine Umstrukturierung des nördlichen Bereiches des Märktegebietes geplant.

Im Zuge dessen sind kleinräumige Verlagerungen und Erweiterungen bereits bestehender Anbieter (Aldi Süd, dm und Deichmann) geplant. Weiterhin ist die Ansiedlung eines Getränkemarktes und perspektivisch die Etablierung eines Bio-Supermarktes und ergänzender Fachmärkte vorgesehen.
- Das Projektareal liegt im Hauptort Elsenfeld zwischen Bahnhof und Erlenbacher Straße, rd. 200 Meter südlich der gewachsenen Ortsmitte im Märktegebiet. Hinsichtlich der Nutzungsstrukturen ist in erster Linie Einzelhandel mit mehreren Fachmarkteinheiten ohne größere zusammenhängende Gebäudekörper prägend.

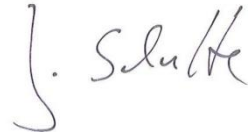
Da das Märktegebiet eine integrierte Lage zwischen der zentralen Ortsmitte und dem Bahnhof einnimmt, ist die geplante Einzelhandelsentwicklung aus städtebaulicher Sicht zu begrüßen.
- Vor allem aufgrund bestehender Wettbewerbsstrukturen, der Lage des Planvorhabens, des Bevölkerungspotenzials im Standortumfeld und der Versorgungsfunktion des Planvorhabens lässt sich ein Einzugsgebiet mit drei Zonen unterschiedlicher Einkaufsintensitäten abgrenzen, das sich insgesamt auf den Markt Elsenfeld und umliegende Kommunen mit zusammen rd. 68.360 Einwohnern bezieht.
- Das Planvorhaben wird einen Gesamtumsatz von max. 22,1 Mio. € erzielen. Unter Berücksichtigung der Bestandsumsätze der bereits im Märktegebiet ansässigen Anbieter Aldi Süd, dm und Deichmann, die im Rahmen des Planvorhabens neu aufgestellt und erweitert werden sollen, ist ein wettbewerbsrelevanter Mehrumsatz von max. 9,3 Mio. € zu erwarten.
- Die Auswirkungsanalyse zeigt auf, dass wettbewerbliche Auswirkungen des Planvorhabens innerhalb bestehender Marktstrukturen vorrangig bei vergleichbaren Anbietern und Wettbewerbern mit größeren Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben im Untersuchungsraum zum Tragen kommen werden.
- Es lässt sich festhalten, dass durch die Realisierung des Planvorhabens keine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche oder der wohnungsnahen Versorgung in der Gemeinde Elsenfeld und in den umliegenden Städten und Gemeinden ausgelöst wird.
- Auch konnte nachgewiesen werden, dass die einzelhandelsrelevanten Ziele des Landesentwicklungsprogramms Bayern bei Realisierung des Planvorhabens gewahrt werden.

Köln, im Februar 2020

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Rainer Schmidt-Ilguth



i. V. Joachim Schulte