Verträglichkeitsuntersuchung zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben am Standort Bautz-Areal in Hanau-Großauheim

Untersuchungsbericht

Bearbeiter: Dipl.-Geogr. Michael Seidel

München, 27. November 2020



Berlin Frankfurt Hannover Köln Leipzig Lübeck München Stuttgart Ried i.l. (A)

CIMA Beratung + Management GmbH Brienner Straße 45 80333 München T 089-55 118 154 F 089-55 118 250 cima.muenchen@cima.de www.cima.de

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus



© CIMA Beratung + Management GmbH

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

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

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

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut.

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



Inhaltsverzeichnis

1	Aufgabenstellung				
2	Vorh	abenbeschreibung und Leistungskennziffern	5		
	2.1	Vorhabenbeschreibung			
	2.2	Lage im Ort			
	2.3	Verkaufsfläche und Umsatzleistung	8		
3	Grun	dlagen	9		
	3.1	Zentralörtliche Bedeutung und Lage			
	3.2	Beurteilungsgrundlagen Einzelhandels-Vorhaben			
	3.3	Nachfragesituation im Einzugsgebiet			
	3.4	Ungedecktes Umsatzpotenzial im Einzugsgebiet	. 17		
4	Ausw	rirkungsanalyse	.18		
	4.1	Bewertungskriterien	. 18		
	4.2	Prüfung Verbrauchernähe	. 18		
	4.3	Prüfung Zentralitäts- und Kongruenzgebot	. 18		
	4.4	Prüfung Integrationsgebot	. 19		
	4.5	Prüfung Beeinträchtigungsverbot	. 20		
	4.6	Berücksichtigung des EHK Hanau	. 21		
5	Absc	hließende Bewertung und Empfehlungen	.23		
6	S Anhang				
	6.1	Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes			
		und Analyse der örtlichen Situation			
	6.2	Begriffsdefinitionen	. 26		
	6.3	Zentrenrelevanz der Sortimente	. 29		



1 Aufgabenstellung

Ausgangslage

In Hanau-Großauheim ist auf dem Bautz-Areal, zwischen der Josef-Bautz-Straße, Lise-Meitner-Straße und Im Kautengewann, die Realisierung von ca. 1.300 Wohneinheiten zzgl. weiterer gewerblicher, sozialer und kultureller Einrichtungen geplant.

Im Einzelhandelsbereich ist ein Lebensmittel-Vollsortimenter (Supermarkt) mit einer Verkaufsfläche von maximal 1.500 m² vorgesehen, der zur Nahversorgung des neu entstehenden Wohngebietes dienen wird.

Einem Aufstellungsbeschluss für einen auf das Bautz-Areal bezogenen Bebauungsplan wurde durch die Hanauer Stadtverordnetenversammlung bereits 2019 zugestimmt.

In diesem Kontext wurde der folgende Auftrag an die cima vergeben.

Aufgabenstellung

Über eine Verträglichkeitsuntersuchung ist zu prüfen, welche Auswirkungen ein Lebensmittel-Vollsortimenter mit einer Verkaufsfläche von maximal 1.500 m² auf den bestehenden Einzelhandel in Hanau sowie das Nahversorgungsgefüge hätte.

Es ist eine gutachterliche Einschätzung abzugeben, ob ein solches zusätzliches Lebensmittelangebot als standortverträglich anzusehen ist.

Auftraggeber BIEN-RIES AG Herrn Strzalkowski

Bruchköbeler Landstraße 87

D-63452 Hanau

Bearbeitung

Dipl.-Geogr. Michael Seidel

Analysezeitraum

Analysezeitraum November 2020



2 Vorhabenbeschreibung und Leistungskennziffern

2.1 Vorhabenbeschreibung

Gemäß den Untersuchungsvorgaben durch den Auftraggeber sind am Vorhabenstandort zur Ergänzung der geplanten Wohnnutzung folgende Sortimente des Nahversorgungsbedarfes denkbar und daher in die Verträglichkeitsbetrachtungen einzubeziehen:

Tab. 1 Mögliche Sortimentszusammensetzung des Vorhabens

Sortiment (Betriebstyp)	Verkaufsfläche (m²)
Lebensmittel (Supermarkt)	max. 1.500 m²

Quelle: Auftraggeber, Bearbeitung: CIMA GmbH, 2020

Für den Supermarkt ist eine Verkaufsfläche von rd. 1.500 m² vorgesehen. Bei der Ansiedlung wird es sich um eine Neuansiedlung am Standort Hanau handeln, es wird keine Betriebsverlagerung angenommen.

2.2 Lage im Ort

Das für die geplante Ansiedlung zur Verfügung stehende Grundstück liegt östlich der Bundesstraße B43a und unmittelbar am Main, der im Süden hinter der Josef-Bautz-Straße anschließt.

Die Gebäude der rd. 130.000 m² umfassenden Fläche der ehemaligen Traktorenfabrik Bautz wurden zuletzt als Lagerhallen genutzt.

Das Umfeld wird im Norden und Westen durch Gewerbenutzung geprägt, im Osten schließt überwiegend Wohnbebauung an.

Das Areal liegt inmitten des Hanauer Stadtgebietes südlich der Innenstadt, die in ca. 3,0 km Wegstrecke zu erreichen ist. Das Stadtteilzentrum Großauheim an der Hauptstraße ist über die Josef-Bautz- bz. Lise-Meitner-Straße in rd. 600 bis 1.100m erreichbar.

Die beiden nachstehenden Abbildungen zeigen das Plan-Grundstück im Grundriss der aktuell bestehenden Gebäude sowie in seiner aktuellen Ansicht.

Abb. 1: Projektareal, Grundriss (aktueller Gebäudebestand)



Quelle: Auftraggeber, Bearbeitung: CIMA GmbH, 2020



Abb. 2: Projektareal, aktuelle Situation





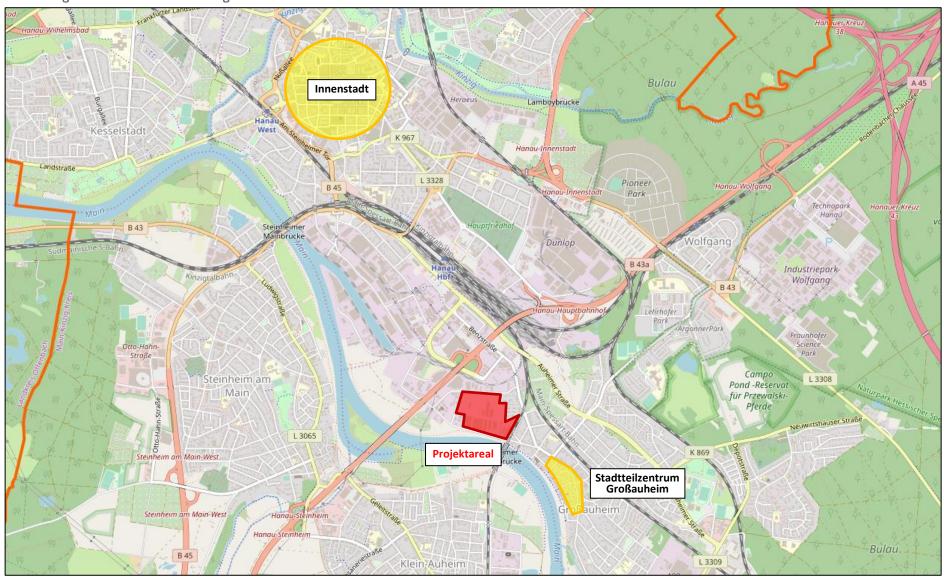
Quelle: Eigene Aufnahmen, Bearbeitung: CIMA GmbH, 2020

Das Areal ist gemäß bestehendem Bebauungsplan 904 – Gewerbegebiet "Am Hanauer Hafen" aktuell noch als GE-Gebiet ausgewiesen, das baurechtliche Verfahren zur Neuaufstellung eines auf die geplanten Nutzungen mit Schwerpunkt Wohnen zugeschnittenen Bebauungsplanes befindet sich in Umsetzung.

Abbildung 3 auf der nächsten Seite zeigt die Lage des Projekt-Standortes (rote Schraffur) zur Innenstadt sowie zum Stadtteilzentrum Großauheim (gelbe Markierungen).







