

# Auswirkungsanalyse

## Erweiterung des REWE-/ Aldi-Lebensmittelmarktes in 36266 Heringen (Werra)

---

Auftraggeber:

Stadt Heringen (Werra)  
Obere Goethestraße 17  
36266 Heringen (Werra)

Projektleitung:

Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Gesamtleitung:

Dr. Ulrich Kollatz

BBE Handelsberatung GmbH

Büro Erfurt

Futterstraße 14

99084 Erfurt

Telefon (0361) 77 80 660

Fax (0361) 77 80 612

E-Mail vlcek@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 Ausarbeitungen 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 BBE Handelsberatung GmbH.

**Wissen schafft Zukunft.**

München · Hamburg · Berlin · Köln · Leipzig · Erfurt

**Inhaltsverzeichnis**

- 1. Ausgangssituation / Projektdaten ..... 3**
- 2. Standortrahmendaten Heringen (Werra)..... 6**
- 3. Einzelhandelsanalyse Heringen (Werra)..... 9**
- 4. Mikrostandort ..... 13**
- 5. Markt-/ Wettbewerbsanalyse ..... 16**
  - 5.1. Einzugsgebiet ..... 16
  - 5.2. Marktpotenzial ..... 19
  - 5.3. Angebotsanalyse ..... 20
- 6. Städtebauliche Bewertung des Projektvorhabens ..... 23**
  - 6.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen..... 23
  - 6.2. Umsatzprognose..... 25
  - 6.3. Umsatzherkunft..... 29
  - 6.4. Wirkungsprognose des Projektvorhabens ..... 32
    - 6.4.1. Methodische Vorgehensweise ..... 32
    - 6.4.2. Städtebauliche Auswirkungen des Vorhabens im Einzugsgebiet..... 33
    - 6.4.3. Städtebauliche Auswirkungen des Vorhabens außerhalb des Einzugsgebiets ..... 39
    - 6.4.4. Städtebauliche Auswirkungen des Vorhabens bei (theoretischer) Nachbelegung des REWE-Getränkemarktes „Im Quellengrund“ ..... 42
    - 6.4.5. Städtebauliche Auswirkungen des Vorhabens bei Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes am Standort Riedweg 4-6 ..... 44
- 7. Zusammenfassung..... 47**

## 1. Ausgangssituation / Projektdaten

Die Handelsketten **REWE** und **Aldi** betreiben bereits langjährig in Heringen jeweils einen Lebensmittelmarkt und stellen den maßgeblichen Träger der lokalen Grundversorgung für Heringen und für umliegende Gemeinden dar. Beide Märkte sind im Standortverbund im nördlichen Bereich der Kernstadt adressiert; ein Getränkemarkt (Logo) ergänzt dieses Angebot.

Im Zuge einer Standortoptimierung hatte Aldi seinen vormaligen Markt Ende des Jahres 2018 von dem Standort Im langen Roth 1 auf ein Nachbargrundstück verlagert. Der leergezogene Aldi-Markt wurde im Jahr 2019 durch einen Getränkemarkt nachbelegt, wobei es sich um eine Verlagerung des Logo-Marktes aus dem naheliegenden Riedweg 4 gehandelt hat. Die Altfläche des Getränkemarktes (ca. 280 m<sup>2</sup>) im Riedweg steht derzeit leer.

**Abbildung 1: Objektsituation auf dem Projektgrundstück „Im langen Roth“ in Heringen (Werra)**



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Der **REWE-Markt** wurde bereits im Jahr 2001 eröffnet und entspricht mit seinem derzeitigen Raumkonzept nicht mehr den aktuellen flächenseitigen und qualitativen Ansprüchen an einen modernen Vollsortimentsmarkt. Aus diesem Grund soll das flächenseitige Layout um ca. 820 m<sup>2</sup> auf ca. 2.100 m<sup>2</sup> (inkl. 50 m<sup>2</sup> für einen Back-Shop) erweitert werden. Der Baukörper des Marktes bleibt bei der Umstrukturierung im Wesentlichen unverändert, da die Flächenerweiterung durch einen Anbau an der südlichen Marktseite erfolgen soll.

Im Zuge der Umstrukturierung wird der bestehende REWE-Getränkemarkt – naheliegend in der Straße „Im Quellengrund“ verortet – in den neuen REWE-Markt eingegliedert. Die Bestandsfläche des Getränkemarktes (ca. 595 m<sup>2</sup> VK) wird durch die REWE nicht nachbelegt.

Der **Aldi-Markt** plant ebenfalls eine Flächenerweiterung. Der Discounter möchte sein aktuellstes Flächenkonzept präsentieren, für welches eine Verkaufsfläche von knapp 1.300 m<sup>2</sup> benötigt wird. Hierzu soll eine Nebenfläche innerhalb des Marktes zur Verkaufsfläche umgewidmet werden.

In der folgenden Übersicht wird das geplante **flächenseitige Layout** der beiden Lebensmittelmärkte überblicksartig dargestellt.

**Tabelle 1: Flächenprogramm des REWE-/ Aldi-Marktes nach der Umstrukturierung**

	IST-Fläche m <sup>2</sup>	PLAN-Fläche m <sup>2</sup>	Veränderung m <sup>2</sup>
REWE-Supermarkt/Bäcker (Im langen Roth 2)	1.280	2.100	+820
REWE-Getränkemarkt (Im Quellengrund 3)	595	0	-595
Aldi (Im langen Roth 3)	1.000	1.300	+300
<b>Gesamt</b>	<b>2.875</b>	<b>3.400</b>	<b>+525</b>

Quelle: Stadt Heringen (Werra)

Mit der erweiterten Verkaufsfläche der beiden Märkte sollen insbesondere die **Kundenattraktivität** und die Einkaufsqualität (z.B. breitere Gänge, übersichtliche Produktpräsentation, niedrigere Regalhöhen, weniger überbaute Bereiche) erhöht werden. Neben der Verbesserung der Präsentationsmöglichkeiten werden durch die erweiterte Fläche auch die innerbetrieblichen Abläufe optimiert. Die Flächenvergrößerung bezieht sich vor allem auf die Stellflächen für Waren, da so größere Mengen je Artikel im Verkaufsraum bereitgestellt werden können. Dies ist insbesondere für Produkte mit einem langen Mindesthaltbarkeitsdatum (bspw. Konserven, Nahrungsmittel, Kaffee/Tee, Getränke, Drogeriewaren, Tiernahrung) relevant, so dass diese Artikel seltener angeliefert werden müssen und in Folge der Aufwand für die Warenbestückung geringer ausfällt.

Ferner können auf Grund der vergrößerten Fläche mehr Artikel in großen Gebinden bzw. ohne zeit- und arbeitsintensive Umladungen auf Paletten oder auf Rollcontainern in den Markt gebracht werden. Die dazu erforderlichen Gangbreiten führen zusammen mit den entsprechenden „Regalmetern“ pro Produkt auch bei gleichbleibenden Artikelzahlen zu höheren Anforderungen an die Verkaufsfläche. Bei dem REWE-Markt führt ferner die Zusammenlegung der beiden derzeit getrennten Märkte auch zu Einsparungen bei Logistik- und Personalkosten.

Nach der Erweiterung wird seitens der beiden Betreiber kein zur Fläche gleichlaufender bzw. proportionaler Umsatzzuwachs erwartet, da die Artikelanzahl im Food- und im Non-Food-Sortiment in dem REWE- und in den Aldi-Markt nicht wesentlich erhöht wird. Die Maßnahme zielt insbesondere auf eine optische Attraktivierung der Märkte und eine **langfristige Standortsicherung** ab, um so die Wettbewerbsfähigkeit dieser Filialen in Heringen dauerhaft zu sichern. Insgesamt reagiert das avisierte Vorhaben auf die aktuellen Markterfordernisse im Lebensmittelhandel.

Folgender objektbezogener **Lageplan** stellt den Standort des REWE- und des Aldi-Lebensmittelmarktes in Heringen im räumlichen Kontext dar.

**Abbildung 2: Lageplan des projektierten REWE-/ Aldi-Marktes in Heringen (Werra)**



Quelle: BA Projekt GmbH & Co. KG (Würzburg)

Für den Projektstandort existiert ein **rechtsverbindlicher Bebauungsplan**<sup>1</sup> aus dem Jahr 2017, der das Gebiet als Sondergebiet Einzelhandel ausweist. In den textlichen Festsetzungen ist für den Lebensmittelvollsortimentsmarkt (SO 1) eine Verkaufsfläche von maximal 1.700 m<sup>2</sup> zulässig; für den Lebensmitteldiscounter (SO 2) wurde eine Verkaufsflächenobergrenze von 1.000 m<sup>2</sup> festgeschrieben. Für die Markterweiterung ist demnach eine Änderung dieses Bebauungsplans notwendig.

Im Rahmen des durchzuführenden Bebauungsplanverfahrens wird eine Analyse und Bewertung möglicher Auswirkungen des Projektvorhabens benötigt. In dem nachfolgenden Gutachten ist aufzuzeigen, inwieweit Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche<sup>2</sup> in der Ansiedlungsgemeinde oder in anderen Gemeinden im Sinne von **§ 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO** anzunehmen sind.

Nachstehend werden die Ergebnisse einer entsprechenden Untersuchung, die im März bis Mai 2020 durchgeführt wurde, dargestellt und beschrieben.

---

1 vgl. Stadt Heringen (Werra), Stadtteil Heringen, Bebauungsplan Nr. 20 „Im Ried“ - 2. Änderung.

2 Die Stadt Heringen (Werra) besitzt kein Einzelhandels- oder Zentrenkonzept, so dass keine zentralen Versorgungsbereiche definiert sind. Somit werden mögliche (faktische) zentrale Versorgungsbereiche im Rahmen einer Vorortanalyse identifiziert.

## 2. Standortrahmendaten Heringen (Werra)

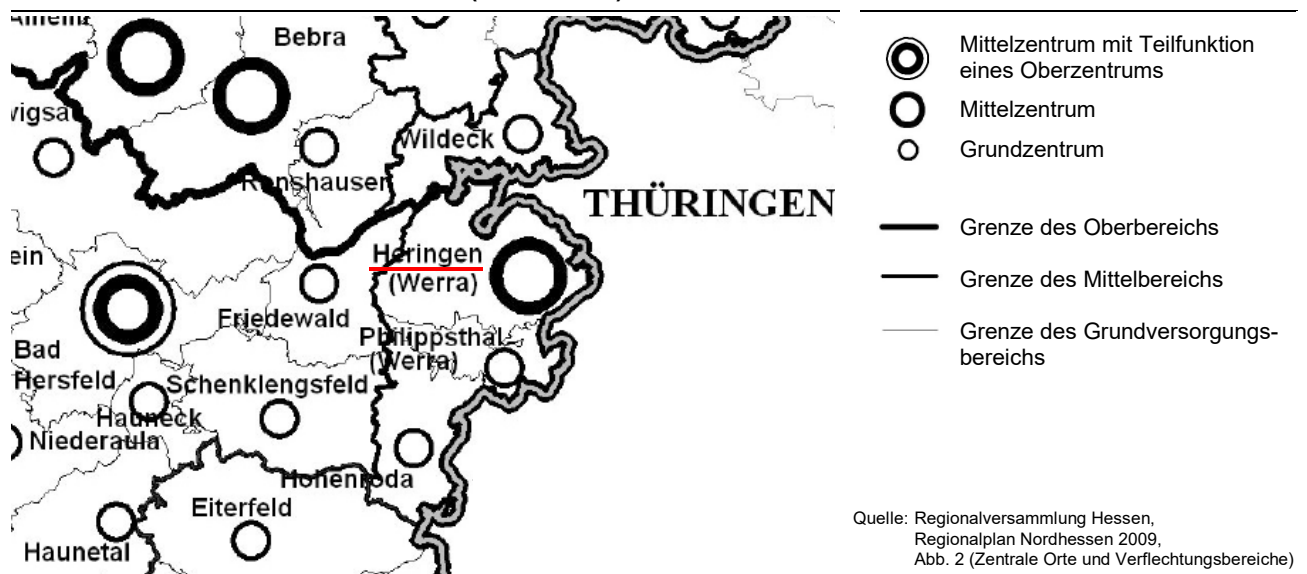
Die Stadt Heringen ist hinsichtlich ihrer **geographischen Lage** im Osten des Bundeslandes Hessen und hier im Landkreis Hersfeld-Rotenburg verortet. Die Lage von Heringen ist durch die räumliche Nähe zum Freistaat Thüringen geprägt, da die östliche Gemarkungsgrenze von Heringen gleichzeitig die Landesgrenze darstellt. Das Umland von Heringen ist durch eine ländlich geprägte Siedlungsstruktur gekennzeichnet, da im direkten Umfeld nur kleinere Kommunen (bspw. Wildeck, Großensee, Dankmarshausen, Dippach, Philippssthal, Friedewald) liegen.

Die überregionale **verkehrliche Erreichbarkeit** von Heringen erfolgt über die nördlich und westlich der Stadt verlaufende Autobahn A4, wenngleich Heringen keinen direkten Autobahnanschluss besitzt. Südlich von Heringen befindet sich die Trassierung der Bundesstraße B62, wobei die Kernstadt und die einzelnen Ortsteile über verschiedene Landstraßen an diese beiden Verkehrsträger angeschlossen sind. Grundsätzlich ist Heringen mit den umliegenden Orten gut vernetzt und durch eine gute verkehrliche Erreichbarkeit geprägt.

Die Erschließung des Stadtgebietes durch den **ÖPNV** wird von Regionalbussen<sup>3</sup> des Nordhessischen Verkehrsverbunds (NVV) übernommen, die verschiedene Haltestellen innerhalb der Kernstadt und den einzelnen dezentralen Ortsteilen anfahren sowie darüber hinaus die Erreichbarkeit zu umliegenden Orten gewährleisten. Die Regionalbusse stellen die einzigen öffentlichen Verkehrsmittel dar, da der Personenverkehr auf der Bahnstrecke Gerstungen - Vacha eingestellt wurde.

Die Stadt Heringen wird in der **Landesplanung** als Mittelzentrum ausgewiesen. Diese Orte sind Standorte für gehobene Einrichtungen im wirtschaftlichen, kulturellen, sozialen und politischen Bereich sowie für weitere private Dienstleistungen.<sup>4</sup> Die zentralen Orte haben neben einer Eigenversorgung ebenfalls eine Versorgungsfunktion – auch im Einzelhandel – für den jeweiligen mittelzentralen Verflechtungsbereich mit zu übernehmen.

**Karte 1: Raumstruktur Nordhessen (Ausschnitt)**



Der ausgewiesene Mittelbereich von Heringen umfasst neben der Stadt selbst die als Grundzentrum ausgewiesenen Gemeinden Wildeck, Philippssthal und Hohenroda. In dem mittelzentralen Verflechtungsbereich Heringen wohnen aktuell rd. 19.250 Personen.