Quelle: OpenStreetMap, Bearbeitung: CIMA GmbH, 2020



2.3 Verkaufsfläche und Umsatzleistung

Verkaufsflächenumfang

Die auf dem Projektareal mögliche Gesamtverkaufsfläche ist in Abhängigkeit von der zur Verfügung gestellten Grundfläche, den benötigten Wege- und Parkplatzflächen sowie den Vorgaben des in Aufstellung befindlichen Bebauungsplanes zu sehen.

Unter Berücksichtigung der geplanten Einzelhandelsnutzungen ist eine Gesamtverkaufsfläche von bis zu 1.500 m² als realistisch anzusehen.

Umsatzerwartungen

Um die Auswirkungen eines Verkaufsflächenausbaus am Standort Hanau einschätzen zu können, ist zunächst der zu erwartende Umsatz des Betriebes zu betrachten. Der auf der neu entstehenden Verkaufsfläche realisierte Umsatz führt zu Umsatzumlenkungen, die auf ihre Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche bzw. die Nahversorgung in Hanau und dem Umland zu untersuchen sind.

Die nachstehende Tabelle weist die nach unserer Einschätzung im worst case zu erwartende Flächenleistung aus. Die Berechnung zielt darauf ab, eine realistische Einschätzung hinsichtlich des Zielumsatzes zu geben. Datengrundlage sind hier die durchschnittlichen Flächenleistungen von Supermärkten nach eigenen Erhebungen und Erfahrungen der cima sowie betriebstypenspezifische Leistungsdaten. Da der Betreiber noch nicht feststeht, wird die Flächenleistungen in Spannen angegeben, welche die möglichen Bandbreiten berücksichtigen.

Tab. 2: Umsatzerwartung

Sortiment und Betriebstyp inkl. Verkaufsfläche	Flächenleistungen in € p.a. je m² Verkaufsfläche
Lebensmittel, Supermarkt mit rd. 1.500m²	3.500 - 5.500 €/m²

Quelle: Eigene Berechnungen, Bearbeitung: CIMA GmbH, 2020



3 Grundlagen

3.1 Zentralörtliche Bedeutung und Lage

Die Stadt Hanau mit einer Einwohnerzahl von 98.813 (zum 30.06.2020) liegt im Main-Kinzig-Kreis im Regierungsbezirk Darmstadt und ist als Oberzentrum eingestuft. Die Stadt weist eine starke Versorgungs- und zentralörtliche Funktion auf.

Seit dem Jahr 2012 kann ein deutlich steigender Einzelhandelsumsatz festgestellt werden, der sich von rd. 629 Mio. € auf 770 Mio. € entwickelt hat (MB-Research 2020). Hauptgrund dieses Wachstums ist das neue Shoppingcenter Forum Hanau, das auf 22.500 m² überregional Kunden anspricht. So konnte Hanau Marktanteile der benachbarten Einzelhandelsstandorte für sich gewinnen. Stärkste Konkurrenz in Bezug auf die Einzelhandelszentralität stellt das Mittelzentrum Gründau dar, doch liegen dort die Umsätze weit hinter denen Hanaus zurück.

Die Stadt stellt einen Kreuzungspunkt überregionaler Entwicklungsachsen dar (bspw. Frankfurt – Aschaffenburg) und liegt auf mehreren überörtlichen Siedlungs- und Verkehrsachsen.

Die verkehrsgünstige Lage Hanaus im Ballungsraum Frankfurt/Rhein-Main an den Autobahnen A45, A66 und den Bundesstraßen B8, B40, B43 und B45 ermöglicht eine gute regionale und überregionale Anbindung. Der international bedeutsame Flughafen Frankfurt/Main liegt ca. 25 Pkw-Minuten vom Stadtzentrum Hanau entfernt. Daneben profitiert Hanau von der Lage an einem zentralen Eisenbahnknotenpunkt mit IC- und ICE-Halt. Die Einwohnerzahl der Stadt ist in den letzten Jahren deutlich angestiegen.

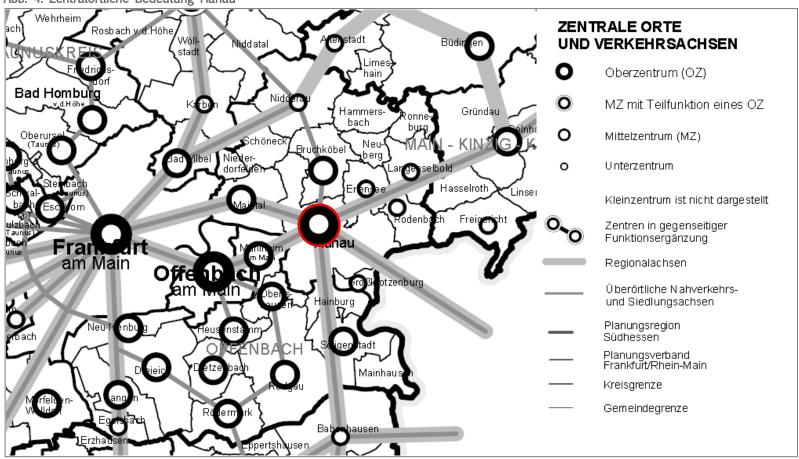
Tab. 3: Strukturdaten des Standortes Hanau

	Stadt Hanau
Zentralörtliche Einstufung	Oberzentrum
Einwohner (Hauptwohnsitze 30.06.2020)	98.813
Bevölkerungsentwicklung 2011 – 2020	+ 10,6 %
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer 2019	95,5
Umsatzkennziffer 2019	133,9
Zentralitätskennziffer 2019	140,2
Einzelhandelsumsatz 2019	769,9 Mio. €
Pendlersaldo 30.06.2014	+ 13.222
Gästeübernachtungen 2018	197.593

Quelle: Landesstatistik Hessen, Stadt Hanau, FB 5.14 Statistik, MB-Research 2020 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2020







Quelle: Regionalplan Südhessen, 2010,

Kartenausschnitt Zentrale Orte und Verkehrsachsen

Bearbeitung: CIMA GmbH, 2020



3.2 Beurteilungsgrundlagen Einzelhandels-Vorhaben

Landesplanerische Vorgaben

Auf der Grundlage der aufgezeigten Marktdaten erfolgt eine Beurteilung der städtebaulichen, landesplanerischen und versorgungsbezogenen Verträglichkeit des geplanten Betriebes unter Zugrundelegung der im §11 Abs. 3 BauNVO und im Einzelhandelserlass Hessen bzw. im Regionalplan Südhessen formulierten Prüfkriterien. Die Überprüfung der Verträglichkeit des geplanten Vorhabens erfolgt nach den Vorgaben des sogenannten Kongruenz- und Integrationsgebotes sowie des Beeinträchtigungsverbotes.

Vorbemerkung zur Bewertung der Vorhaben

Gegenstand der vorliegenden Prüfung ist die Fragestellung, ob die für den geplanten Betrieb erwartbare Verkaufsfläche negative Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur erwarten lässt, die eine Verträglichkeit des Vorhabens nach §11 Abs. 3 BauNVO in Frage stellt.

Regelvermutung

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

Im Rahmen dieses Gutachtens wird eine Auswirkungsanalyse auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsgebiet durchgeführt. Verkehrliche Effekte oder Umwelteinwirkungen sind gesondert zu prüfen.

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

1. Stufe: Großflächigkeit der Vorhaben

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

Das Merkmal der Großflächigkeit umschreibt also diejenige Schwelle, ab der die Prüfung ob derartige Auswirkungen vorliegen, vorzunehmen ist. "Somit muss die Schwelle ausreichend niedrig liegen, um Raum für diejenigen Fälle zu lassen, in denen entgegen der Regel bereits bei einer Geschossfläche von weniger als 1.200 m² Auswirkungen zu erwarten sind".1

Die Regelvermutung stellt auf die Geschossfläche, nicht auf die Verkaufsfläche ab. "Als Erfahrungswert hat sich herausgebildet, dass Einzelhandelsbetriebe in Folge einer Reduzierung der Lager- und sonstigen Nebenflächen drei Viertel der Geschossfläche als Verkaufsfläche nutzen können. Somit ist jedenfalls bei einer Verkaufsfläche, die 900 m² überschreitet, zugleich eine Überschreitung der in § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO genannten Geschossflächengrenze von 1.200 m² zu erwarten. Wie dargelegt, muss die Schwelle, ab der eine Prüfung der möglichen Auswirkungen vorzunehmen

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



ist, deutlich unterhalb des für die Geltung der Vermutungsregel maßgebenden Werts liegen. Einzelhandelsbetriebe sind großflächig im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten."²

Der am Standort Bautz-Areal projektierte Betrieb entspricht durch die zu erwartende Gesamtverkaufsfläche von bis zu 1.500 m² dem Typ eines großflächigen Einzelhandelsvorhabens nach §11 Abs.3 BauNVO.

2. Stufe: Vom Betrieb ausgehende Wirkungen

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

Die Regelvermutung des §11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO ist im Einzelfall bei städtebaulichen oder betrieblichen Besonderheiten widerlegbar (§11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO). Anhaltspunkte für eine Widerlegbarkeit der Regelvermutung können sich nach §11 Abs. 3 Satz 4, 2. Halbsatz BauNVO aus der Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, der Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und dem Warenangebot des Betriebs ergeben. "Großflächige Einzelhandelsvorhaben sind unter besonderer Berücksichtigung ihrer Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung [...] in bestehende Siedlungsgebiete [...] zu integrieren."⁴

Im Folgenden wird zu prüfen sein, ob sich der projektierte Betrieb wesentlich negativ auf die Ziele der Raumordnung, der Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung auswirken kann.

Beurteilungsgrundlage der Verträglichkeitsuntersuchung

Die Rahmenfaktoren für die folgende gutachterliche Stellungnahme sind:

- 1. Die Überschreitung der Regelvermutungsgrenze der dargelegten Vorhabenvariante
- 2. Die Lage des Vorhabenstandortes.
- 3. Prüfung einer vorhandenen städtebaulichen Integration.
- 4. Das gegenwärtige Standortgefüge in der Stadt Hanau und die Bedeutung der einzelnen Zentren in diesem Gefüge.

Das aktuelle Einzelhandelsentwicklungskonzept liegt für die Stadt Hanau aus dem Jahr 2017 vor⁵. Darin wurden zentrale Versorgungsbereiche inkl. der für das zu prüfende Vorhaben relevanten Nahversorgungszentren festgelegt.

Im Rahmen der vorliegenden Fragestellung zur Verträglichkeit eines Nahversorgungsbetriebes sind unter den Hanauer Zentren insbesondere der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt, die Stadtteilzentren sowie die Nahversorgungszentren zu berücksichtigen, außerdem das nahegelegene Fachmarktzentrum Hafen (Hafen 1 und 2):

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

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

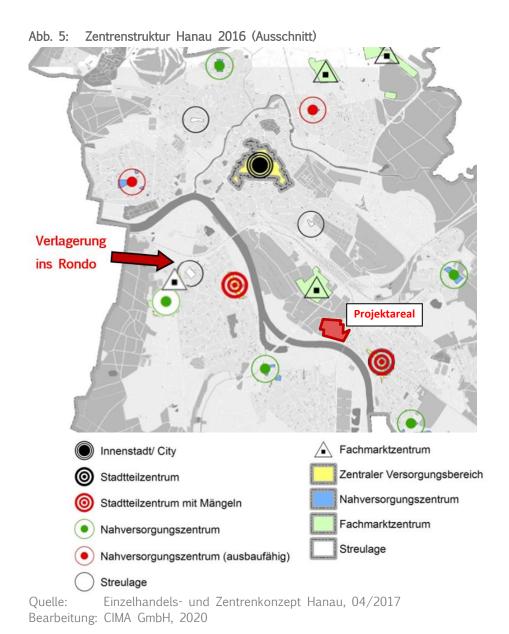
⁴ Einzelhandelserlass Hessen 2005, Seite 7

Fortschreibung Einzelhandels- und Zentrenkonzept Hanau 2016. CIMA GmbH München, 12.4.2017



- zentraler Versorgungsbereich Innenstadt,
- Stadtteilzentrum Großauheim
- Stadtteilzentrum Steinheim
- NVZ Argonner Markt,
- NVZ Burgallee,
- NVZ Bruchköbeler Landstraße,
- NVZ Brown-Boveri-Straße,
- NVZ Geleitstraße,
- NVZ Lamboy
- NVZ Rondo Steinheim
- Fachmarktzentrum Hafen 1 und 2.

Die nebenstehende Abbildung zeigt die Lage des Projektareals innerhalb der Hanauer Zentrenstruktur. Die nahegelegensten Zentren sind das Stadtteilzentrum Großauheim (ca. 1 km Pkw-Distanz), das Fachmarktzentrum Hafen (die dortigen Lebensmittelbetriebe sind rd. 1,5 Pkw-km entfernt), das Nahversorgungszentrum Geleitstraße in Kleinauheim (ca. 4 km mit dem Pkw, zu Fuß rd. 1,5km), und das NVZ Argonner Markt in Wolfgang (ca. 3 km Pkw-Distanz).





Vorhabenspezifisches Einzugsgebiet

Das Einzugsgebiet des auf dem Bautz-Areal projektierten Supermarktes lässt sich wie folgt annehmen:

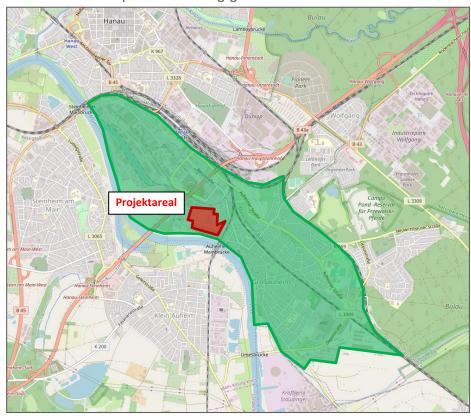
- 63457 Hanau, Stadtteil Großauheim, Stadtbezirke 901 bis 907,
- 63450 Hanau, Stadtteil Südost, Stadtbezirke 501 und 508.

Das so auf Basis der Stadtbezirke abgegrenzte Einzugsgebiet weist eine Einwohnerzahl von 11.391 auf (Stand 31.08.2019, Statistik Hanau). Das Marktpotenzial für Lebensmittel liegt in diesem Gebiet, unter Berücksichtigung der jeweiligen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft (Postleitzahlbereich 63450, Südost, 90,8%, Postleitzahlbereich 63457, Großauheim, 94,0%⁶), bei rd. 24,60 Mio. €.

Unter Berücksichtigung von 3.000 zusätzlichen Einwohnern auf dem Bautz-Areal wird das Potenzial um rd. 6,51 Mio. € auf 31,11 Mio. € ansteigen (siehe Kapitel 3,3, Tabelle 6).

Neben dem Umsatzpotenzial, das sich durch die Bewohner des Einzugsgebietes ergibt, sind für den Projektstandort auch Streuumsätze zu erwarten. Streuumsätze können insbesondere über Pendler, welche die B43a frequentieren, am Standort generiert werden. Wir gehen von einem Anteil an Streuumsätzen von ca. 5% aus.

Abb. 6: Vorhabenspezifisches Einzugsgebiet



Quelle: OpenStreetMap 2020 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2020

Die Angaben zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft liegen nicht auf Stadtbezirks- oder Stadtteilebene vor, sondern werden von MB-research lediglich für einzelne Postleitzahlbereiche bereitgestellt. Veröffentlichungsjahr ist 2020, Stand der Daten ist 2019.



Aktuelle Versorgungssituation in Hanau

Die aktuelle Ausstattung Hanaus mit Verkaufsflächen im Sortimentsbereich Lebensmittel⁷ wird aus der nachfolgenden tabellarischen Übersicht deutlich.

Tab. 4 Verkaufsflächen des vorhabenspezifischen Einzelhandels in Hanau

Sortiment	Ist-Verkaufsfläche in m²				
	ZV Innenstadt	Einzugsgebiet	Sonstige Lagen	Gesamt-Hanau	
Lebensmittel	9.755	7.273	26.191	43.219	

Quelle: Eigene Erhebungen, Bearbeitung: CIMA GmbH, 2020

Im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sind aktuell rd. 22,6% und in den Stadtbereichen des definierten Einzugsgebietes 16,8% des gesamten vorhabenrelevanten Verkaufsflächenaufkommens zu verzeichnen.