<sup>3</sup> Auf Grund der geringen Bevölkerungszahl besitzt Heringen kein Stadtbusnetz.

<sup>4</sup> vgl. Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung, Landesentwicklungsplan Hessen 2000, Punkt 4.2.2.2.

Die Stadt Heringen ist mit ca. 7.100 Einwohnern nach der Kreisstadt Bad Hersfeld, nach Bebra und nach Rotenburg a.d. Fulda die viertgrößte Stadt im Landkreis Hersfeld-Rotenburg. Die **Bevölkerung** der Stadt ist in den letzten knapp zehn Jahren um -5,6 % gesunken, womit die Einwohnerentwicklung im Vergleich zum Landkreis Hersfeld-Rotenburg (-1,7 %) negativer ausgefallen ist.

**Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung von Heringen (Werra) im Vergleich**

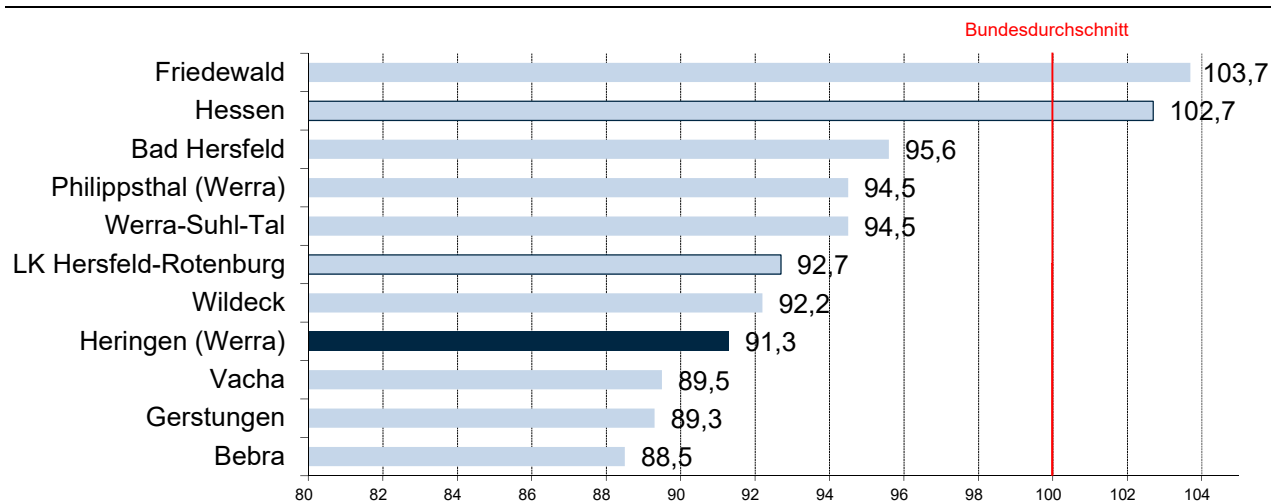
	Einwohner		Veränderung	Einwohner	
	12/2009	06/2019		2025	
	abs.	abs.	%	abs.	%
Heringen (Werra)	7.568	7.144	-5,6	6.800	-4,8
LK Hersfeld-Rotenburg	122.812	120.757	-1,7	117.900	-2,4
Hessen	6.061.951	6.285.622	+3,7	6.340.900	+0,9

Quelle: Hessisches statistisches Landesamt, Bevölkerung der hessischen Gemeinden 12.2009 / 06.2019  
 Hessen-Agentur, Gemeindeblatt Heringen (632009)

Auf Basis von Vorausberechnungen der Hessen-Agentur wird die **prognostizierte Einwohnerzahl** in Heringen im Jahr 2025 rund 6.800 Personen betragen. In Relation zum Trend der vorangegangenen Jahre wird sich der Einwohnerrückgang demnach weiter fortsetzen, wobei die Bevölkerungsentwicklung in der Region kontinuierlich zum Landestrend verlaufen wird.

Die **Siedlungsstruktur** von Heringen setzt sich neben einer weitgehend zusammenhängenden Kernstadt aus sieben räumlich getrennt liegenden Ortsteilen<sup>5</sup> zusammen, die einen dörflich geprägten Charakter besitzen. In der Kernstadt wohnen mit rd. 2.900 Personen knapp über 40 % der gesamtstädtischen Bevölkerung, so dass hier der Siedlungsschwerpunkt liegt.

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

**Abbildung 3: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern**


Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2019

5 Die Stadt Heringen besteht siedlungsgeographisch neben dem Kernort aus den Ortsteilen Bengendorf (rd. 50 Ew.), Herfa (rd. 630 Ew.), Leimbach (rd. 420 Ew.), Lengers (rd. 850 Ew.), Kleinensee (rd. 540 Ew.), Widdershausen (rd. 890 Ew.), und Wölfershausen (rd. 950 Ew.).  
 Quelle: Stadt Heringen (Werra), Einwohner Januar 2019 (nur Hauptwohnsitze).

Im nationalen Vergleich weist Heringen eine niedrige einzelhandelsrelevante Kaufkraft auf, die mit 91,3 % unter dem bundesdeutschen Durchschnitt (100,0 %) liegt. Folglich steht dem lokalen Einzelhandel in Heringen ein im Bundesvergleich geringeres Ausgabevolumen zur Verfügung. Auch im regionalen Vergleich wird die niedrige Kaufkraft deutlich, da der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex von Heringen sowohl unter dem Kaufkraftwert des Landkreises Hersfeld-Rotenburg (92,7 %) als auch unterhalb des hessischen Landesdurchschnitts (102,7 %) liegt.

Die **Pendler** können ein mögliches Potenzial für den Einzelhandel darstellen, da auch Besorgungen auf dem Arbeitsweg und am Arbeitsort getätigt werden. Mit einem Pendlersaldo von -261 Personen<sup>6</sup> besitzt Heringen mehr Aus- als Einpendler. Auf Grund der negativen Arbeitsplatzzentralität sind demnach keine zusätzlichen Kaufkraftpotenziale für Heringen zu erwarten. Es ist jedoch anzumerken, dass Heringen ein relativ hohes Arbeitsplatzangebot vorhält, da den 1.847 Auspendlern immerhin 1.586 Einpendler gegenüberstehen. Der wichtigste Arbeitgeber ist die K+S Minerals and Agriculture GmbH, ebenfalls der größte Arbeitgeber im Landkreis Hersfeld-Rotenburg.

---

6 Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten 2019.



### 3. Einzelhandelsanalyse Heringen (Werra)

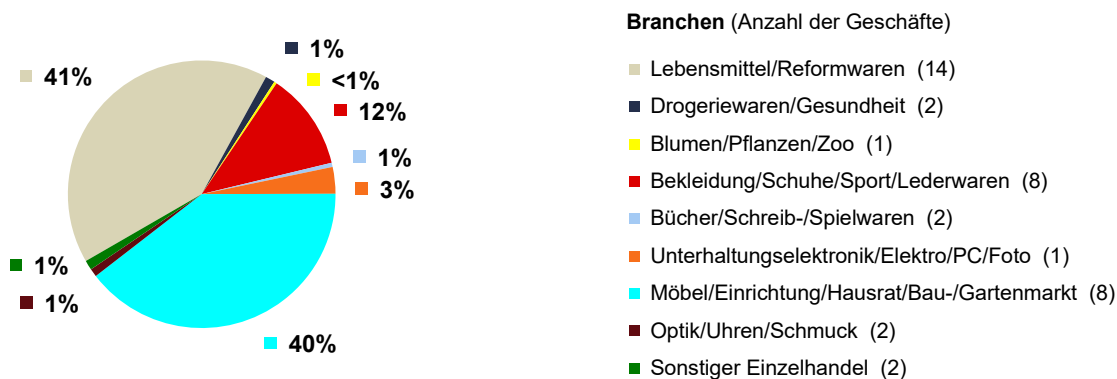
Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden im März 2020 alle Handelsbetriebe und deren Verkaufsflächen in Heringen aufgenommen und gemäß ihrem Umsatzschwerpunkt der jeweiligen Einzelhandelsbranche zugeordnet.

Das **flächenseitige Einzelhandelsangebot**<sup>7</sup> beläuft sich in Heringen auf rd. 9.600 m<sup>2</sup>, was einer Verkaufsflächendichte von rd. 1,3 m<sup>2</sup> je Einwohner entspricht. Diese einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung befindet sich – unabhängig einer branchenspezifischen Betrachtung – unterhalb des bundesdeutschen Ausstattungswertes von rd. 1,5 m<sup>2</sup> je Einwohner. Somit ist für Heringen eine verhältnismäßig niedrige flächenseitige Einzelhandelsausstattung festzustellen, da zentrale Orte – die eine Versorgungsfunktion auch für ihren umliegenden Raum besitzen – oft eine überdurchschnittliche Flächendichte aufweisen.

Die Analyse der lokalen **Einzelhandelsstruktur** zeigt eine – für Kleinstädte übliche – flächenseitige Dominanz des Lebensmittelhandels. In dieser Branche sind zwei großformatige Lebensmittelmärkte (REWE, Aldi) und zwei größere Getränkemärkte vorhanden, die mit den weiteren Lebensmittelanbietern in Summe eine Verkaufsfläche von knapp 4.000 m<sup>2</sup> belegen.

In der Einrichtungsbranche besteht eine Angebotsfläche von ca. 3.800 m<sup>2</sup>, die größtenteils von einem Möbelhaus und einen Baumarkt eingenommen wird. Es folgt mit einem geringeren Flächenanteil von 1.100 m<sup>2</sup> die Modebranche, die zusammen mit den beiden vorstehend genannten Branchen mit die höchste Anzahl an Geschäften ausweist. Die restlichen Sortimente nehmen einen geringen Flächenanteil an der gesamtörtlichen Verkaufsfläche ein, tragen jedoch zu einem verhältnismäßig breiten Sortimentsmix in Heringen bei.

**Abbildung 4: Einzelhandelsstruktur Heringen (Werra)**



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, März 2020

In Bezug auf die **räumliche Verteilung des Einzelhandels** befindet sich ein Angebotsschwerpunkt in der Heringener Ortsmitte, da hier mit zwölf Betrieben die größte zusammenhängende Einzelhandelsagglomeration besteht. Die Handelsfläche umfasst ca. 1.200 m<sup>2</sup>; nimmt jedoch im gesamtstädtischen Vergleich einen Flächenanteil von lediglich rd. 13 % ein, da das Einzelhandelsangebot vorwiegend von kleinteiligen Ladeneinheiten bzw. von dem Betriebstyp Fachgeschäft dominiert wird.

Der innerörtliche Angebotsbestand hat sich in den letzten Jahren rückläufig entwickelt, da sich – neben der Schließung eines Modeanbieters mit ca. 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche – im Februar 2019 Thomas Philipps aus der Innenstadt abgesiedelt hat. Die Fläche dieses Marktes (ca. 1.100 m<sup>2</sup>) steht derzeit leer, wobei der Multisortimentsmarkt einen innerörtlichen Magnetbetrieb dargestellt hatte.

<sup>7</sup> Die Einzelhandelserhebung wurde für den stationären Einzelhandel im engeren Sinn, d.h. ohne Handel mit Kraftfahrzeugen, Brennstoffen, Versandhandel und ambulanten Handel durchgeführt. Bei Dienstleistungsbetrieben (Reisebüro, Videothek, Reinigung, Fotostudio etc.), Handwerksbetrieben (Schlüsseldienst, Schneiderei, Friseur etc.) und Gastronomiebetrieben (Imbiss, Kiosk, Gaststätte etc.) steht die Handelsfunktion nicht im Vordergrund, sodass diese Anbieter nicht zum Einzelhandel zählen und nicht erhoben wurden.

Den flächenseitigen Angebotsschwerpunkt stellt in Heringen die Fachmarktlage im Gewerbegebiet Ried dar, da hier eine Verkaufsfläche von rd. 6.600 m<sup>2</sup> entwickelt wurde. Das Angebot wird durch großformatige Fachmärkte von REWE, Aldi, Logo Getränke, Möbel Wiedermann und einen Baustoffmarkt geprägt.

Neben den beiden maßgeblichen Handelsstandorten sind in Heringen zahlreiche Betriebe in Streulagen angesiedelt. Hierbei handelt es sich – mit Ausnahme von zwei größeren Anbietern (u.a. REWE-Getränkemarkt, Expert) – ausschließlich um kleine mittelständische Fachgeschäfte. Die Anbieter sind in integrierten Lagen innerhalb der Kernstadt verortet, mit einer Angebotsverdichtung an der Pfarrstraße.

Außerhalb der Heringener Kernstadt ist in den peripheren Ortsteilen jeweils nur ein geringer Handelsbestand vorzufinden, der vor allem auf nahversorgungsrelevante Sortimente ausgerichtet ist. In den Ortsteilen wurden neun Handelsbetriebe gezählt, die eine Verkaufsfläche von rd. 400 m<sup>2</sup> nutzen.