Die auf diesen Verkaufsflächen realisierten Umsätze (Schätzung auf Basis von Betreiber, Betriebstyp und Sortimentsniveau) verteilen sich wie folgt:

Tab. 5 Umsatz des vorhabenspezifischen Einzelhandels in Hanau

Sortiment	Ist-Umsatz in	Mio. € (Schätzung)			
Sortificit	ZV Innenstadt	Einzugsgebiet	Sonstige Lagen	Gesamt-Hanau	
Lebensmittel	47,24	35,02	126,74	209,00	

Quelle: Eigene Erhebungen, Bearbeitung: CIMA GmbH, 2020

Im Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt werden aktuell rd. 22,6%, im definierten Einzugsgebiet 16,8% des gesamten vorhabenrelevanten Einzelhandelsumsatzes erzielt.

einem Standort z.B. 4.000 m² Supermarkt-Verkaufsfläche bestehen, im Sortimentsbereich Lebensmittel werden aber nur ca. 3.200 m² Verkaufsfläche ausgewiesen.

Da die Erhebung innerhalb der Betriebe sortimentsscharf erfolgt ist, sind die Verkaufsflächen- und Umsatzangaben sortiments- und nicht betriebsspezifisch. D.h. es können an



3.3 Nachfragesituation im Einzugsgebiet

Die Berechnung des vorhabenrelevanten Nachfragepotenzials (Ausgabevolumen der Einwohner des Einzugsgebietes, die in den Einzelhandel fließen, statistischer Wert) im jeweiligen Einzugsgebiet erfolgte auf Basis von Einwohnerzahl und einzelhandelsrelevanter Kaufkraftkennziffer auf Postleitzahl-Ebene. Die für das Bautz-Areal projektierten 3.000 Einwohner sind in die Berechnungen einbezogen, da Wohnungen und Einzelhandelsbetrieb parallel errichtet werden.

Das vorhabenrelevante Nachfragepotenzial des Gesamt-Einzugsgebietes (ohne Streuumsatz-Anteile) berechnet sich demnach gemäß Tabelle 6 und liegt für das Lebensmittel-Sortiment bei rd. 31,1 Mio. €.

Tab. 6 Sortimentsspezifisches Nachfragepotenzial im Einzugsgebiet

	Einwohner/Kaufkraft		Ausgabesatz	Nachfragepotenzial		
Sortimentsbereich	63450 Hanau	63457 Hanau	(Verbrauchs- ausgabe)	63456 Hanau	63457 Hanau	Gesamtpotenzial
Lebensmittel	1.649/90,8%	12.742/94,0%	2.309 €	3,46 Mio. €	27,66 Mio. €	31,12 Mio. €

Quelle: MB-Research GmbH 2020, Statistik Hanau 2019

Bearbeitung: CIMA GmbH, 2020



3.4 Ungedecktes Umsatzpotenzial im Einzugsgebiet

Aufbauend auf einer Umsatzschätzung für die im Einzugsgebiet bestehenden Einzelhandelsflächen gemäß Tab. 4 berechnet sich ein aktueller Gesamtumsatz im Lebensmittel-Sortiment von rd. 35,0 Mio. Euro (vgl. Tab. 5). Bezieht man die aktuelle Verkaufsflächenausstattung und Umsatzleistung des sortimentsspezifischen Einzelhandels auf die bestehenden Umsatzchancen, so ergeben sich die aktuell am Standort möglicherweise verfügbaren ungedeckten, also nicht vom aktuellen Einzelhandelsbestand im Einzugsgebiet realisierten Umsatzpotenziale

Es wird deutlich, dass im Lebensmittelbereich keine ungedeckten Umsatzpotenziale bestehen:

Tab. 7 Potenzial und Ist-Umsatz im Einzugsgebiet

Sortimentsbereich	Sortimentsbereich Nachfragepotenzial		Ungedecktes Umsatzpotenzial	
Lebensmittel	31,12 Mio. €	35,02 Mio. €	0,00 Mio. €	

Quelle: MB-Research GmbH, 2020

Bearbeitung: CIMA GmbH, 2020

Auch wenn im Lebensmittelbereich keine offenen Umsatzpotenzial bestehen, ist die Nahversorgung durch den nächstgelegenen Vollsortimenter in rd. 2,3 km Entfernung zum Projektstandort verbesserungswürdig. In geringerer Entfernung sind lediglich Lebensmitteldiscounter zu finden, von denen Lidl in rd. 1,5 km Entfernung der nächstgelegene ist.

Eine Angebotsergänzung durch einen bis zu 1.500 m² Verkaufsfläche umfassenden Vollsortiments-Supermarkt ist daher zur Realisierung einer nahegelegenen Versorgung als grundsätzlich sinnvoll anzusehen.



4 Auswirkungsanalyse

4.1 Bewertungskriterien

Im Rahmen der Auswirkungsanalyse sind die Vorgaben des Regionalplans Südhessen/Regionaler Flächennutzungsplan 2010 zu berücksichtigen. Dieser konkretisiert die Festlegungen des Landesentwicklungsplans Hessen 2000 (die dritte Fortschreibung 2018 ließ den Text zu 4.1.2. Großflächige Einzelhandelsvorhaben des Jahres 2000 unverändert) sowie des Einzelhandelserlasses Hessen aus dem Jahr 2005.

Da für das Bautz-Areal ein neuer Bebauungsplan erstellt wird, sind auch § 1 Abs. 4 BauGB, § 1 Abs. 6 Nr. 4, Nr. 8a und Nr. 11 BauGB sowie § 2 Abs. 2 BauGB zu beachten. Dies wird über die vorgenommenen Prüfschritte abgedeckt.

4.2 Prüfung Verbrauchernähe

Vorbemerkung

Der Regionalplan Südhessen/Regionaler Flächennutzungsplan aus dem Jahr 2010 legt fest: "Die verbrauchernahe Versorgung muss unter der Zielsetzung räumlich ausgeglichener Versorgungsstrukturen, insbesondere einer angemessenen Versorgung der Bevölkerung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs, in zumutbarer Entfernung auch für in ihrer Mobilität eingeschränkte Bevölkerungsgruppen sichergestellt sein." (G3.4.3-1)

Prüfungsergebnis

Die projektierte Nahversorgungseinrichtung stellt diese Verbrauchernähe her. Durch die aktuell bestehenden, am nächsten zum Bautz-Areal gelegenen Betriebe kann die geforderte Verbrauchernähe nicht gewährleistet werden. Diese Betriebe sind jeweils mehr als einen Kilometer weit entfernt. (vgl. 3.4).

4.3 Prüfung Zentralitäts- und Kongruenzgebot

Vorbemerkung

Der Regionalplan Südhessen/Regionaler Flächennutzungsplan sieht für großflächige Einzelhandelsbetriebe folgende Standorte vor: "Die Ausweisung, Errichtung oder Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben ist grundsätzlich nur in den Ober- und Mittelzentren zulässig. Dabei ist die Verkaufsfläche von Einzelhandelsprojekten so zu bemessen, dass der angestrebte Einzugsbereich des Vorhabens den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde nicht wesentlich überschreitet. In begründeten Ausnahmefällen, z.B. für die örtliche Grundversorgung, und unter Einhaltung der übrigen landes- und regionalplanerischen Zielsetzungen sowie unter besonderer Beachtung des interkommunalen Abstimmungsgebotes ist eine Ausweisung auch in den zentralen Ortsteilen von Grundzentren (Unter- und Kleinzentren) zulässig." (Z3.4.3-2)

Vorhaben müssen sich nach Größe und Einzugsbereich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen. Dabei spielt auch das Rücksichtnahmegebot von Zentren höherer Ordnung auf die Versorgungsstruktur der kleineren Zentren eine Rolle.

Prüfung

Durch den Status Hanaus als Oberzentrum ist das Zentralitätsgebot für den geplanten Supermarkt erfüllt.

Da sich das Einzugsgebiet des geplanten Betriebes lediglich auf das Stadtgebiet Hanau bezieht, ist das Rücksichtnahmegebot des Oberzentrums Hanau als Zentrum höherer Ordnung auf die Versorgungsstruktur der niederrangigen Zentren im Umland ebenfalls erfüllt.

Auch wenn Streuumsätze in Höhe von 5% des Vorhabenumsatzes zu erwarten sind, generiert der Betrieb den weitaus größten Teil seines Umsatzes aus der eigenen Standortgemeinde, dem Stadtgebiet Hanau.



Prüfungsergebnis

Die Kaufkraftabschöpfung innerhalb Hanaus beträgt im Bereich Lebensmittel maximal rd. 4,0 %8.

Aus der errechneten Marktabschöpfung kann keine bedenkliche marktdominierende Stellung der Vorhaben abgeleitet werden.

Nach Erfahrungswerten der cima und konkreteren landesplanerischen Vorgaben in anderen Bundesländern (z. B. Grenzwert für Kaufkraftabschöpfung in Bayern bei Lebensmittelbetrieben 25 %) ergibt sich daraus, dass keine Beeinträchtigung des zentralörtlichen Systems zu erwarten sein wird. Andere zentrale Orte wären dadurch nicht in ihrer Funktionsfähigkeit beeinträchtigt.

4.4 Prüfung Integrationsgebot

Vorbemerkung

"Zur Sicherung der Grundversorgung und unter Einhaltung der sonstigen Verträglichkeitsanforderungen kann für einen Lebensmittel-Vollversorger bis zu 2.000 qm Verkaufsfläche die Raumverträglichkeit in städtebaulich integrierten Lagen angenommen werden. Großflächige Einzelhandelsvorhaben müssen eine enge räumliche und funktionale Verbindung zu bestehenden Siedlungsgebieten aufweisen. Sie sind unter besonderer Berücksichtigung ihrer Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung sowie der Umweltverträglichkeit auch im Hinblick auf die Ziele der Verkehrsvermeidung und -verlagerung in bestehende Siedlungsgebiete unter Erreichbarkeit mit einem für Größe und Einzugsbereich des Einzelhandelsvorhabens angemessenen ÖPNV zu integrieren." (Z3.4.3-2)9

Städtebaulich integriert sind Standorte in einem insbesondere baulich verdichteten Siedlungszusammenhang mit überwiegendem Wohnanteil oder in

dessen unmittelbarem Anschluss als Bestandteil eines planerischen Gesamtkonzepts mit besonderer Berücksichtigung der Aspekte Städtebau, Verkehr sowie Einzelhandel und Dienstleistungen. Städtebaulich integrierte Lagen zeichnen sich auch dadurch aus, dass sie an den ÖPNV angebunden sind und fußläufig maximal 700 m von Wohnstandorten entfernt liegen. ¹⁰ Prüfung

Im direkten Umfeld des Bautz-Areals sind umfangreiche Wohnbauten vorhanden. Das Bautz-Areal selbst wird mit Wohngebäuden für ca. 3.000 Bewohner bebaut. Das siedlungsstrukturelle Integrationsgebot wird damit am Standort erfüllt.

Der Standort befindet sich auf ehemaligem Betriebsgelände der Firma Bautz. In unmittelbarer Umgebung sind keine Lebensmittelanbieter vorzufinden. Der zentrale Versorgungsbereich (Ortszentrum) des Stadtteils Großauheim liegt ca. 1 km entfernt.

Der Standort ist nach derzeitigem Planungsstand als GE-Gebiet (Gewerbegebiet) ausgewiesen, ein neuer Bebauungsplan befindet sich in Aufstellung. Innerhalb des üblicherweise als Nahversorgungsradius angesetzten 500m-Radius befinden sich die im Osten des Areals gelegenen Wohngebiete an der Hanauer Landstraße bis hin zum Stadtteilzentrum Großauheim. Außerdem sind auf dem Grundstück selbst ca. 1.300 Wohneinheiten mit rd. 3.000 Bewohnern vorgesehen.

Die Anbindung für Fußgänger und Radfahrer wird durch Fußwege und einen eigenständigen Radweg gesichert.

Die Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln ist durch die Haltestelle "Lise-Meitner-Straße" an der Hanauer Landstraße in rd. 175m Entfernung zum Projektareal gewährleistet. Montags bis samstags fahren die Busse der Linie 556 des Rhein-Main-Verkehrsverbundes (RMV) die Haltestelle an und verkehren von 4:59 bis 20:32 Uhr.

Ber maximal zu erwartende Lebensmittelumsatz liegt bei 8,25 Mio. € (1.500 m² Supermarktfläche á max. 5.500 €), was 3,95 % des Hanauer Gesamt-Lebensmittelumsatzes von 209,00 Mio. € darstellt.

⁹ Regionalplan Südhessen/Regionaler Flächennutzungsplan 2010, S. 44

¹⁰ Regionalplan Südhessen/Regionaler Flächennutzungsplan 2010, S. 45-46



Die Buslinien verbinden Hanau und Großkrotzenburg, so dass die Erreichbarkeit aus verschiedensten Bereichen der Stadt und des angeschlossenen Umlandes zu den Geschäftszeiten gegeben ist.

Prüfungsergebnis

Aufgrund dieser Rahmenbedingungen ist der Standort insgesamt als städtebaulich integriert anzusehen. Durch die Neuüberplanung des gesamten Bautz-Areals ist das Einzelhandelsvorhaben Bestandteil eines planerischen Gesamtkonzeptes.

Insgesamt ist so das städtebauliche Integrationsgebot erfüllt. Daher ist der Standort grundsätzlich für großflächigen Einzelhandel geeignet.

4.5 Prüfung Beeinträchtigungsverbot

Vorbemerkung

Das Beeinträchtigungsverbot dient dem Schutz der innerörtlichen Geschäftslagen. Laut § 11 Abs. 3 BauNVO sind negative städtebauliche Auswirkungen zu prüfen.

Von großflächigen Einzelhandelsvorhaben dürfen nach Art, Lage und Größe keine schädlichen Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit von integrierten Geschäftszentren (zentralen Versorgungsbereichen) in der Gemeinde und in anderen Gemeinden sowie auf die verbrauchernahe Versorgung in der Gemeinde zu erwarten sein. Dies gilt insbesondere für solche Orte, in denen Maßnahmen zur Stärkung oder Beibehaltung zentralörtlicher Versorgungsfunktionen durchgeführt wurden oder vorgesehen sind, zum Beispiel städtebauliche Sanierungs- und Entwicklungsmaßnahmen, Stadt und Dorferneuerungsmaßnahmen oder Maßnahmen nach dem Gesetz zur Förderung von innerstädtischen Geschäftsquartieren – INGE." (Z3.4.3-2)

"Zur Sicherung der Grundversorgung und unter Einhaltung der sonstigen Verträglichkeitsanforderungen kann für einen Lebensmittel-Vollversorger bis zu 2.000 qm Verkaufsfläche oder für einen Lebensmitteldiscounter bis zu 1.200 qm Verkaufsfläche die Raumverträglichkeit in städtebaulich integrierten Lagen angenommen werden." (Z3.4.3-2)

Die anzunehmenden Auswirkungen eines Verkaufsflächenausbaus auf den bestehenden Hanauer Einzelhandel sind vielschichtig. So wird einerseits die Attraktivität der Stadt als Einzelhandelsstandort insgesamt gesteigert, andererseits stellen neue Verkaufsflächen zugleich eine neue Konkurrenzsituation für die bestehenden Wettbewerber dar.

Ziel der Stadt ist es, den Standort nachhaltig über die Ansiedlung moderner Handelskonzepte zu stärken, ohne dass die gewachsenen Strukturen der Zentren negativ in ihrer Entwicklungs- und Zukunftsfähigkeit beeinflusst werden.

Prüfung

Da es sich im vorliegenden Fall um eine Neuansiedlung handelt, ist im Rahmen einer quantitativen Wirkungsanalyse der sortimentsspezifisch neu generierte Gesamtumsatz zu überprüfen.

Berechnungen Lebensmittel

Untersuchungsgegenstand ist ein angenommener Lebensmittelumsatz des Vollsortimenters von 8,25 Mio. € (1.500 m² á 5.500 € p.a.).

Die berechneten Umsatzabschöpfungen der in den Zentralen Versorgungsbereichen der Hanauer Innenstadt, der Ortsmitte Großauheims sowie der Ortsmitte Steinheims befindlichen Lebensmittelanbieter sind aus Sicht der städtebaulichen Zentrenentwicklung als verträglich anzusehen und liegen deutlich unter dem 10%-Grenzwert.

Aus den sonstigen, gemäß Einzelhandelsentwicklungskonzept festgelegten Nahversorgungszentren sind aufgrund der Entfernung zum Bautz-Areal nur geringe Umsatzabschöpfungen zu erwarten. Ausnahme: das NVZ Brown-Boveri-Straße. Hier liegt die Abschöpfung mit 7,8% aber ebenso im als verträglich anzusehenden Bereich.