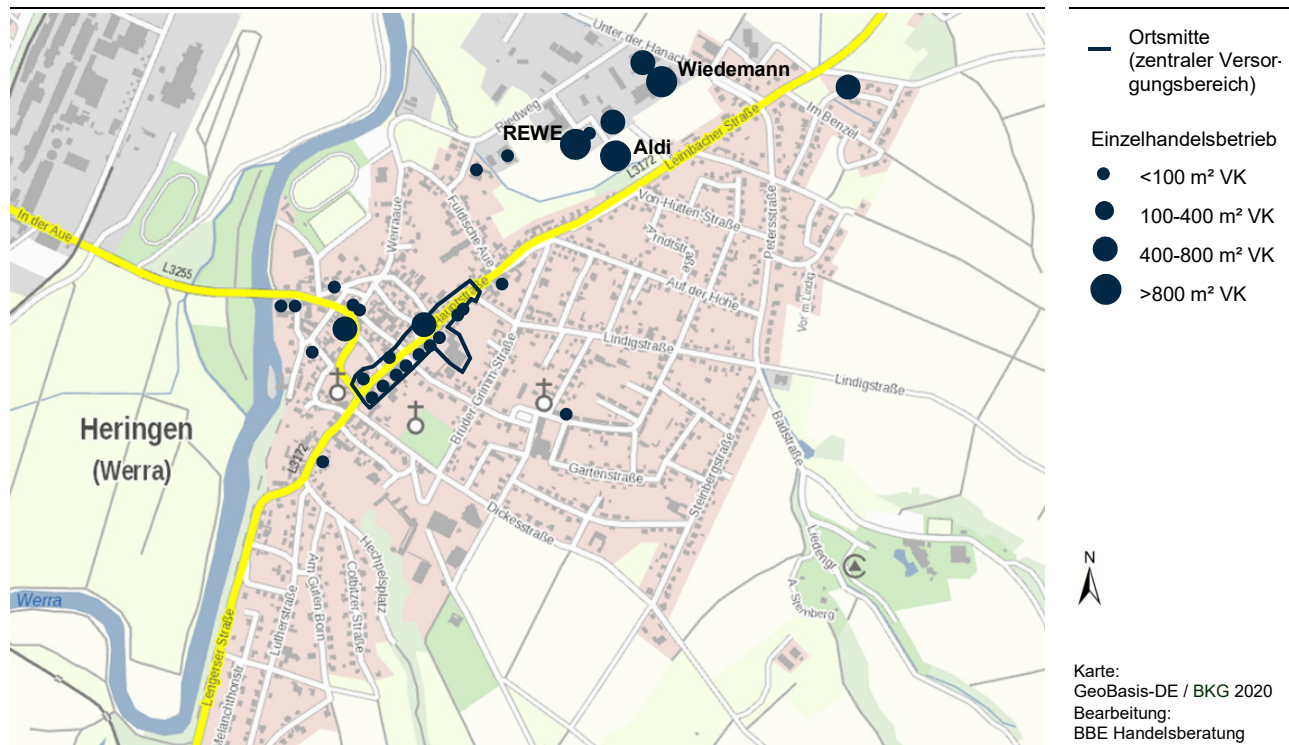
**Tabelle 3: Einzelhandelsangebot in Heringen (Werra) nach Lagen**

	Verkaufsfläche		Betriebe	
	m <sup>2</sup>	%	abs.	%
zentraler Versorgungsbereich (Ortsmitte)	1.190	13	12	30
Fachmarktlage Ried	6.580	68	6	15
Streulagen Kernstadt	1.440	15	13	33
dezentrale Ortsteile	410	4	9	22
<b>Summe</b>	<b>9.620</b>	<b>100</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, März 2020

Nachstehend erfolgt überblicksartig eine **kartographische Darstellung** des Heringener Einzelhandelsbestands. Die größeren Handelsbetriebe liegen im nördlichen Bereich von Heringen, während in der Ortsmitte lediglich kleinformatige Betriebe verortet sind.

**Karte 2: Skizzierung des Einzelhandelsbestands in Kernstadt von Heringen (Werra)**



Die Stadt Heringen besitzt kein **Einzelhandels- oder Zentrenkonzept**, in welchem die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt zur Einzelhandelsentwicklung definiert wären. Auf Grund des Fehlens eines solchen städtebaulichen Entwicklungskonzeptes sind demzufolge keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO ausgewiesen.

Prinzipiell handelt es sich bei sog. **zentralen Versorgungsbereichen** um räumlich abgrenzbare Bereiche, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.<sup>8</sup> Neben Handelsbetrieben sollte der zentrale Versorgungsbereich auch Dienstleistungsbetriebe und sonstige Nutzungen aufweisen, welche die Handelsfunktion ergänzen, so dass dieser Bereich einen funktionalen Mittelpunkt darstellt. Idealerweise sind zentrale Versorgungsbereiche – vor allem mit dem ÖPNV und für Fußgänger – verkehrsgünstig erreichbar. Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt eine städtebaulich integrierte Lage voraus.<sup>9</sup>

Eine bloße Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in einem räumlich abgegrenzten Bereich kann nicht zwangsläufig als zentraler Versorgungsbereich deklariert werden. Einem zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Funktion eines Zentrums zukommen, das die Versorgung des Gemeindegebiets oder eines Teilbereichs mit einem abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs und mit Dienstleistungen funktionsgerecht sicherstellen kann.

Zentrale Versorgungsbereiche können sowohl einen umfassenden als auch einen hinsichtlich des Warenangebots oder des örtlichen Einzugsbereichs eingeschränkten Versorgungsbedarf abdecken.<sup>10</sup> Innerhalb von Städten kann es demnach mehr als einen zentralen Versorgungsbereich und unterschiedliche Typen bzw. Hierarchiestufen von Versorgungsbereichen (Innenstadt-/ Neben-/ Nahversorgungszentrum) geben.

Auf Grundlage der Begehung aller Ortsteile von Heringen wurde in der Kernstadt ein faktischer zentraler Versorgungsbereich – das **Innenstadtzentrum** – identifiziert. Die nachstehende Abgrenzung dieses Bereiches erfolgt unter Berücksichtigung städtebaulicher und funktionaler Kriterien und auf Basis des vorhandenen Einzelhandels- und Gewerbesbesatzes.

**Karte 3: Abgrenzung des faktischen zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt (Skizzierung)**



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

9 vgl. Urteil BVerwG [4 C 2.08] vom 17.12.2009.

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

Der räumliche Umgriff des zentralen Versorgungsbereiches<sup>11</sup> entspricht nicht dem gesamten Innenstadtgebiet von Heringen, sondern lediglich dem Funktionsbereich, in dem der Einzelhandel und auch Komplementärangebote (z.B. Dienstleistungsbetriebe, Gastronomie, Banken, Büronutzungen) die prägende Nutzungsart darstellen. Eine endgültige Bestimmung und Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches ist in einem späteren Einzelhandels- und Zentrenkonzept zu präzisieren, da es einer wertenden Gesamtbetrachtung der räumlichen Angebotsstrukturen in Heringen und der Entwicklung einer Zielperspektive bedarf.

Der maßgebliche Angebotsbesatz ist straßenbegleitend zur Hauptstraße verortet. Neben dem Einzelhandel ist der Bereich mit verschiedenen Komplementären – vor allem mit Dienstleistungsbetrieben und Anbietern von Finanzdienstleistungen – belegt. Somit wird eine gewisse Multifunktionalität erreicht, wobei sich dieser zentrale Einkaufsbereich auch unter Berücksichtigung von städtebaulichen Aspekten attraktiv und ansprechend präsentiert.<sup>12</sup>

### Abbildung 5: Zentraler Versorgungsbereich in Heringen (Werra)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Neben dem Einzelhandelsbestand in der Innenstadt von Heringen wurde das Vorhandensein von **weiteren zentralen Versorgungsbereichen** einer niedrigeren Hierarchiestufe geprüft. Es ist zu konstatieren, dass in Heringen kein Stadtteil- bzw. Nahversorgungszentrum<sup>13</sup> vorhanden ist. Dies resultiert aus dem Fehlen eines umfangreichen und komprimierten, auf die Nahversorgung fokussierten Angebots in einer wohnsiedlungsintegrierten Lage. Dieses ist in den bestehenden Wohnquartieren nicht vorhanden, wenngleich hier vereinzelt Betriebe mit sog. nahversorgungsrelevanten Sortimenten etabliert sind.

In den peripheren Ortsteilen von Heringen konnte kein faktischer zentraler Versorgungsbereich erkannt werden, da hier nur ein rudimentärer Handelsbesatz vorhanden ist. Hier sind auf Grund der jeweils geringen Mantelbevölkerung und des daraus folgenden niedrigen Nachfragevolumens der Ansiedlung von Einzelhandel deutliche Grenzen gesetzt, so dass die Ausbildung von tragfähigen Handelsstrukturen – auch zukünftig – nicht möglich ist.

11 In der räumlichen Darstellung des zentralen Versorgungsbereichs wurde keine parzellenscharfe Abgrenzung vorgenommen, da dies eine der Aufgaben in einem Einzelhandels- und Zentrenkonzept darstellt; wobei hier insbesondere auch die städtebaulichen Zielsetzungen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung der Kommune einfließen.

12 Perspektivisch ist die Nachbelegung des leerstehenden Marktes von Thomas Philipps äußerst wünschenswert, da diese Fläche von knapp über 1.100 m<sup>2</sup> eine Magnetfunktion für den Innenstadtthandel übernehmen kann. Somit würde auch der Flächenanteil des Innenstadthandels wieder deutlich ansteigen.

13 Nahversorgungszentren offerieren vorwiegend Waren des kurzfristigen Bedarfs. Der Einzelhandel wird durch Dienstleistungen und ggf. Gastronomieangebote ergänzt, so dass eine gewisse Funktionsbündelung besteht. Diese Versorgungsbereiche besitzen im Vergleich zu Innenstadtzentren einen kleineren Einzugsbereich, der i.d.R. Stadtquartiere oder Wohnortlagen umfasst. Meist sind diese Versorgungszentren durch einen „Frequenzbringer“ gekennzeichnet, um welchen sich diverse andere Einzelhandelsanbieter mit einem ergänzenden, ggf. auch konkurrierenden Angebot gruppieren. Diese Versorgungsbereiche müssen ein umfassendes Nahversorgungsangebot vorhalten, wobei ein Supermarkt oder Discounter i.d.R. als Magnetbetrieb unverzichtbar ist. Ferner muss ein Nahversorgungszentrum auch einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben. vgl. auch Urteile BVerwG [4 C 1.08] und [4 C 2.08] vom 17.12.2009.

## 4. Mikrostandort

Der Projektstandort ist im nördlichen Bereich von Heringen im Gewerbegebiet Ried lokalisiert (vgl. Karte 2) und liegt ca. 1.000 Meter (Laufweg) von der Ortsmitte entfernt. Die nördliche **Umfeldnutzung** ist durch Gewerbebetriebe geprägt (Dachdeckerbetrieb, Kfz-Betrieb, Metallbaubetrieb, Recyclinghof, Bauhof), nordöstlich befinden sich mit einem Baustoffhandel und einem Möbelhaus zwei großformatige Handelsbetriebe. Östlich des Aldi-Marktes liegt eine Grünfläche, in der sich anschließenden Straße „Unter der Hanacht“ und der Leimbacher Straße dominiert eine lockere Wohnbebauung mit meist zweigeschossigen Stadthäusern.

Südlich des Projektstandortes verläuft – höhenversetzt zu dem Gewerbegebiet Ried – die Leimbacher Straße, die durch eine straßenbegleitende Wohnbebauung mit vereinzelt Gewerbenutzungen geprägt ist. Weiter in südlicher Richtung schließt sich ein Wohngebiet an. Westlich des REWE-Marktes befinden sich begrünte Freiflächen, die sich bis zur Straße „Fuldische Aue“ erstrecken. In diesem Bereich sind sich zwei leerstehenden Handelsimmobilien verortet, die vormals von Lidl<sup>14</sup> und von Logo-Getränke genutzt wurden.

**Karte 4: Lage des REWE-/ Aldi-Marktes in Heringen (Werra)**



Der Projektstandort ist durch eine gute **verkehrliche Erreichbarkeit** gekennzeichnet. Die Anfahrtbarkeit der Märkte ist von dem innerörtlichen Hauptverkehrsträger – der Leimbacher Straße (L3172) – über die abzweigende Straße „Im langen Roth“ möglich, so dass eine zügige Erreichbarkeit aus dem Kernort und auch aus den umliegenden dezentralen Ortsteilen möglich ist.

Die Handelsbetriebe verfügen über eine zweite (nördliche) Zuwegung, da unmittelbar an dem REWE-Markt eine Zufahrtsstraße zum Riedweg besteht. Somit ist auch eine direkte Erreichbarkeit aus den westlich befindlichen Wohnsiedlungsbereichen möglich.

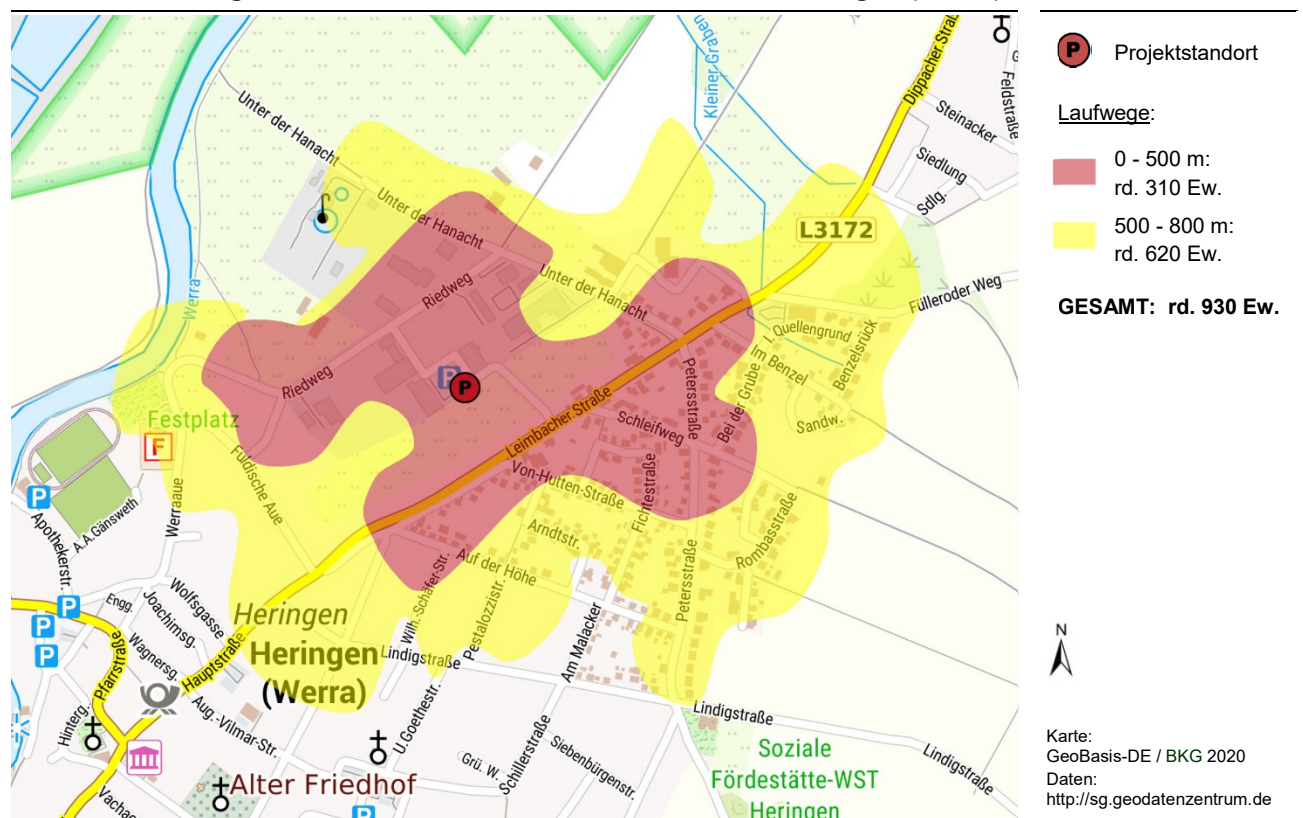
14 In der ehemaligen Lidl-Immobilie wird eine kleine Teilfläche von einem Fleischer genutzt.