Das Fachmarktzentrum Hafen ist mit einer berechneten Umsatzabschöpfung von 7,2% betroffen.

In der nachfolgenden Tabelle sind die Abschöpfungen in Euro-Beträgen und Prozentwerten der Vor-Ort-Umsätze für die einzelnen Wettbewerbsstandorte angegeben.



Neben dem auswirkungsneutralen Umsatzanteil durch die zukünftigen rd. 3.000 Bewohner des Bautz-Areals 11 gehen wir von einem Streuumsatzanteil von 5% aus.

Tab. 8 Abschöpfungsberechnung Lebensmittel

Umsatz der	Umsatz zu La	Umsatz durch Bewohner			
Vorhaben (in Mio. €)	ŀ	Hanau	Streu-	Bautz-Areal	
(ZV-Lagen	Sonstige Lagen	umsatz	(in Mio. €)	
8,25	0,86	4,46	0,41	2,52	

Umsatzabschöpfung Konkurrenzstandorte	in Mio. €	in % des jeweiligen Umsatzes
Hanau, ZV Innenstadt	0,74	1,5%
ZV Ortsmitte Großauheim	0,12	5,1%
ZV Ortsmitte Steinheim	0,00	0,0%
NVZ Argonner Markt	0,58	4,3%
NVZ Brown-Boveri-Straße	0,70	7,8%
NVZ Dettinger Straße.	0,04	0,9%
NVZ Geleitstraße	0,66	4,0%
NVZ Rondo Steinheim	0,41	1,5%
FMZ Hafen	0,83	7,2%
Sonstiges Hanau	1,24	1,7%
Umsatz durch Bewohner Bautz-Areal (40% des Bewohner-Marktpotenzials)	2,52	
Streuumsatz (5% des Umsatzes)	0,41	
SUMME	8,25	

Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen

Bearbeitung: CIMA GmbH, 2020

Wir gehen davon aus, dass bei Ansiedlung eines Vollsortimenter der Anteil des Bewohner-Marktpotenzials in diesen Betrieb fließt, der dem Marktanteil von Vollsortimentern im Prüfungsergebnis und Empfehlung

Das Vorhaben ist für alle Hanauer Zentren als verträglich anzusehen.

4.6 Berücksichtigung des EHK Hanau

Da für die Stadt Hanau seit April 2017 die Fortschreibung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes (EHK) vorliegt, ist die Vereinbarkeit des Vorhabens mit den Festlegungen dieses Konzeptes zu prüfen.

Das EHK Hanau unterstützt das geplante Vorhaben in folgenden Aussagen:

- Zum Thema Nahversorgung in Hanau: "Eine fußläufige Erreichbarkeit (400 m) kann dabei jedoch aufgrund der Stadtgröße Hanaus nicht jedem Einwohner geboten werden. Wichtig ist hierbei daher eine möglichst dezentrale Verteilung der Einkaufsstätten über das gesamte Stadtgebiet. Dies wird in Hanau sehr gut gewährleistet, obgleich es im Detail Bereiche gibt, die aufgrund der Flächenverfügbarkeit oder fehlender Marktpotenziale keine standardisierte Versorgung in unmittelbarer Umgebung besitzen. Hierunter fallen die Kernbereiche Großauheims sowie das östliche Steinheim." (EHK-Text, S. 77)
 - → Das Bautz-Areal liegt genau zwischen diesen beiden Stadtbereichen und kann dort zu einer Aufwertung der Nahversorgungssituation beitragen.
- "Eine behutsame Fortentwicklung der Nahversorgungsangebote trägt dabei zu einer Erhaltung und Verbesserung der Wohnortqualität bei, sofern wohnortnahe Standorte nachhaltig gestärkt bzw. fortentwickelt werden." (EHK-Text, S. 77)
 - → Die Wohnortqualität für das neue Wohnquartier am Bautz-Areal wird durch die geplante und durch die vorliegende Untersuchung auf

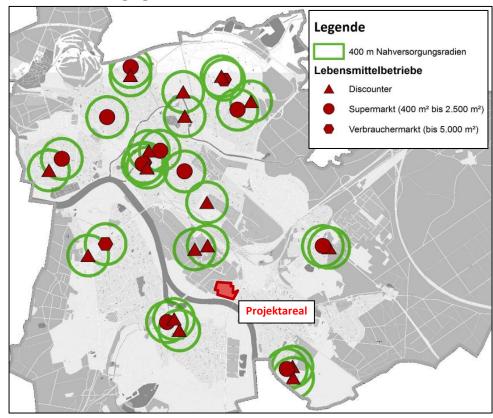
Lebensmittelsegment in Deutschland entspricht (40% gemäß Nielsen Tradedimensions in LebensmittelPraxis 04/2019).



Verträglichkeit und Bedarf überprüfte Versorgungseinrichtungen gewährleistet.

Der nachfolgende Ausschnitt aus der Karte zur Nahversorgungssituation in Hanau zeigt die Lücke des Angebotes im Bereich des Projektgebietes und die Lage abseits der 400m-Nahversorgungsradien umliegender, versorgungsrelevanter Betriebe:

Abb. 7: Nahversorgungssituation Hanau



Quelle: EHK Hanau 2016, S. 78 (Ausschnitt)

Bearbeitung: CIMA GmbH, 2020

Prüfungsergebnis

Das Vorhaben entspricht daher umfänglich den Vorgaben des EHK Hanau sowie den Zielen, die sich die Stadt Hanau mit dem EHK für die weitere Entwicklung der Nahversorgung gesetzt hat. Durch das zusätzliche Ausgabepotenzial der 3.000 neuen Einwohner kann zudem die Großauheimer Ortsmitte (Stadtteilzentrum) als Standort für zentrenrelevante Produkte gestärkt werden. (vgl. EHK-Text, S. 134f.)



5 Abschließende Bewertung und Empfehlungen

- Unter Berücksichtigung der Vorgaben des Regionalplans Südhessen ist das Vorhaben der Ansiedlung eines bis zu 1.500 m² Verkaufsfläche umfassenden Lebensmittelvollsortimenters durch seine Verbrauchernähe, die Einhaltung des Zentralitäts- und Kongruenzgebotes, des Beeinträchtigungsverbotes sowie des Integrationsgebotes als verträglich anzusehen.
- Die Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO kann für diesen Verkaufsflächenumfang aufgrund der (meist deutlich) unter 10% liegenden Abschöpfungen aus dem Einzelhandel der Versorgungszentren in Hanau widerlegt werden: es sind keine Beeinträchtigungen der Funktionsfähigkeit der Hanauer Zentren (Zentrale Versorgungsbereiche, Nahversorgungszentren) zu erwarten. Eine negative Beeinflussung des dortigen Einzelhandels ist über den normalen Wettbewerb hinaus nicht zu erwarten. Eine Gefährdung des bestehenden Einzelhandels sowie eine Beeinträchtigung der Zentrenentwicklung in unerwünschter Weise können ausgeschlossen werden.
- Aufgrund des ausschließlich auf Teile des Hanauer Stadtgebietes begrenzten Einzugsgebietes und des Nahversorgungscharakters des geplanten Betriebes ist eine negative Beeinträchtigung der Zentren benachbarter Gemeinden nicht zu erwarten.
- Somit werden auch die Anforderungen des BauGB aus § 1 Abs. 4, § 1 Abs. 6 Nr. 4, Nr. 8a und Nr. 11 sowie § 2 Abs. 2 erfüllt.
- Im gesamten Einzugsgebiet mit zukünftig rd. 14.400 Einwohnern besteht aktuell nur ein Supermarkt, der sich außerhalb der Gehdistanz zum Bautz-Areal befindet.
- Eine Ansiedlung im empfohlenen Verkaufsflächenumfang von maximal 1.500 m² entspricht nach unserer Einschätzung den Zielen einer positiven Stadtentwicklung in Hanau und wird ein für die Bewohner des

Bautz-Areals sowie des angrenzenden Großauheims attraktive Nahversorgungsmöglichkeit darstellen.

Aus gutachterlicher Sicht der cima sollte der projektierte Supermarkt mit bis zu 1.500 m² Verkaufsfläche daher eine Genehmigung erhalten.



6 Anhang

6.1 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation

Im Rahmen der Untersuchung wurde eine im September 2019 in Hanau durchgeführte Aktualisierung der Bestandsaufnahme aller Einzelhandelsbetriebe mit einem vorhabenrelevanten Sortiment (Lebensmittel) verwendet.

Als Einzelhandel werden Unternehmen bezeichnet, die Waren einzelner oder verschiedener Hersteller beschaffen und an nicht-gewerbliche Kunden, also Endverbraucher bzw. Letztverwender, verkaufen. Im Gegensatz dazu verkauft der Großhandel an gewerbliche Kunden, also Wiederverkäufer und Großverbraucher.

Entscheidendes Kriterium für die Erfassung eines Betriebes ist dabei die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen Geschäftstätigkeit mit Verkauf an Endkunden ausgegangen werden kann. Die Klassifizierung aller erfassten Betriebe erfolgte nach folgenden Merkmalen:

- Lage des Betriebes (Zentraler Versorgungsbereich, integrierte Lage, nicht integrierte Lage)
- Branche und Betriebstyp
- Verkaufsfläche und Sortimentsniveau

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

Nicht zum Einzelhandel werden der Handel mit Kraftfahrzeugen, der Baustoff- und der Brennstoffhandel gezählt. Tankstellen-Shops werden jedoch aufgenommen. Reinigungen, Reisebüros, Videotheken, Autovermietungen,

Fitnesscenter oder Kreditinstitute zählen nicht zum Einzelhandel, ebenso wie Friseure, Schneidereien und Schuhmacher.

Verkaufsstellen des Nahrungsmittelhandwerks wie Bäcker/Metzger oder von Optikern und Hörgeräteakustikern werden dagegen ebenso wie Apotheken zum Einzelhandel gezählt, da hier die Handelsfunktion im Vordergrund steht.

Die Klassifizierung der Betriebstypen orientiert sich an folgenden Kriterien:

- Bedienungsform
- Preisniveau
- Sortimentstiefe und -breite
- Verkaufsfläche

Wir unterscheiden zwischen folgenden Einzelhandels-Betriebstypen:

Fachgeschäft

Sehr unterschiedliche Verkaufsflächengrößen, branchenspezialisiert mit teils umfangreichen Nebensortimenten, tiefes Sortiment, in der Regel umfangreiche Beratung und Kundenservice (als Filialisten sind z.B. Benetton oder Fielmann zu nennen).

Fachmarkt

Meist großflächiges Nonfood-Fachgeschäft (Ausnahme: Getränkemärkte) mit bestimmtem Branchenschwerpunkt, mit breitem und tiefem Sortimentsangebot, in der Regel umfangreiche Selbstbedienung und Vorwahl, oft knappe Personalbesetzung (z.B. Obi, Vögele, Media-Markt, Deichmann, ARO-Teppichwelt).



Fachmarktzentrum

Fachmarktzentren vereinen zahlreiche unterschiedliche Fachmarktkonzeptionen unter einem Dach oder auch in offener Bauweise (z.B. Gründau-Lieblos).

Shopping-Center bzw. Einkaufszentrum

Großflächige Konzentration vieler Einzelhandelsfachgeschäfte diverser Branchen, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe meist unter einem Dach, oft ergänzt durch Fachmärkte, Kaufhäuser, Warenhäuser und Verbrauchermärkte; großes Angebot an Kundenparkplätzen; i.d.R. zentrale Verwaltung und Gemeinschaftswerbung. Errichtung häufig aufgrund zentraler Planung. (z.B. Hessen-Center in Frankfurt). Oft werden bestehende Einkaufszentren auch weiterentwickelt und vergrößert, mit der Folge, dass sich eine gravierende Veränderung der Wettbewerbssituation ergeben kann

Supermarkt

Ca. 400 bis 2.500 m² Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, ab 1.200 m² Verkaufsfläche bereits höherer non-food-Anteil (non-food 1-Artikel, siehe 7.3): Umsatzanteil ca. 10 %, Flächenanteil ca. 10 - 20 % (z.B. Rewe, Edeka, Tegut).

Lebensmittel-Discounter

Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 700 und 1.500 m² Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen, preisaggressiv, weiter zunehmender non-food-Umsatzanteil (z.B. Aldi, Lidl, Netto).

Großer Supermarkt (frühere Bezeichnung: Verbrauchermarkt)

Verkaufsfläche ca. 2.500 bis 5.000 m², Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche ansteigender Flächenanteil an Abteilungen des nonfood 2-Sortiments. Non-food-Umsatzanteil ca. 10 - 15 %, non-food-Flächenanteil ca. 20 - 30 % (z.B. E-Center, Kaufland, Rewe-Center).

SB-Warenhaus

Verkaufsfläche über 5.000 m², neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung umfangreiche non-food-Abteilungen einschließlich non-food 2-Artikeln: non-food-Umsatzanteil ca. 20 – 30 %, non-food-Flächenanteil ca. 30 - 50 %. Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Kundenparkplätzen (z.B. Globus, Marktkauf).

Warenhaus

In der Regel Verkaufsfläche über 3.000 m², teils noch mit Lebensmittel-, immer mit großer Textil-Abteilung, breites und tiefes Sortiment, hier überwiegend Vorwahlsystem und Bedienung (z.B. Galeria Karstadt Kaufhof).

Kaufhaus

In der Regel Verkaufsfläche über 1.000 m², in zentraler Lage, breites, tiefes Nonfood-Sortiment, im Gegensatz zum Warenhaus meist mit bestimmtem Branchenschwerpunkt, oft Textil (z.B. C&A, H&M).



6.2 Begriffsdefinitionen

Abschöpfungsquote

Bedeutung: Die Abschöpfungsquote (auch Bindungsquote oder Umsatzbindungsfaktor) bezeichnet denjenigen Umsatzanteil am gesamten bindungsfähigen Umsatzpotenzial, der zu einem Zeitpunkt x tatsächlich erzielt wird. Berechnung: Die Berechnung kann branchenbezogen oder branchenübergreifend erfolgen. Berechnungsbasis ist der tatsächlich erzielte Umsatz einer Branche/eines Ortes dividiert durch das (bindungsfähige) Umsatzpotenzial dieser Branche/des Ortes.

Einzugsgebiet

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

Berechnung und Abgrenzung: Einflussgrößen zur Bestimmung des Einzugsgebiets sind v.a.

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

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

food / non-food

Bedeutung: Der Begriff food kennzeichnet alle zum menschlichen Verzehr bestimmten Lebensmittel (Frisch- und Tiefkühlware sowie Trockensortiment) und Getränke. Der Begriff non food bezieht sich demgegenüber auf alle nicht zum Verzehr bestimmten Artikel. Im Zusammenhang mit der Warenbezeichnung von Lebensmittelbetrieben wird in non-food 1-Artikel (Drogerie- und Körperpflegeartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel, Tiernahrung) sowie non-food 2-Artikel (alle sonstigen Nicht-Lebensmittel) unterschieden.

Kaufkraft (nominal / real)

Bedeutung: Die nominale Kaufkraft bezeichnet diejenige Geldmenge, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraumes zur Verfügung steht. Sie setzt sich zusammen aus dem verfügbaren Netto-Einkommen zuzüglich der Entnahmen aus Ersparnissen und aufgenommener Kredite, abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden.

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

Kaufkraftkennziffer (KKZ)

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

Berechnung: Aus der Einkommensteuer-Statistik der Städte und Gemeinden wird das gesamte im Ort verfügbare Netto-Einkommen aufsummiert und durch die Zahl der Einwohner geteilt. Daraus ergibt sich ein bestimmtes ortsspezifisches Pro-Kopf-Einkommen. Der Bundesdurchschnitt dieses Pro-Kopf-Einkommens wird gleich 100 gesetzt. Bei den aktuellen 24.000 € würde einem Ort mit einem Pro-Kopf-Einkommen von 26.400 € die KKZ 110,0 zugewiesen, einem Ort mit € 21.600 entsprechend die KKZ 90,0.



Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Bundesdurchschnitt 5.565 €) bezieht sich nur auf Ausgaben im Einzelhandel (Quelle jeweils MB-Research).