Auf dem betriebseigenen und kostenfreien Parkplatzareal – die Parkplätze sind den Markteingängen direkt vorgelagert (vgl. Abb. 2) – sind 230 **Pkw-Abstellplätze** geplant, so dass mit rd. 19 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche pro Stellplatz genügend Parkmöglichkeiten für den motorisierten Individualverkehr bestehen. Die Anzahl der Parkplätze weist in Relation zur Verkaufsfläche eine übliche Größenordnung<sup>15</sup> auf und ist somit ausreichend, zumal der Standort von einem großen Teil der Einwohner aus dem Kernort zu Fuß bzw. auch mit dem Fahrrad erreicht werden kann.

Die **ÖPNV-Anbindung** des Standortes wird über eine Bushaltestelle an der Leimbacher Straße sichergestellt. Die Haltestelle („Leimbacher Straße“) wird während der Hauptverkehrszeiten in einer ein- bzw. zwei-stündigen Taktung durch die Regionalbuslinie 330 bedient; ferner wird die Haltestelle auch durch die Linie 331 angefahren. Demnach verfügt der Standort der projektrelevanten Lebensmittelmärkte über einen qualifizierten und ortsüblichen ÖPNV-Anschluss.

Die beiden Lebensmittelmärkte weisen in ihrem fußläufigen Nahbereich – im Verhältnis zur Einwohnerzahl von Heringen – ein verhältnismäßig hohes **Bevölkerungspotenzial** auf. Der Standort ist insbesondere aus dem östlichen und südöstlichen Kernstadtgebiet und den hier befindlichen Wohnsiedlungsbereichen fußläufig gut zu erreichen. Die fußläufige Erreichbarkeit ist über Fußwege straßenbegleitend zur Leimbacher Straße und zum Riedweg möglich.

**Karte 5: Fußläufiger Nahbereich des REWE-/ Aldi-Marktes in Heringen (Werra)**



Im engeren fußläufigen Nahbereich<sup>16</sup> (Laufwege bis 500 m) des Projektstandortes leben ca. 300 Einwohner; im gesamten Nahbereich (Laufwege bis 800 m) wohnen rd. 900 Personen. Die Einwohner in dem fußläufigen Naheinzugsgebiet der beiden Lebensmittelmärkte entsprechen ca. 32 % der Bewohner der Heringener

15 Auf Grundlage von Erfahrungswerten der BBE liegt das Verhältnis von Verkaufsfläche pro Kundenparkplatz bei vergleichbaren Nahversorgungszentren dieser Größe bei ca. 14 bis 18 m<sup>2</sup> VK je Abstellplatz. Diese Vergleichswerte können je nach Standortqualität, Konzept, Lage etc. naturgemäß abweichen.

16 Als fußläufiger Einzugsbereich wird allgemein unabhängig von den jeweils standörtlichen Gegebenheiten bei Lebensmittelmärkten ein Radius von rd. 500 m bis maximal 800 m angesetzt, was ca. 8 bis 12 Gehminuten entspricht. In ländlich geprägten Orten bzw. Gebieten können auch Laufwege bis 1.000 m unterstellt werden.

Kernstadt.<sup>17</sup> Somit können die Lebensmittelmärkte für einen großen Teil der Bevölkerung eine fußläufige und qualifizierte Nahversorgung anbieten. Die Zahl der Wohnbevölkerung ist auch unter dem Aspekt zu sehen, dass der Standort auf Grund der im Umfeld befindlichen nicht-bebauten Freiflächen bzw. der Gewerbenutzungen kein idealtypisches und in alle Richtungen gleichmäßig besiedeltes Naheinzugsgebiet aufweist.

In Bezug auf ihre **Einzelhandelsfunktion** stellen der REWE- und der Aldi-Markt die lokale Grundversorgung in Heringen sicher und erfüllen eine wichtige Nahversorgungsfunktion. Dieser Fakt leitet sich aus zwei Bewertungsebenen ab, die zum einen die Fristigkeit des Warenangebots bzw. die Häufigkeit der Nachfrage nach dem geführten Sortiment umfasst. Zum anderen ist die räumliche Dimension zu betrachten, d.h. die im Nahbereich vorhandene Nachfrage.

Bezüglich der Einstufung des Sortimentes führen REWE und Aldi maßgeblich Warengruppen mit einer hohen und wiederkehrenden Nachfragehäufigkeit, da sich das Kernsortiment beider Märkte größtenteils aus dem kurzfristigen bzw. periodischen Bedarf (Food und Non-Food I, d.h. Lebensmittel, Drogeriewaren, Tiernahrung – sog. nahversorgungsrelevante Sortimente) zusammensetzt und den Großteil der Verkaufsfläche belegt. Demzufolge unterliegt das Sortiment grundsätzlich einer häufigen bzw. permanenten Nachfrage („tägliches Bedarf“), so dass das Angebot des REWE- und des Aldi-Marktes der Grundversorgung<sup>18</sup> der Bevölkerung dient.

Neben der Fristigkeit des Angebots ist die räumliche Dimension zu betrachten. Die Nahversorgungsfunktion der Lebensmittelmärkte erstreckt sich auf den gesamten Kernort. Auch wenn der Standort nicht direkt in der Ortsmitte von Heringen liegt – was auf Grund der geschlossenen und verdichteten Bebauungsstrukturen sowie mangels Flächenverfügbarkeit nicht möglich ist – so sind die Märkte dennoch aus dem gesamten Stadtgebiet – auch fußläufig – sehr gut zu erreichen. Dies zeigt das Einwohnerpotenzial im fußläufigen Nahbereich, das knapp ein Drittel der Bewohner des Kernortes umfasst.

Insgesamt besitzen der REWE- und der Aldi-Markt daher – trotz ihrer städtebaulichen Randlage – eine wichtige und auch wohnortnahe **Nahversorgungsfunktion** für Heringen. Hierzu ist auch auf ein aktuelles Urteil des VG Sigmaringen zu verweisen, in welchem diese verbrauchernahe Grundversorgungsfunktion einem Markt in einer vergleichbaren Lage zugesprochen wurde.<sup>19</sup>

In **Auswertung** der vorstehenden Mikrostandortanalyse ist der Projektstandort

- räumlich und funktional einem Siedlungsschwerpunkt zugeordnet,
- befindet sich für die umliegende Wohnbevölkerung in fußläufig erreichbarer Lage,
- verfügt über verhältnismäßig hohe Bevölkerungsanteile im fußläufigen Einzugsgebiet (Nahbereich),
- besitzt eine qualifizierte ÖPNV-Anbindung und
- stellt mit den beiden Lebensmittelmärkten den Träger der lokalen Grundversorgung dar.

Der Standort ist jedoch trotz seiner integrierten Lage im Kernstadtgebiet nicht als wohnsiedlungsintegriert einzustufen, da sich im direkten Umfeld keine Wohnbebauung an die beiden Lebensmittelmärkte anschließt.

17 In der Heringener Kernstadt wohnen ca. 2.900 Personen (vgl. Seite 7).

18 Unter Grundversorgung wird die verbrauchernahe Deckung des überwiegend kurzfristigen Bedarfs an Nahrungs- und Genussmitteln, Drogerieerzeugnissen u.ä. verstanden.

19 Das Verwaltungsgericht Sigmaringen hat in einem Urteil vom 18.05.2017 zur **Nahversorgung im ländlichen Raum** hingewiesen, dass in einer ländlich geprägten Gemeinde ein großflächiger Nahversorgungsbetrieb auf Grund der besonderen siedlungsstrukturellen Gegebenheiten auch außerhalb eines Sondergebietes zulässig sein kann. Hierbei sei insbesondere auf die Gliederung und Größe der Gemeinde und auf die besonderen Erfordernisse bei der Sicherung der verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung abzustellen:

*„Denn auch die Beurteilung von Verbrauchernähe kann nicht gänzlich losgelöst vom konkreten Einzelfall bewertet werden. Gerade in ländlichen Bereichen ist es seit Jahrzehnten üblich, dass vor allem kleinere Gemeindeteile keine eigene Nahversorgung mehr besitzen und die Einwohner mithin darauf angewiesen sind, in andere Gemeindeteile oder gar andere Gemeinden zu fahren, um die Grundversorgung sicherzustellen. „Verbrauchernah“ ist im ländlichen Raum nicht zwingend identisch mit „fußläufig erreichbar.“*

Auch die Tatsache, dass sich ein Lebensmittelmarkt in einer Ortsrandlage befindet, ändere nichts an seiner Nahversorgungsfunktion, denn: *„Es ist kleinen Ortschaften eigentümlich, dass die Ansiedlung eines modernen Einzelhandelsbetriebes mit den erforderlichen Flächen (auch nicht großflächigen) in der Ortsmitte häufig rein faktisch nicht gelingen kann.“*

Im Fazit stellt das Urteil damit auch heraus, dass ein (großflächiger) Lebensmittelmarkt im ländlichen Raum auch dann der verbrauchernahe Versorgung dient, wenn er auch die Bevölkerung in benachbarten Ortschaften versorgt, die außerhalb der fußläufigen Erreichbarkeit liegen, jedoch keine eigene Nahversorgungsausstattung aufweisen.

## 5. Markt-/ Wettbewerbsanalyse

### 5.1. Einzugsgebiet

Als Einzugsgebiet wird ein räumlich abgegrenzter Bereich definiert, aus dem Konsumenten regelmäßig Versorgungsangebote eines Standortes in Anspruch nehmen. In diesem Bereich ist jedoch von keiner ausschließlichen Einkaufsorientierung zu dem Projektstandort auszugehen, da sich Verbraucher polyorientiert verhalten und zur Deckung der Nachfrage auch konkurrierende Einzelhandelslagen aufsuchen.

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

- die Fristigkeit der Nachfrage nach Lebensmitteln und der hierfür in Kauf genommene Zeitaufwand,<sup>20</sup>
- die Zeit- und Wegedistanzen zum Erreichen des Projektstandortes und die Verkehrsanbindung,
- topographische und infrastrukturelle Barrieren,
- die Standortqualität und die Strahlkraft des REWE-/ Aldi-Marktes, die durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad der beiden Konzepte bestimmt werden,
- die Kundenverflechtungen des REWE- und Aldi-Bestandsbetriebes und
- das konkurrierende Angebot an Lebensmittelmärkten im regionalen Umfeld von Heringen.

Von besonderer Bedeutung für die Abgrenzung des Einzugsgebiets ist neben der Erreichbarkeit vor allem die Angebotslage im Lebensmittelhandel im regionalen Umfeld von Heringen. Die folgend dargestellten Lebensmittelmärkte stellen dabei einen begrenzenden Faktor für das Einzugsgebiet von REWE/Aldi dar.

**Karte 6: Wettbewerbsstandorte im Umfeld von Heringen (Auswahl) und 5-Minuten-Fahrzeitzone**



<sup>20</sup> Verbraucher akzeptieren zum Einkauf von Lebensmitteln größtenteils eine Entfernung zwischen Wohnung und Einkaufsort von 5 bis 10 Auto-Minuten.



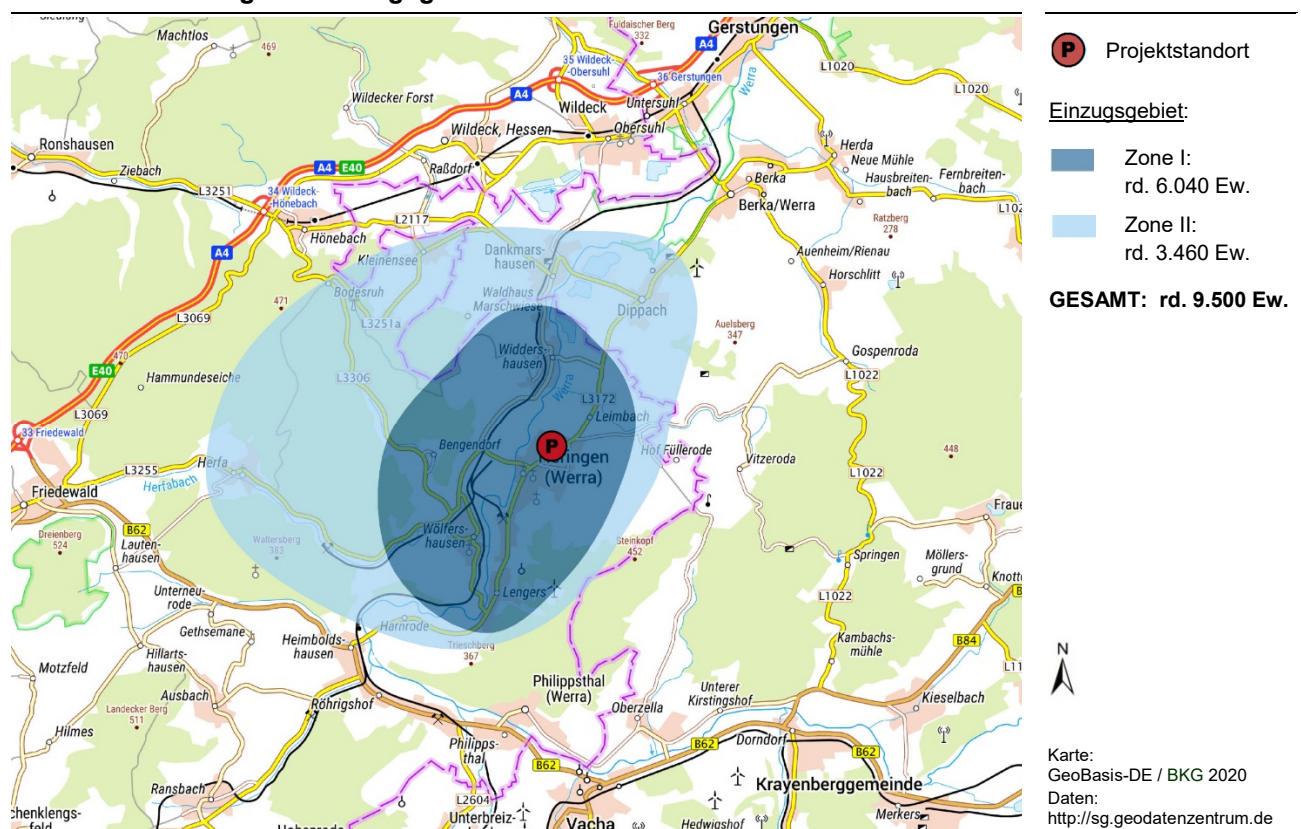
Als **Konkurrenzstandorte** – die das Einzugsgebiet des Heringener REWE- und Aldi-Marktes auch bereits heute limitieren – sind umliegende Orte einzustufen, die hinsichtlich Struktur und Angebot eine adäquate Ausstattung an Lebensmittelmärkten besitzen. Von besonderer Bedeutung sind Standorte, die durch einen angebotsgleichen Supermarkt oder Discounter belegt sind.