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer wird nach der folgenden Formel berechnet:

$$KK_{(Hanau)} / E_{(Hanau)} * 100$$

Dabei ist:

 $KK_{(Hanau)}$ = Einzelhandelsrelevante Kaufkraft Hanaus in ‰ der einzelhandelsrelevanten Gesamtkaufkraft in Deutschland

 $E_{(Hanau)}$ = Einwohnerzahl Hanaus in ‰ der Einwohnerzahl Deutschlands

Durch diese Berechnung wird, unabhängig von der Größe des Ortes, das für Ausgaben im Einzelhandel verfügbare Netto-Einkommen pro Einwohner im Vergleich zum Bundesdurchschnitt bestimmt.

Dabei ist der Bundesdurchschnitt auch hier stets 100 %. Geht man zur Anschauung von einem Bundesdurchschnitt von 6.000 Euro aus¹², so würde einem Ort mit einem einzelhandelsrelevanten Ausgabepotenzial von 6.600 Euro die Kaufkraftkennziffer 110,0 zugewiesen, einem Ort mit 5.400 Euro entsprechend die Kennziffer 90,0.

Marktpotenzial

Bedeutung: Das Marktpotenzial bezeichnet das potenzielle Ausgabevolumen eines Ortes im Einzelhandel auf Basis seiner Einwohnerzahl (ohne Kaufkraftzu- und -abflüsse aus dem Einzugsgebiet).

Berechnung: Berechnungsbasis sind die jährlich neu ermittelten durchschnittlichen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf in Deutschland, multipliziert mit der Einwohnerzahl des Ortes und der ortsspezifischen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Prozent.

Umsatzkennziffer (UKZ)

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

¹² die aktuellen Zahlen basieren auf einem Durchschnittswert von genau 5.565 €

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

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

Umsatzpotenzial (bindungsfähiges)

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

Berechnung: Vom ermittelten lokalen Marktpotenzial wird der zu erwartende Kaufkraftabfluss der örtlichen Bevölkerung abgezogen und der zu erwartende Kaufkraftzufluss aus dem Einzugsgebiet hinzugerechnet (Ermittlung des zu erwartenden Kaufkraftzu- bzw. -abflusses über Einfluss von Entfernung und Attraktivität der Konkurrenzstandorte).

Verbrauchsausgaben

Grundlage für die Potenzialberechnung im Einzelhandel sind die jährlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung. Hierzu liegen Daten vor, die aus umfangreichem, sekundärstatistischem Material, Eigenerhebungen im Rahmen von Standortanalysen und Betriebsberatungen resultieren. Keine Berücksichtigung finden dabei die Verbrauchsausgaben für Kraftfahrzeuge, Landmaschinen, Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse.



Die Verbrauchsausgaben beziehen sich rein auf den stationären Einzelhandel. Die im Versand- und Onlinehandel getätigten Ausgaben sind nicht Teil dieser Verbrauchsausgaben.

Charakteristisch für den **kurzfristigen Bedarf** (u.a. Lebensmittel, Drogerieartikel, Arzneimittel) ist, dass vergleichsweise häufig kleine Mengen eingekauft werden und ein dichtes Netz von Verkaufseinrichtungen auch in kleineren Ortschaften die Erledigung zahlreicher Einkäufe ermöglicht.

Die Verbrauchsausgabe für Lebensmittel ist unter allen Einzelsortimenten die höchste.

Im mittelfristigen (u.a. Bekleidung, Schuhe, Sportartikel, Spielwaren) und langfristigen Bedarfsbereich (u.a. Elektrogeräte, Möbel, Baumarktartikel, Uhren/Schmuck) befinden sich Versorgungseinrichtungen in der Regel in den größeren zentralen Orten. Einkäufe werden häufig mit dem Auto durchgeführt und sind seltener als im kurzfristigen Bereich. Dem Einkauf geht in der Regel auch ein intensiverer Auswahl- und Vergleichsprozess voraus. Die ausgegebenen Beträge pro Einkauf sind dabei erheblich höher.

Die Nachfragepotenziale in den einzelnen Warengruppen ergeben sich aus dem Produkt der (rein rechnerisch) gebundenen Einwohner im Einzugsgebiet und den Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben.

Unter der Berücksichtigung branchen- und betriebstypenspezifischer Verkaufsflächenproduktivitäten/Flächenleistungen (Umsatz je m² Verkaufsflächen) lassen sich schließlich aus den bestehenden Umsatzpotenzialen die vor Ort zur Sicherstellung der Versorgung erforderlichen Verkaufsflächen ableiten.

Verkaufsfläche

Bedeutung: Die Verkaufsfläche bezeichnet den Teil eines Einzelhandelsbetriebes, der für den Kunden begehbar ist und dem Ziel dient, Verkaufsabschlüsse zu tätigen. Dazu gehören der Eingangsbereich, die Standfläche von Einrichtungsgegenständen, Ausstellungsflächen und Schaufenster, die Fläche von Bedientheken mit der dahinter liegenden, für den Kunden

sichtbaren Fläche, Umkleidekabinen, Gänge, Kassenzonen, Pack- und Entsorgungszonen, Windfänge und Freiflächen, die nicht nur temporär genutzt werden. Nicht zur Verkaufsfläche gehören demnach z.B. Lager-, Anlieferungs-, Sozial- und Büroräume. Diese bilden gemeinsam mit der Verkaufsfläche die Nutzfläche eines Betriebs, die auch als Gesamtmietfläche oder GLA Gross leasable area bezeichnet wird. Verkehrsflächen in Passagen oder Einkaufszentren werden ebenso nicht zur Verkaufsfläche gezählt.

Zentralität (Einzelhandelszentralität)

Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage. Wenn die Zentralität einen Wert von über 100 % einnimmt, so fließt Kaufkraft aus dem Umland in den Ort, die die Abflüsse übersteigt. Liegt die Zentralität unter 100 %, so existieren Abflüsse von Kaufkraft, die nicht durch die Zuflüsse kompensiert werden können. Je größer die Zentralität eines Ortes ist, desto größer ist seine Sogkraft auf die Kaufkraft im Umland. Die Zentralität eines Ortes wird z.B. durch die Qualität und Quantität an Verkaufsfläche, den Branchenmix, die Verkehrsanbindung und die Kaufkraft im Marktgebiet gesteuert.



6.3 Zentrenrelevanz der Sortimente

Die im EHK Hanau festgelegte Hanauer Sortimentsliste zur Zentrenrelevanz von Sortimenten trifft folgende Festlegungen (EHK-Text, S. 65):

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
Antiquitäten	Autozubehör, -teile, -reifen
Baby- und Kinderartikel	Badeeinrichtungen, Installationsmaterial u. Sanitärerzeugnisse
Bastelartikel	Campingartikel
Briefmarken	Baumarktartikel, Bauelemente, Baustoffe u. Eisenwaren
Brillen uzubehör, optische Erzeugnisse	Boote u. Zubehör
Bücher, Zeitungen u. Zeitschriften	Brennstoffe, Holz- und Holzmaterialien, Kohle u. Mineralölerzeugnisse
Büromaschinen, Büroeinrichtung (ohne Büromöbel), Organisationsmittel u.	Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche u Bodenbeläge
Personalcomputer	Fahrräder
Elektrogeräte ("weiße Ware"), Nähmaschinen u. Leuchten	Gartenartikel, Gartenbedarf u. Pflanzen
Feinmechanische Erzeugnisse	Getränke- Fachmärkte
Foto u. Fotozubehör	Möbel u. Küchen
Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Devotionalien u. Silberwaren	Zooartikel, Tiere, Tiernahrung- u. pflegemittel
Haus- und Heimtextilien (ohne Teppiche und Bodenbeläge), Stoffe,	
Kurzwaren u. Handarbeitsbedarf	
Jagd- u. Angelbedarf	
Lederwaren, Kürschnerwaren u. Galanteriewaren	
Musikinstrumente u. Musikalien	
Oberbekleidung, Wäsche, Strümpfe, sonstige Bekleidung	
Papierwaren, Bürobedarf, Schreibwaren und Schulbedarf	
Schuhe	
Spielwaren	
Sportartikel	
Uhren u. Schmuck	
Unterhaltungselektronik ("braune Ware")	
nahversorgungsrelevante Sortimente	
Arzneimittel, orthopädische u. medizinische Produkte	
Blumen	
Drogeriewaren, Parfum u. Kosmetika	
Lebensmittel: Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren u. Naturkost	
Wasch- u. Putzmittel	