Die maßgeblichen Konkurrenzorte sind Obersuhl, Gerstungen, Berka/Werra, Philippsthal und Friedewald, die – jeweils in Relation zu ihrer Einwohnerzahl – über ein attraktives Lebensmittelangebot verfügen. Das Angebot wird in diesen Orten durch angebotsaffine Supermärkte und Discounter – u.a. auch durch betriebsgleiche REWE-/ Aldi-Märkte – geprägt. Die Betriebe in den genannten Orten strahlen auch auf Konsumenten in ihrem jeweiligen räumlichen Umfeld aus und limitieren so den Marktbereich des Heringener Lebensmittelhandels.

Des Weiteren wird der Einzugsbereich von REWE und Aldi durch die **Erreichbarkeit** (Fahrzeitdistanz) begrenzt, da für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben mit zunehmender Distanz und dem damit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird. Die Zeit-Distanz-Empfindlichkeit wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt. So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs (z.B. Lebensmittel, Drogeriewaren) hinsichtlich des niedrigen Warenwerts und der hohen Nachfragefrequenz eine hohe Zeit-Distanz-Empfindlichkeit auf. In Folge nimmt die Nachfrage nach diesen Gütern bereits mit einer leicht ansteigenden Fahrzeitdistanz deutlich ab.

Unter besonderer Berücksichtigung der Zeit-/ Wegedistanzen zum Erreichen des Projektstandortes und der aufgezeigten Angebotssituation wird nachfolgend das **Einzugsgebiet** der beiden Heringener Lebensmittelmärkte nach den zu erwartenden Intensitätsabstufungen hinsichtlich der Kundenbindung zoniert.

**Karte 7: Zonierung des Einzugsgebiets des REWE-/ Aldi-Marktes**



Das Kerneinzugsgebiet (**Zone I**) des REWE- und des Aldi-Marktes wird sich auch nach deren Erweiterung maßgeblich auf die Heringener Kernstadt und angrenzende Ortsteile beziehen, da der Standort aus diesem Bereich zeitnah – aus der Kernstadt insbesondere auch fußläufig – erreicht werden kann. In diesem Marktbereich leben rd. 6.000 Personen.

Das erweiterte Einzugsgebiet (Zone II) umfasst die beiden dezentralen Heringener Ortsteile Herfa und Kleinnensee sowie vereinzelte, an Heringen angrenzende Gemeinden (Dankmarshausen, Dippach, Harnrode), aus denen der REWE-/ Aldi-Markt mit dem PKW zügig angefahren werden kann. In diesem Bereich ist mit einer nachlassenden Bindungsintensität zu rechnen, da die Bewohner dieser Orte zum Teil auch zu umliegenden Angebotsstandorten (vgl. Karte 6) tendieren. In dem Einzugsgebiet der Zone II wohnen rd. 3.500 Personen, so dass die beiden Lebensmittelmärkte auf ein Konsumentenpotenzial von ca. 9.500 Personen zurückgreifen können.

Im Abgleich des betrieblichen Einzugsgebiets der beiden Lebensmittelmärkte (vgl. Karte 7) mit dem **regionalplanerischen Verflechtungsbereich** (vgl. Karte 1) wird deutlich, dass der Einzugsbereich im Wesentlichen innerhalb des ausgewiesenen mittelzentralen Verflechtungsbereiches von Heringen liegt. Eine Ausnahme stellen jedoch die thüringischen Orte Dankmarshausen und Dippach dar, da diese zum Verflechtungsbereich des Grundzentrums Gerstungen zählen. Die Ausstrahlung des Projektvorhabens auf diese Orte resultiert nicht aus einer überdimensionierten Größe der beiden Lebensmittelmärkte oder aus einer überdurchschnittlich hohen Strahlkraft der Betreiber, sondern aus den geographischen Verhältnissen vor Ort.

Heringen ist im östlichen Teil des Landkreises Hersfeld-Rotenburg in unmittelbarer Nähe zu Thüringen verortet, wobei die nördliche und östliche Gemarkungsgrenze der Stadt auch gleichzeitig die Landesgrenze darstellt. Somit ist Heringen durch eine gute Erreichbarkeit aus dem angrenzenden Bundesland geprägt. Ferner liegt beispielsweise Dankmarshausen in einem Korridor, der von hessischen Gemeinden umgeben ist. Aus der Gemeinde Dippach ist Heringen – im Vergleich zum Grundzentrum Gerstungen – deutlich schneller zu erreichen. Somit binden die beiden Lebensmittelmärkte in Heringen – auch derzeit bereits – Kunden aus dem benachbarten Thüringen, wenngleich es sich um einen relativ geringen Umsatzanteil handelt.

Grundlegend sind Einzugsgebiete nicht als statische Gebilde anzusehen, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil eines Handelsbetriebes stammt. Mögliche diffuse Zuflüsse von außerhalb liegen in der Natur der Sache. Das aufgezeigte Einzugsgebiet des Supermarktes und des Discounters endet deshalb nicht punktgenau an der dargestellten Grenze. Insbesondere ist bezüglich der guten verkehrlichen Erreichbarkeit des Standortes mit weiteren Umsatzpotenzialen zu rechnen, die aus sog. **Streuumsätzen** (diffuse Umsätze ohne direkten Ortsbezug) resultieren können.

Die umliegenden Gebiete außerhalb des abgegrenzten Einzugsbereiches sind jedoch nicht zum Marktgebiet des Heringener REWE- bzw. Aldi-Marktes zu zählen, da die Verflechtungsintensität deutlich nachlässt und bereits mit verstärkten Einflüssen von konkurrierenden Lebensmittelmärkten im weiteren Umfeld von Heringen (vgl. Karte 6) zu rechnen ist.

## 5.2. Marktpotenzial

Das Marktpotenzial wird durch die jährlichen bundesdurchschnittlichen **Pro-Kopf-Ausgaben** für den projektrelevanten Sortimentsbereich bestimmt. Bei diesen Verbrauchsausgaben werden die Ausgabevolumina für Direktvertrieb, Home-Shopping und sonstige Anbieter abgezogen, so dass nur die reinen Konsumausgaben für das vorhabenrelevante Sortiment Nahrungs- und Genussmittel angesetzt werden.

Der Durchschnittswert der Verbrauchsausgaben wird mit Hilfe der **sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffer** an die lokalen Verhältnisse im Einzugsgebiet angepasst. Die sortimentsspezifische Kaufkraft spiegelt dabei die Nachfrage der privaten Haushalte bzw. Personen einer Stadt oder einer Region für spezielle Sortimente bzw. Warengruppen im Einzelhandel wider. Sie weicht von der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ab, die zusammenfassend die Ausgaben über alle Sortimente im Einzelhandel darstellt (vgl. Abb. 3). Durch die sortimentsspezifische Kaufkraft werden die unterschiedlichen Elastizitäten innerhalb der einzelnen Branchen des Einzelhandels – im vorliegenden Fall für die Lebensmittelbranche – abgebildet.<sup>21</sup>

Die beiden vorstehenden Determinanten werden mit dem **Einwohnerpotenzial** in dem abgegrenzten Einzugsgebiet der beiden Lebensmittelmärkte multipliziert, so dass sich das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen nach Lebensmitteln in dem Marktgebiet errechnet.<sup>22</sup>

**Tabelle 4: Marktpotenzial der projektrelevanten Branche Lebensmittel im Einzugsgebiet**

	Einwohner	Verbrauchs- ausgaben p.a.	sortimentsspez. Kaufkraftindex <sup>23</sup>	Marktpotenzial
	abs.	EUR p.P.	%	Mio. EUR p.a.
Zone I	6.040	2.418	93,0	13,58
Zone II	3.460	2.418	95,4	7,98
<b>Summe</b>	<b>9.500</b>			<b>21,56</b>

Quelle: Institut für Handelsforschung Köln, Marktvolumina 2019 / Ergänzungen und Berechnungen der BBE Handelsberatung  
 MB-Research Nürnberg, Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern 2019 für die Branche Nahrungs- und Genussmittel für Heringen  
 bzw. die Gemeinden im überörtlichen Einzugsgebiet

Basierend auf dem vorhandenen Konsumentenpotenzial, den jährlichen Verbrauchsausgaben und unter Berücksichtigung des sortimentsspezifischen Kaufkraftniveaus der einzelnen Orte im Einzugsgebiet errechnet sich in dem Marktgebiet des REWE-/ Aldi-Marktes ein jährliches **Nachfragepotenzial** nach Lebensmitteln von rd. 21,6 Mio. EUR.

21 Hinsichtlich der unterschiedlichen demographischen und einkommensseitigen Bestimmungswerte weichen die sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffern innerhalb der einzelnen Branchen ab und stimmen auch mit der durchschnittlichen Kaufkraft einer Stadt oder einer Region nicht überein. Im vorliegenden Fall liegt die sortimentsspezifische Kaufkraft nach Lebensmitteln in Heringen mit 93,0 über der allgemeinen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von 91,3 (vgl. Abb. 3).

22 Das Marktpotenzial wird ortsbezogen nach folgender Formel berechnet:  
 Einwohnerzahl je Gebiet x Verbrauchsausgabe je Sortiment x sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffer je Gebiet.

23 Die sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffer der Zone II wurde aus den nach der Einwohnerzahl gewichteten Kaufkraftwerten der einzelnen Orte des Einzugsgebiets gebildet.

### 5.3. Angebotsanalyse

Für die folgende Analyse wurden im März 2020 alle projektrelevanten Betriebe mit dem Umsatzschwerpunkt Lebensmittel (inkl. Nahrungsmittelhandwerker) und deren Verkaufsflächen<sup>24</sup> im Rahmen einer Vor-Ort-Erhebung in dem betrachteten Marktgebiet aufgenommen.

In **Heringen** sind 14 Lebensmittelanbieter angesiedelt, die über eine summierte Verkaufsfläche von rd. 3.970 m<sup>2</sup> verfügen. Im Verhältnis zur lokalen Bevölkerungszahl errechnet sich eine einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte von ca. 0,56 m<sup>2</sup> pro Einwohner, die im interkommunalen Vergleich<sup>25</sup> als niedrig einzustufen ist. Dies wird auch mit Blick auf die Flächendichte des Lebensmittelhandels in den umliegenden Orten Wildeck (ca. 0,83 m<sup>2</sup> /Ew.), Philippsthal (ca. 1,12 m<sup>2</sup> /Ew.) oder Friedewald (ca. 1,05 m<sup>2</sup> /Ew.) deutlich.

Ferner ist die Ausweisung von Heringen als Mittelzentrum zu beachten, so dass die Stadt auch eine Versorgungsfunktion für ihren Verflechtungsbereich mit übernehmen sollte. Demnach wäre für Heringen ein höheres flächenseitiges Angebot zu erwarten, was – auch im Vergleich zu den drei vorstehend genannten Grundzentren – nicht der Fall ist.

Die Betriebstypenstruktur (vgl. Definition Anlage 1) wird in Heringen durch die Betriebsform *Supermarkt* geprägt, da der REWE-Markt mit ca. 1.250 m<sup>2</sup> den flächenseitig größten Lebensmittelanbieter im Ort darstellt. Der inhabergeführte Markt zeigt ein attraktives und qualitativ höherwertiges Vollsortiment mit einer hohen Auswahlbreite und -tiefe. Die Warenpräsentation ist als ansprechend zu bewerten.

Der *Discounter* Aldi deckt ausschließlich ein preisorientiertes Warenssegment ab, wobei das Angebot im Wesentlichen auf Lebensmittelteilsortimente bzw. sogenannte „Schnelldreher“ begrenzt ist. Der im Jahr 2018 neu errichtete Markt verfügt über einen modernen Baukörper und eine attraktive Warenpräsentation und führt auf ca. 1.000 m<sup>2</sup> ein standardisiertes Sortiment.

Mit den *Getränkemärkten* von Logo und von REWE sind zwei großformatige Anbieter vorhanden, die das Angebot in den Warengruppen alkoholische und nicht-alkoholische Getränke abdecken. Insbesondere auf Grund der Größe der beiden Märkte besitzen diese Betriebe eine hohe Kundenattraktivität.

Weiterhin komplettieren Betriebe des *Nahrungsmittelhandwerks* (Bäcker, Fleischer) die Lebensmittelversorgung im Frischebereich. Diese kleinflächigen Angebotsformate sind im Ortskern und in Streulagen der Kernstadt und auch in einzelnen dezentralen Ortsteilen vorzufinden. Insgesamt präsentieren sich die neun Betriebe attraktiv und marktgerecht und belegen eine summierte Verkaufsfläche von ca. 300 m<sup>2</sup>.

In Heringen ist ein *sonstiger Lebensmittelanbieter* vorhanden. Hierbei handelt es sich um eine Tankstelle, die ein ausgewähltes Sortiment vorwiegend mit Tabakwaren, Getränken und Convenience-Artikeln führt.

#### Abbildung 6: Anbieter der Lebensmittelbranche (Auswahl) in Heringen (Werra)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

24 Zur Verkaufsfläche werden die Fläche des Verkaufsraumes sowie die Thekenbereiche, der Kassenvorraum, Ausstellungsflächen und alle von dem Kunden begehbaren Flächen zugeordnet. Sonstige Nebenräume (Lager, Büro, Verwaltungs- und Personalräume, Werkstätten) wurden nicht erfasst.

vgl. Urteil BVerwG [4 C 14.04] vom 24.11.2005, Beschluss OVG Nordrhein-Westfalen [7 B 1767/08] vom 06.02.2009.

25 Die bundesdurchschnittliche einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt bei ca. 0,43 m<sup>2</sup> Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt laut Ausstattungskennziffern der BBE Handelsberatung in vergleichbaren Städten bei ca. 0,55 bis 0,70 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner. Die angegebenen Werte dienen lediglich als Orientierungsgröße, nicht als Zielwerte.

Im **Fazit** ist in Heringen – für die Ortsgröße – ein attraktives Lebensmittelangebot vorhanden, das sich aus zwei konzeptionell unterschiedlichen Lebensmittelmärkten (Supermarkt vs. Discounter) zusammensetzt. Dieses Angebot wird von zwei Getränkemarkten und kleinformatischen Landhandwerkern arrondiert, so dass eine ansprechende Auswahlvielfalt existiert.

Im **überörtlichen Einzugsgebiet** des REWE-/ Aldi-Marktes ist nur ein geringes Lebensmittelangebot vorzufinden, das sich auf ein kleines SB-Geschäft (Edeka-Schnellkauf) in Dankmarshausen sowie einen Getränkemarkt und einen Tankstellenshop in Dippach bezieht.

Das rudimentäre Angebot in den Orten im Einzugsgebiet bzw. das Fehlen von größeren Lebensmittelanbietern und auch anderer Handelsbetriebe ist insbesondere auf die jeweils niedrige Mantelbevölkerung in den einzelnen Gemeinden und auf das sich daraus ergebende geringe Nachfragevolumen zurückzuführen. Somit sind – auch zukünftig – der Ansiedlung von größeren Lebensmittelanbietern deutliche Grenzen gesetzt; ebenso ist die Ausprägung von zentralen Versorgungsbereichen nicht möglich. Die Versorgungsfunktion für diese Gemeinden wird größtenteils von der Stadt Heringen und den umliegenden Orten Obersuhl und Berka/Werra mit übernommen.

Nachfolgend wird das Lebensmittelangebot in dem untersuchten Einzugsgebiet – differenziert nach Betrieben, Verkaufsflächen und generiertem Umsatz<sup>26</sup> – nach **Versorgungslagen** zusammenfassend dargestellt. Hierbei wird nach dem Angebot in dem zentralen Versorgungsbereich (vgl. Karte 2/3), in den sonstigen Lagen und in den dezentralen Ortsteilen von Heringen sowie nach dem Angebot in dem überörtlichen Einzugsgebiet unterschieden.

**Tabelle 5: Strukturdaten des Lebensmittelhandels in dem Einzugsgebiet nach Lagen**

	Verkaufsfläche m <sup>2</sup>	Betriebe abs.	Umsatz Mio. EUR
Heringen – zentraler Versorgungsbereich	110	3	0,65
Heringen – sonstige Lagen	3.710	6	14,17
Heringen – dezentrale Ortsteile	150	5	1,04
Überörtliches Einzugsgebiet	150	3	0,60
<b>Gesamt</b>	<b>4.120</b>	<b>17</b>	<b>16,46</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen

Der flächenseitige Angebotsschwerpunkt befindet sich in Heringen in den sog. sonstigen Lagen, da im Gewerbegebiet Ried die großformatigen Lebensmittelmärkte REWE, Aldi und Logo verortet sind. Die restlichen Lagen besitzen eine vergleichsweise geringe Versorgungsbedeutung.

Abschließend wird die **Umsatz-Kaufkraft-Relation** (Zentralität/Bindungsquote) des Lebensmittelhandels in dem Einzugsgebiet berechnet, die das Verhältnis zwischen den erzielten Einzelhandelsumsätzen mit Lebensmitteln<sup>27</sup> und dem vorhandenen Nachfragevolumen ausdrückt. Durch die Gegenüberstellung können Aussagen abgeleitet werden, ob per Saldo Kaufkraftzuflüsse (> 100) oder Kaufkraftabflüsse (< 100) im Lebensmittelhandel aus dem untersuchten Gebiet existieren.

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

27 Hier wird nur der Umsatz mit Lebensmitteln betrachtet, d.h. die Erlöse mit Non-Food-Waren werden herausgerechnet. Aus diesem Grund stimmen die Gesamterlöse der Betriebe des Lebensmittelhandels (vgl. Tab. 5) mit deren ausschließlichen Lebensmittelumsätzen (vgl. Tab. 6) nicht überein.

Auf Basis des ladeneinzelhandelsrelevanten Nachfragevolumens und der betriebs- bzw. ortstypischen Einzelhandelsumsätze mit Lebensmitteln (ohne Non-Food) errechnet sich für den Lebensmittelhandel in Heringen eine Zentralität von rd. 88 %. Demnach können die örtlichen Lebensmittelanbieter die lokale Kaufkraft nicht vollständig binden, so dass – per Saldo – ein Kaufkraftabfluss von ca. 1,88 Mio. EUR an umliegende Angebotsstandorte besteht.

**Tabelle 6: Zentralität des Sortiments Lebensmittel in dem untersuchten Einzugsgebiet**

	Marktpotenzial	realisierte Lebens- mittelumsätze	Zentralität
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Heringen	16,24	14,36	88
Überörtliches Einzugsgebiet	5,32	0,57	11
<b>Gesamt</b>	<b>21,56</b>	<b>14,93</b>	<b>69</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Unter Berücksichtigung der Nachfrage in dem überörtlichen Einzugsgebiet und des hier bestehenden Angebots wird deutlich, dass aus dem betrachteten Marktgebiet ein großer Teil der Nachfrage (rd. 6,63 Mio. EUR) abfließt. Dies ist mit der partiellen Nachfrageorientierung von Verbrauchern insbesondere in den dezentralen Heringener Ortsteilen bzw. den Gemeinden im überörtlichen Einzugsgebiet zu Lebensmittelanbietern in umliegenden Orten zu begründen. Hierbei strahlen gerade Lebensmittelmärkte in Obersuhl, Berka/Werra, Philippsthal und in Friedewald (vgl. Karte 6) auch auf die Konsumenten in dem dargestellten Einzugsgebiet aus.

## 6. Städtebauliche Bewertung des Projektvorhabens

### 6.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen

Für die Liegenschaft des REWE- und des Aldi-Marktes existiert ein **rechtsverbindlicher Bebauungsplan**<sup>28</sup> aus dem Jahr 2017, der für den Lebensmittelsupermarkt eine maximale Verkaufsfläche von 1.700 m<sup>2</sup> und für den Discounter von 1.000 m<sup>2</sup> festsetzt. Für die jeweilige Markterweiterung ist demnach eine Änderung dieses Bebauungsplans notwendig.

Für das Plangebiet soll als Art der baulichen Nutzung ein Sondergebiet für großflächigen Handel nach § 11 Abs. 3 BauNVO ausgewiesen werden. Im Rahmen des Bebauungsplanverfahrens ist demnach zu untersuchen, ob von dem Projektvorhaben nicht nur unwesentliche **Auswirkungen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung** ausgehen. Hierbei ist zu prüfen, welche Auswirkungen

- auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung und
- auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Ansiedlungsgemeinde oder in umliegenden Gemeinden

im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO anzunehmen sind. Dabei spielen vor allem die ökonomischen Auswirkungen (d.h. die Umsatzumlenkungen) auf die zentralen Versorgungsbereiche bzw. bestehende Nahversorgungslagen eine wesentliche Rolle. Dadurch soll der Schutz des Einzelhandels an solchen Standorten sichergestellt werden, die funktionsgerecht in das städtebauliche Ordnungssystem eingebunden sind.

Ein fest definierter Schwellenwert für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss, ab dessen Höhe mit schädlichen städtebaulichen Folgen zu rechnen wäre, ist gesetzlich nicht vorgegeben.<sup>29</sup> In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis hat sich jedoch (abgeleitet aus der Zulässigkeit von Vorhaben nach § 34 Abs. 3 BauGB) als **quantitative Orientierungsgröße** etabliert, dass bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust i.d.R. ab 10 %, bei anderen Sortimenten ab 20 % zu Geschäftsaufgaben führen kann und als abwägungsrelevant angesehen wird.<sup>30</sup>

**Tabelle 7: Orientierungswerte der Umsatzumverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben**

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

Quelle: eigene Darstellung nach: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Langzeitstudie im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg (1998)

28 vgl. Stadt Heringen (Werra), Stadtteil Heringen, Bebauungsplan Nr. 20 „Im Ried“ - 2. Änderung.

29 Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil zu dieser Thematik aus: „Auch in der obergerichtlichen Rechtsprechung wird die Frage, ob und gegebenenfalls bei welchen Prozentsätzen ein prognostizierter Kaufkraftabzug den Schluss auf negative städtebauliche Folgen für die davon betroffene Gemeinde zulässt, mit unterschiedlichen Ergebnissen diskutiert. Der Bandbreite der angenommenen Werte, die von mindestens 10 % bis hin zu etwa 30 % reicht, ist allerdings die Tendenz zu entnehmen, dass erst Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig angesehen werden.“

vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10A 1676/08] vom 30.09.2009.

30 Die Diskussion der obergerichtlichen Rechtsprechung, ab welchen „Schwellenwerten“ negative städtebauliche Folgen zu erwarten sind, reicht von einer Umsatzumlenkung von 10 % (OVG Brandenburg [3 B 116/98] vom 16.12.1998, OVG NRW [7 A 2902/93] vom 05.09.1997, OVG Koblenz [8 A 11441/ 00] vom 25.04.2001), über 10 bis 20 % (OVG Koblenz [8 B 12650/98] vom 08.01.1999, BayVGH [26 N 99.2961] vom 07.06.2000) bis zu etwa 30 % (Thüringer OVG [1 N 1096/03] vom 20.12.2004).

Diese Richtwerte sind allerdings schematisch und berücksichtigen nicht die Situation im Einzelfall. Die städtebauliche Verträglichkeit von Einzelhandelsvorhaben ist immer auch aus den **individuellen lokalen Gegebenheiten** betroffener Bereiche und deren Stabilität abzuleiten. Daher müssen weitere Aspekte (u.a. Sortimentsausrichtung betroffener Betriebe, qualitative Aspekte, städtebauliche Gegebenheiten, Einzelhandelsstruktur, etwaige Vorschädigungen von Versorgungsbereichen) in die Bewertung der Auswirkungen mit einbezogen werden.

Insbesondere sind beispielsweise bei einer bestehenden Vorschädigung, bei Attraktivitätsmängeln (z.B. geringe städtebauliche Qualität, niedrige Aufenthaltsqualität des Stadtraums, geringe Einzelhandelsdichte, Ladenleerstände, unattraktives Angebot) oder bei Erreichbarkeitsdefiziten (z.B. schlechte Straßenanbindung, geringes Stellplatzangebot, fehlende ÖPNV-Anbindung) Stabilitätsverluste zu erwarten. Der Abwägungsschwellenwert von 10 % ist somit ein wesentlicher Indikator für mögliche schädliche Auswirkungen, jedoch nicht als „Demarkationslinie“ zu sehen.<sup>31</sup>

Neben der Berechnung der Umsatzumlenkungen können **weitere Indikatoren** geprüft werden, um die Auswirkungen eines Vorhabens besser zu beurteilen. Dazu können u.a. die Entfernung des Planstandortes zu den jeweils betroffenen zentralen Versorgungsbereichen und die städtebauliche Beurteilung dieser Lagen zählen. Des Weiteren ist zu prüfen, inwieweit das Planvorhaben auf solche Sortimente abzielt, die in dem jeweiligen zentralen Versorgungsbereich von einem Magnetbetrieb angeboten werden, dessen unbeeinträchtigteter Bestand maßgebliche Bedeutung für die weitere Funktionsfähigkeit dieses Versorgungsbereiches hat.<sup>32</sup>

Mögliche Umsatzumlenkungen, die keine schädlichen städtebaulichen Folgen haben, sind bezüglich der Beurteilung der baurechtlichen Genehmigungsfähigkeit hinzunehmen, da die Genehmigungsverfahren kein Instrument zur Wettbewerbssteuerung darstellen sollen. Schädliche Auswirkungen dürfen also nicht unter dem Aspekt des Wettbewerbsschutzes gesehen werden. Selbst ein größerer Umsatzverlust in einzelnen Branchen gilt als unschädlich, solange der gesamte Versorgungsbereich in keine kritische Lage versetzt wird. Grundsätzlich sind jedoch schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche dann zu erwarten, wenn deren Funktionsfähigkeit so nachhaltig gestört wird, dass sie ihren Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr substantiell wahrnehmen können.<sup>33</sup>

Derartige Versorgungsbereiche sind i.d.R. in städtebaulichen Konzepten definiert oder können nachvollziehbar an den eindeutigen Verhältnissen vor Ort identifiziert werden. Diese Bereiche können neben der besonders zu schützenden Innenstadt auch Stadtteil-, Quartiers- und Ortsteilzentren umfassen.

Im vorliegenden Fall besitzt die Stadt Heringen kein Einzelhandels- oder Zentrenkonzept, so dass auf Grund des Fehlens eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes keine zentralen Versorgungsbereiche ausgewiesen sind. Auf Grundlage einer Ortsbegehung wurde jedoch ein **faktischer zentraler Versorgungsbereich** identifiziert (vgl. Seite 11/12). Demzufolge sind gemäß dem Prüfauftrag die Auswirkungen auf diesen zentralen Versorgungsbereich zu thematisieren.

Nach einer Ortsbegehung der **Gemeinden im überörtlichen Einzugsgebiet** konnte hier kein faktischer zentraler Versorgungsbereich identifiziert werden. In den Gemeinden Dankmarshausen, Dippach und Harnrode sind nur vereinzelte Einzelhandelsbetriebe vorzufinden, so dass naturgemäß die Ausprägung von zentralen Versorgungsbereichen – auch zukünftig – nicht möglich ist. Demzufolge sind an dieser Stelle Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in diesen drei Gemeinden auf Grund des Fehlens solcher schützenswerten Bereiche ausgeschlossen.

31 Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil zu dieser Thematik aus: „Ein bestimmter Schwellenwert für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss ist gesetzlich nicht vorgegeben. Prozentual ermittelte – und prognostisch nur bedingt verlässlich greifbare – Umsatzumverteilungssätze lassen nicht lediglich einen einzigen logischen Schluss zu. In der Tendenz kann – faustformelartig – davon ausgegangen werden, dass erst Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig anzusehen sind. Allerdings bietet das 10 %-Kriterium nicht mehr als einen Anhalt. Es muss im Zusammenhang mit den sonstigen Einzelfallumständen gewertet werden.“ vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [D 63/11.NE] vom 09.11.2012.

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

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



## 6.2. Umsatzprognose

Für die Bewertung der absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen einer Einzelhandelsansiedlung oder -erweiterung ist der Umsatz des jeweiligen Planvorhabens relevant, da dieser teilweise in Form von Umsatzumlenkungen wettbewerbswirksam wird. Nachfolgend wird für die flächenseitig erweiterten Lebensmittelmärkte eine Umsatzherkunftsprognose auf Basis des potenziell erzielbaren Marktanteils im Einzugsgebiet (= **Marktanteilkonzept**<sup>34</sup>) erstellt. Auf Grundlage

- der Lagequalität des Projektstandortes,
- der Größe und des Betriebstyps des jeweiligen Lebensmittelmarktes,
- des örtlichen Nachfragepotenzials und
- der Wettbewerbsintensität in Heringen bzw. im regionalen Umfeld der Stadt

ergibt sich für den projektierten Supermarkt ein zu erwartender Jahresumsatz von ca. 8,02 Mio. EUR, für den Discounter von ca. 6,62 Mio. EUR. Folgende Tabelle stellt die **Umsatzprognose** (vgl. Karte 7 i.V.m. Tab. 4) der beiden Betriebe in ihrem Marktgebiet dar.

**Tabelle 8: Marktanteilsprognose des erweiterten REWE-/ Aldi-Marktes in Heringen (Werra)**

Sortiment	Einzugsgebiet	Marktpotenzial	Ø Marktanteil <sup>35</sup>	Umsatz	
				Supermarkt	Discounter
		Mio. EUR	%	Mio. EUR p.a.	Mio. EUR p.a.
Food	Zone I	13,58	~42 / ~35	5,71	4,76
	Zone II	7,98	~15 / ~8	1,17	0,66
	<i>Zwischensumme</i>	<i>21,56</i>	<i>~32 / ~25</i>	<i>6,88</i>	<i>5,42</i>
Non-Food				0,76	0,88
	<i>Zwischensumme</i>			<i>7,64</i>	<i>6,30</i>
Streuumsätze				0,38	0,32
<b>Gesamt</b>				<b>8,02</b>	<b>6,62</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnung

In dem abgegrenzten Kerneinzugsgebiet (Zone I), das sich auf die Kernstadt von Heringen und angrenzende dezentrale Ortsteile bezieht, ist für den Supermarkt von einem maximalen Marktanteil von rd. 42 % des vorhandenen Nachfragevolumens für Lebensmittel auszugehen. Für den Lebensmitteldiscounter ist hinsichtlich seiner konzeptionellen Ausrichtung ein geringerer Marktanteil von maximal 35 % anzusetzen. In diesem Marktbereich ist für beide Betriebe mit der höchsten Marktdurchdringung zu rechnen, da die Lebensmittelmärkte auf Grund ihrer Lage über eine sehr gute Erreichbarkeit aus diesem Bereich verfügen.

Im Einzugsgebiet der Zone II ist von einer nachlassenden Marktdurchdringung auszugehen, da die Konsumenten in diesem Bereich zum Teil auch zu anderen Versorgungsstandorten tendieren. Ferner verringert sich durch die ansteigenden Zeit-/ Wegedistanzen zum Erreichen des Projektstandortes die Bindungsintensität der beiden Lebensmittelmärkte. In dem erweiterten Einzugsbereich ist für den REWE-Markt mit einem Marktanteil von durchschnittlich rd. 15 %, für den Aldi-Markt von rd. 8 % zu rechnen.

34 Bei dem sog. Marktanteilkonzept werden das relevante Nachfragevolumen im Einzugsgebiet und die mögliche Kaufkraftabschöpfung eines Vorhabens (= Marktanteil) gegenübergestellt. Der ausgewiesene Umsatz versteht sich als Bruttoumsatz, d.h. inklusive Mehrwertsteuer.

35 Die Marktanteile wurden jeweils separat für die einzelnen Ortsteile im Einzugsgebiet prognostiziert. Der in der Tabelle ausgewiesene Marktanteil stellt somit einen aggregierten Wert dar.

Neben den Umsätzen aus dem Kernsortiment Lebensmittel in Höhe von rd. 6,88 Mio. EUR werden von dem Supermarkt weitere Erlöse mit den Randsortimenten des Non-Food I und II (vgl. Anlage 2) generiert. Es ist mit jährlichen Erträgen von ca. 0,76 Mio. EUR zu rechnen. Für den Discounter addieren sich zu den Lebensmittelumsätzen von ca. 5,42 Mio. EUR die Non-Food-Umsätze von ca. 0,88 Mio. EUR.

Die Non-Food-Randsortimente nehmen bei vergleichbaren REWE-Märkten ca. 10 % der Verkaufsfläche ein. Der Non-Food-Bereich setzt sich bei REWE neben festen Non-Food I-Artikeln (Drogeriewaren, Tiernahrung, ca. 7 %) zu einem deutlich geringeren Teil aus Waren des Non-Food II-Segments (ca. 3 %) zusammen, wobei es sich hier ebenfalls um einen festen Artikelstamm handelt. Die Artikel des Non-Food II stellen lediglich eine Ergänzung des Hauptsortiments Lebensmittel dar, da das Non-Food II-Segment eines Supermarktes flächen- und umsatzmäßig wesentlich dem Kernsortiment untergeordnet ist. Grundsätzlich verzichten Supermarktanbieter wie REWE auf wöchentlich wechselnde Aktionsartikel aus dem Non-Food II-Bereich, wie dies beispielsweise bei einigen Discountern (z.B. Aldi, Lidl) üblich ist.

Bei Aldi liegt der Anteil der Non-Food-Fläche bei ca. 14 %. Die Non-Food I-Artikel nehmen ca. 4 % der Verkaufsfläche ein, so dass der Flächenanteil der Non-Food II-Abteilung mit ca. 10 % überwiegt. Diese Sortimente setzen sich fast ausschließlich aus Aktionsangeboten verschiedenster Branchen zusammen. Bei den Non-Food II-Sortimenten handelt es sich um unterschiedliche und flächenseitig jeweils unwesentlich ausgeprägte Warengruppen, so dass auf Grund der geringen Größe der jeweiligen sortimentsbezogenen und auch ständig wechselnden Verkaufsfläche die konkrete Zuordnung der Flächen und Umsätze auf einzelne Sortimente nicht möglich ist.

Neben den vorstehenden Umsatzquellen ist für den Supermarkt mit Erlösen von ca. 0,38 Mio. EUR und für den Discounter von ca. 0,32 Mio. EUR aus diffusen Zuflüssen zu rechnen. Diese Streuumsätze<sup>36</sup> resultieren von Kunden außerhalb des Einzugsgebiets und sind vor allem auf den Durchgangsverkehr an der Leimbacher Straße (bspw. Zufallskunden, Pendler, Durchreisende) zurückzuführen.

Auf Basis der Umsatzprognose und der geplanten Verkaufsflächen wird die sog. **Raumleistung** berechnet. Somit wird die Kapazitätsauslastung der Verkaufsfläche deutlich und kann Vergleichswerten gegenübergestellt werden. Insbesondere kann eine Plausibilitätsprüfung erfolgen, inwieweit die Umsatzprognose für die Planvorhaben belastbar ist und realitätsnahe Planzahlen vorliegen.

**Tabelle 9: Prospektive Raumleistung der Lebensmittelmärkte**

Branche	Betriebstyp	Umsatzprognose	Verkaufsfläche	Raumleistung
		Mio. EUR	m <sup>2</sup>	EUR/m <sup>2</sup>
Lebensmittel	Supermarkt	8,02	2.050	3.910
Lebensmittel	Discounter	6,62	1.300	5.090

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die ausgewiesene Raumleistung des REWE-Marktes von rd. 3.900 EUR/m<sup>2</sup> liegt im oberen Bereich bundesdurchschnittlicher Vergleichswerte, da Supermärkte eine Flächenleistung von durchschnittlich ca. 3.600 EUR/m<sup>2</sup> erzielen.<sup>37</sup> Die Discounter erreichen i.d.R. eine bundesdurchschnittliche Flächenleistung<sup>38</sup> von ca. 4.800 EUR/m<sup>2</sup>, so dass der Planwert des Aldi-Marktes von ca. 5.100 EUR/m<sup>2</sup> ebenfalls oberhalb dieses Vergleichswertes liegt.

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

37 Der Mittelwert der bundesdurchschnittlichen Raumleistung (brutto) beläuft sich bei Lebensmittelsupermärkten auf 3.600 EUR/m<sup>2</sup>, wobei eine Spannweite zwischen 3.300 bis 4.100 EUR/m<sup>2</sup> zu beobachten ist. Quelle: BBE Handelsberatung, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandel 2017, Seite 13 - vgl. Anlage 3.

38 Der Mittelwert der bundesdurchschnittlichen Raumleistung (brutto) beläuft sich bei Lebensmitteldiscountern auf 4.800 EUR/m<sup>2</sup>, wobei eine Spannweite zwischen 3.800 bis 5.800 EUR/m<sup>2</sup> zu beobachten ist. Quelle: BBE Handelsberatung, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandel 2017, Seite 13 – vgl. Anlage 3.

Die Planumsätze der beiden Lebensmittelmärkte liegen bereits im oberen Bereich von Vergleichswerten, so dass höhere Umsätze für beide Anbieter nicht anzunehmen sind. Dies ergibt sich auch hinsichtlich

- der im Bundesvergleich niedrigeren einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Heringen (vgl. Abb. 3) und des daraus folgenden geringeren Nachfragepotenzials,
- des Wettbewerbsdrucks durch leistungsfähige Discount- und Großflächenanbieter im weiteren regionalen Umfeld von Heringen (vgl. Karte 6),
- des begrenzten und auch zukünftig nicht ausdehnbaren Einzugsgebiets und
- eines nicht weiter zu steigernden Marktanteils<sup>39</sup> des REWE- bzw. des Aldi-Marktes.

Somit handelt es sich bei der Umsatzprognose unter Berücksichtigung der ortsspezifischen Gegebenheiten um einen Maximalwert für das jeweilige Vorhaben, so dass die folgenden absatzwirtschaftlichen Auswirkungen für die betroffenen Lebensmittelanbieter den sog. Worst-Case darstellen.

Unter betreiberspezifischer Sicht ist zu konstatieren, dass *REWE* bundesweit eine durchschnittliche Raumleistung von rd. 4.010 EUR/m<sup>2</sup> erzielt.<sup>40</sup> Demnach ist der vorstehende Planwert von ca. 3.910 EUR/m<sup>2</sup> mit dem bundesdurchschnittlichen REWE-Wert fast identisch, wobei sich der REWE-Vergleichswert der Raumleistung auf eine deutlich kleinere Verkaufsfläche<sup>41</sup> von ca. 1.490 m<sup>2</sup> bezieht.

Da im (Lebensmittel-)Handel bei einer ansteigenden Verkaufsfläche die Raumleistung nicht proportional mitwächst, sondern tendenziell absinkt, kann diese durchschnittliche Raumleistung nicht auf jede Geschäftsfläche übertragen werden. Insbesondere kann bei einer höheren Verkaufsfläche wie im vorliegenden Fall – die Fläche des Heringener REWE-Marktes liegt mit 560 m<sup>2</sup> (+38 %) deutlich über der üblichen bundesweiten REWE-Fläche – keine gleichbleibende Raumleistung angenommen werden.

Dies ist auch durch neue Konzepte der Lebensmittelfilialisten bedingt, die größere Gangbreiten, niedrigere Regalhöhen und großzügigere Laufwege bei einer gleichbleibenden Artikelanzahl anbieten. Somit sinkt die Warendichte je Quadratmeter und in Folge auch die Raumleistung (Umsatz je Quadratmeter). Aus diesem Grund wird sich die aktuelle Flächenleistung des REWE-Marktes – die bei rd. 4.880 EUR/m<sup>2</sup> liegt – auf den vorstehenden Wert von rd. 3.910 EUR/m<sup>2</sup> reduzieren. Diese Raumleistung ist auf der avisierten Verkaufsfläche von rd. 2.050 m<sup>2</sup> nicht weiter steigerungsfähig.

Die vorstehenden Ausführungen treffen auch für den *Aldi*-Markt zu, da sich der bundesweite Vergleichswert der Raumleistung bei Aldi-Nord<sup>42</sup> von rd. 6.650 EUR/m<sup>2</sup> auf eine Verkaufsfläche<sup>43</sup> von ca. 884 m<sup>2</sup> bezieht. Da die Planfläche von Aldi mit ca. 1.300 m<sup>2</sup> mit 47 % deutlich über der üblichen Aldi-Fläche liegt (+416 m<sup>2</sup>) liegt, kann die bundesübliche Aldi-Raumleistung nicht auf diese Fläche projiziert werden. Somit ist auch auf Basis der vorstehend dargestellten Punkte eine Steigerung der Raumleistung über den Prognosewert von rd. 5.090 EUR/m<sup>2</sup> nicht realistisch. Unter Berücksichtigung der lokalen Standortvoraussetzungen stellt die geplante Raumleistung demnach den Höchstwert für diese Filiale in Heringen dar.

In Bezug auf die prognostizierte **Gesamtumsatzleistung** des *REWE*-Marktes ist auf Grund der vorstehend genannten Faktoren keine weitere Umsatzerhöhung zu erwarten. Dies ist auch mit Blick auf den bundesweit üblichen Filialumsatz von REWE zu sehen. Die REWE-Gruppe erwirtschaftet über alle Supermärkte in

39 Eine vollständige bzw. 100 %-ige Marktabdeckung durch nur ein Lebensmittelkonzept ist nicht möglich, da sich Konsumenten i.d.R. bei mehreren Betriebsformen (vgl. Anlage 1) versorgen. So wird bspw. der Einkauf von Frischeprodukten und qualitativ höherwertigen Lebensmitteln vorwiegend bei Supermärkten, der preisorientierte Einkauf bspw. bei Discountern, der Einkauf von Bio-Waren in Bio-Märkten und der sog. Wochenendeinkauf vorwiegend bei Verbrauchermärkten/SB-Warenhäusern getätigt. Da die Marktdurchdringung eines Lebensmittelmarktes bzw. auch eines Discounters nicht beliebig steigerungsfähig ist, ist eine wesentliche Erhöhung des Marktanteils nicht realistisch und auch nicht umsetzbar. Demnach stellt auch die ausgewiesene Raumleistung einen Maximalwert für den REWE- bzw. den Aldi-Markt dar.

40 Quelle: Statista GmbH Hamburg 2020, Bruttoumsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche von REWE in Deutschland 2018.

41 Quelle: Statista GmbH Hamburg 2020, Durchschnittliche Verkaufsfläche je Filiale ausgewählter Vertriebslinien im Lebensmittelhandel in Deutschland 2018.

42 Quelle: Statista GmbH Hamburg 2020, Bruttoumsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche der führende Discounter in Deutschland 2018.

43 Quelle: Statista GmbH Hamburg 2020, Durchschnittliche Verkaufsfläche je Filiale ausgewählter Vertriebslinien im Lebensmittelhandel in Deutschland 2018.

Deutschland hinweg einen durchschnittlichen Filialumsatz<sup>44</sup> von ca. 5,97 Mio. EUR je Markt, so dass es sich bei der vorstehenden Umsatzprognose von rd. 8,02 Mio. EUR bereits um einen deutlich überdurchschnittlichen Filialumsatz handelt. Unter Berücksichtigung der aufgeführten Standortfaktoren ist demnach eine Umsatzausweitung dieses REWE-Marktes auszuschließen.

Dies trifft auch für die Aldi-Filiale zu, da der Planumsatz dieses Marktes ebenfalls über dem üblichen Umsatzwert von vergleichbaren Märkten in der Region liegt. Die Aldi-Regionalgesellschaft Hannoversch Münden – zu welcher der Aldi-Markt in Heringen gehört – erwirtschaftet über alle Filialen ihrer Region hinweg einen durchschnittlichen Jahresumsatz<sup>45</sup> von rd. 5,41 Mio. EUR je Filiale. Somit handelt es sich bei der Umsatzprognose für den Heringener Markt von ca. 6,62 Mio. EUR unter Berücksichtigung der vorstehend aufgeführten Standortfaktoren bereits um einen maximalen Umsatzwert. Eine Umsatzsteigerung ist demnach unrealistisch.

Abschließend wird die Umsatzschätzung<sup>46</sup> für den geplanten **Back-Shop** in der Vorkassenzone des REWE-Marktes vorgenommen. Auf Basis der Standortqualität und des vorhandenen Bestandes an Bäckern in Heringen wird für diesen Ladenhandwerker eine branchenübliche Raumleistung<sup>47</sup> von ca. 5.000 EUR/m<sup>2</sup> unterstellt. Unter Berücksichtigung der geplanten Verkaufsfläche ergibt sich ein Jahresumsatz von rd. 0,25 Mio. EUR.

**Tabelle 10: Umsatzplanung des Back-Shops**

Branche	Betriebstyp	Verkaufsfläche m <sup>2</sup>	Raumleistung EUR/m <sup>2</sup>	Umsatzprognose Mio. EUR
Lebensmittel	Bäcker	50	5.000	0,25

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Je nach Konzept des Bäckers können die Erlöse höher ausfallen, da auch ein Sitz- bzw. Imbissbereich geplant ist. Diese Umsätze sind jedoch nicht als Handelsumsätze zu klassifizieren, sondern fallen dem Gastronomiebereich zu (bspw. Erlöse aus dem Verkauf von Speisen oder Getränken<sup>48</sup>).

44 Bei einer durchschnittlichen Filialgröße von rd. 1.490 m<sup>2</sup> und einer Raumleistung von rd. 4.010 EUR/m<sup>2</sup> Verkaufsfläche errechnet sich ein durchschnittlicher Filialumsatz von rd. 5,97 Mio. EUR p.a.  
Quelle: Statista GmbH Hamburg 2020.

45 Quelle: Statista GmbH Hamburg 2020, Filialumsatz von Aldi Nord in Deutschland nach Regionalgesellschaften in dem Jahre 2015 (hier Aldi-Regionalgesellschaft Hannoversch Münden).

Anmerkung: Der ausgewiesene Netto-Jahresumsatz von rd. 4,94 Mio. EUR je Filiale entspricht einem Brutto-Umsatz (inkl. Mehrwertsteuer) von rd. 5,41 Mio. EUR.

46 Die Umsatzprognose des Bäckers erfolgt auf Basis der geplanten Verkaufsfläche, die mit der branchenüblichen Raumleistung multipliziert wird.

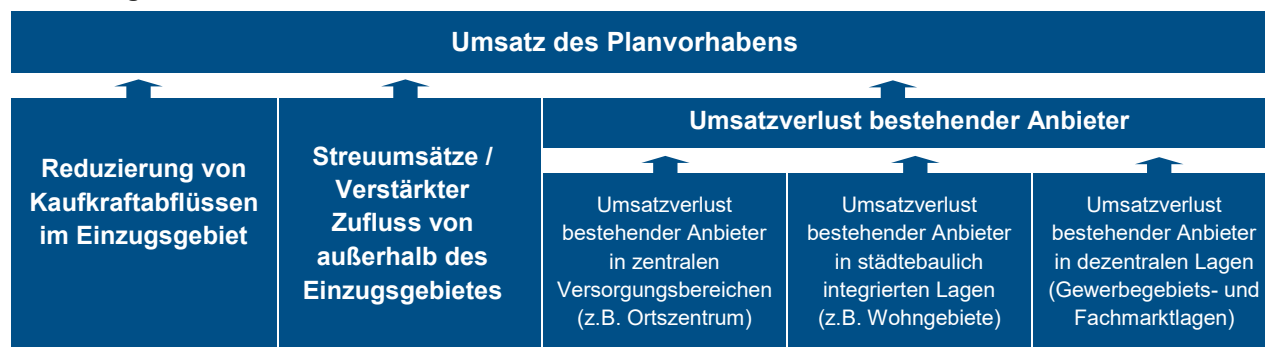
47 vgl. BBE Handelsberatung, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandel 2017, Seite 13 – vgl. Anlage 3.

48 Der Unterschied wird auch in der Besteuerung deutlich. Die Umsätze mit Backwaren unterliegen einem verminderten Mehrwertsteuersatz von 7 %, während Speisen in einer gastronomischen Einrichtung mit dem allgemeinen Steuersatz von 19% besteuert werden.

### 6.3. Umsatzherkunft

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

**Abbildung 7: Quellen der Umsatzherkunft eines Einzelhandelsvorhabens**



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Prinzipiell resultiert bei einem unter dem örtlichen Nachfragepotenzial liegenden Angebot ein Umsatzanteil aus der Reduzierung von Kaufkraftabflüssen aus dem Einzugsgebiet. Je geringer das bestehende Angebot an einem Standort in Relation zu der dort durch die Verbraucher erzeugten Nachfrage ist, desto höher ist regelmäßig der Umsatzanteil aus der Reduzierung von Kaufkraftabflüssen.

Ein verstärkter Umsatzzufluss von außerhalb des Einzugsgebietes ist durch sog. Streuumsätze möglich. Diese diffusen Umsätze, deren Herkunft nicht genau bestimmt werden kann, ergeben sich beispielsweise aus einer verkehrsgünstigen Lage des Projektstandortes, einem Pendlerüberschuss der Ansiedlungs-gemeinde, von Besuchern eines Standortes oder aus Kopplungseffekten zu bereits bestehenden Angeboten.

Mögliche Umsatzumverteilungen entstehen, wenn ein Attraktivitätsgefälle zwischen den bestehenden lokalen Anbietern und dem Planvorhaben gegeben ist. Sie fallen umso höher aus, je größer der Unterschied zu den bestehenden Anbietern ist. Städtebaulich relevant sind Umsatzumverteilungen jedoch nur, wenn sie zu Lasten schützenswerter Bereiche gehen und dabei eine bestimmte Schwelle überschreiten (vgl. Pkt. 6.1).

Für die nachfolgende Betrachtung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen der geplanten REWE- und Aldi-Erweiterung ist grundsätzlich der zu erwartende **Zusatzumsatz** von Relevanz, so dass von dem prognostizierten Gesamtumsatz des jeweils erweiterten Lebensmittelmarktes der Bestandsumsatz subtrahiert wird.

Diese Betrachtungsweise ist gemäß der aktuellen Rechtsprechung<sup>49</sup> üblich, da die beiden bestandskräftig genehmigten Lebensmittelmärkte bereits seit vielen Jahren Bestandteil des lokalen Einzelhandelsangebots in Heringen sind. Demzufolge sind die Wettbewerbswirkungen der Bestandsflächen am Markt schon einge-

49 Das BVerwG hat dazu u.a. in einem relevanten Urteil ausgeführt: „Dass das Oberverwaltungsgericht bei der Prognose, ob schädliche Auswirkungen in diesem Sinne zu erwarten sind, berücksichtigt hat, dass die Klägerin am Erweiterungsstandort bereits ein genehmigtes Lebensmitteldiscountgeschäft mit einer Verkaufsfläche von 699,11 m<sup>2</sup> betreibt, dass es also nicht die Auswirkungen der Neuansiedlung eines Discounters mit einer Verkaufsfläche von 900,08 m<sup>2</sup>, sondern der Erweiterung eines Geschäfts mit 699,11 m<sup>2</sup> um 200,97 m<sup>2</sup>, das dadurch großflächig wird, ermittelt hat, steht zu der dargelegten Rechtsprechung nicht in Widerspruch. Bei der Prognose der Auswirkungen ist [...] von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen. Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb, dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt.“  
vgl. Beschluss BVerwG [4 B 3.09] vom 12.02.2009.

In einem Urteil schreibt das OVG Nordrhein-Westfalen, dass „...im Rahmen der Prognoseentscheidung über schädlichen Auswirkungen im konkreten Einzelfall jedoch zu berücksichtigen [ist], dass die Klägerin bereits am Erweiterungsstandort ein genehmigtes Lebensmitteldiscountgeschäft mit einer Verkaufsfläche von 727,97 m<sup>2</sup> seit 1995 betreibt und sich der Markt hierauf eingestellt hat. In die Prognose ist somit nicht die Neuansiedlung eines Discounters mit einer Verkaufsfläche von 899,40 m<sup>2</sup> einzustellen, sondern die Erweiterung eines Geschäfts mit 727,97 m<sup>2</sup> um 171,43 m<sup>2</sup>, das dadurch großflächig wird.“  
vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10 A 1417/07] vom 06.11.2008.

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

treten und der Wettbewerb hat sich auf die langjährig etablierten Anbieter eingestellt. Somit werden durch den Bestandsumsatz keine zusätzlichen städtebaulich relevanten Umsatzumverteilungen ausgelöst. Als Prüfmaßstab ist folglich lediglich der zusätzlich durch die Mehrverkaufsfläche induzierte Umsatz anzusetzen. Nachfolgend werden die untersuchungsrelevanten **Umsatzquellen** der beiden Erweiterungsvorhaben auf Basis eines computergestützten Simulationsmodells dargestellt.

**Tabelle 11: Umsatzherkunft des projektierten Supermarkts/Discounters**

	Umsatzherkunft		
	Supermarkt	Discounter	Summe
	Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR
Umsatzprognose (vgl. Tab. 8/10)	8,02	6,62	14,64
davon aus:			
Bestandsumsatz (REWE-Supermarkt/-Getränkemarkt/Bäcker - Aldi-Markt)	7,20	5,70	12,90
Rückholung von Kaufkraftabflüssen aus dem Einzugsgebiet	0,45	0,50	0,95
Zusätzliche Streuumsätze	0,07	0,05	0,12
Umsatzumlenkung zu Lasten von Betrieben im Einzugsgebiet	0,30	0,37	0,67

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die Umsatzherkunft des Erweiterungsvorhabens von REWE und Aldi am Standort „Im langen Roth“ in Heringen setzt sich aus folgenden Faktoren zusammen:

- Der Großteil der Erlöse des erweiterten REWE-Supermarktes resultiert aus den aktuell generierten Umsätzen des REWE-Marktes (rd. 6,30 Mio. EUR, inkl. Bäcker). Diese Umsätze werden nach der Erweiterung der Marktfläche naturgemäß weiterhin am Standort gebunden. Hierzu addieren sich die Erlöse von dem zu verlagernden REWE-Getränkemarkt (ca. 0,90 Mio. EUR), da diese Kunden bzw. die bereits generierten Umsätze nach der Schließung und Verlagerung des Bestandsmarktes „Im Quellengrund“ mit in den neuen REWE-Markt „übernommen“ werden.  
Die Bestandsumsätze des Aldi-Marktes liegen bei ca. 5,70 Mio. EUR und stellen ebenfalls die wesentliche Umsatzbasis für den erweiterten Markt dar.
- Im Falle des zu beurteilenden Vorhabens spielt eine Rückholung von Kaufkraftabflüssen aus dem Einzugsgebiet eine wesentliche Rolle. Dies ist aus der aktuellen Zentralität der Lebensmittelbranche in dem Einzugsgebiet abzuleiten, die mit lediglich rd. 69 % auf einen hohen Umsatzabfluss hinweist (vgl. Tab. 6). Der rechnerische Kaufkraftabfluss liegt per Saldo bei rd. 6,63 Mio. EUR, wobei durch die beiden Erweiterungsvorhaben nur ein Teil dieser Umsatzabflüsse (rd. 0,95 Mio. EUR) zurückgeholt werden kann. Eine vollständige Kaufkraftbindung vor Ort ist nicht zu erwarten, da in Heringen auch nach der Erweiterung des REWE- und des Aldi-Marktes kein vollumfassendes Lebensmittelangebot vorhanden ist. Somit tendiert ein Teil der Kunden auch weiterhin zu anderen Angebotskonzepten im regionalen Umfeld von Heringen.
- Durch die erweiterte REWE- und Aldi-Verkaufsfläche werden marginale zusätzliche Streuumsätze<sup>50</sup> induziert. Die bereits generierten Erlöse von außerhalb des Einzugsgebiets resultieren vor allem aus dem passierenden Pkw-Verkehr an der Leimbacher Straße und von Zufallskunden. Bei beiden Märkten handelt es sich lediglich um eine Erweiterung eines Bestandsbetriebes und keine Neueröffnung; die Vorhaben stellen somit kein neuartiges Angebot für die Konsumenten inner- und auch außerhalb

<sup>50</sup> Bei dem ausgewiesenen Wert handelt es sich um eine Erhöhung der Streuumsätze, da derzeit dem REWE- und Aldi-Lebensmittelmarkt bereits Erlöse von außerhalb des Einzugsgebiets zufließen.

des Einzugsbereichs dar. Demzufolge sind wesentlich erhöhte Streuumsätze von außerhalb des Einzugsgebiets auszuschließen.

- Für die Betrachtung der städtebaulichen Auswirkungen sind die durch die Vorhaben induzierten Umsatzumlenkungseffekte für die in Heringen ansässigen Betriebe relevant. Dabei geht der im Realisierungsfall am Standort zu erwartende Umsatz zwangsläufig Wettbewerbern an anderer Stelle verloren, da durch die Flächenerweiterung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern umgelenkt wird. Die Auswirkungen dieser Umsatzumverlagerungen von ca. 0,67 Mio. EUR auf die anderen Marktteilnehmer werden in Folge diskutiert.

## 6.4. Wirkungsprognose des Projektvorhabens

### 6.4.1. Methodische Vorgehensweise

Im Rahmen einer qualifizierten Auswirkungsanalyse ist eine sachgerechte Bewertung der Auswirkungen einer geplanten Einzelhandelsansiedlung bzw. -erweiterung auf die bestehende städtebauliche Situation bzw. die Nutzungsstruktur in dem Ansiedlungsort erforderlich. Für die Beurteilung der Auswirkungen ist insbesondere die Überprüfung möglicher **Umsatzverlagerungsprozesse** – die aus zentralen Versorgungsbereichen oder von Nahversorgungsstandorten induziert werden könnten – von entscheidender Bedeutung. Insofern erfolgt eine Analyse und Bewertung der möglichen Umsatzzumlenkungen, die durch das Planvorhaben von REWE und Aldi hervorgerufen werden.

Die Ermittlung der Umsatzzumlenkungen erfolgt unter Anwendung eines Gravitationsmodells<sup>51</sup>, in welches die für den Untersuchungsraum relevanten Berechnungskennwerte einfließen. Die Eingangswerte des Gravitationsmodells sind dabei

- die bestehenden sortimentspezifischen Verkaufsflächen im Untersuchungsraum,
- die Raumleistung bzw. der erzielte Umsatz eines jeden Betriebes,
- die Betriebstypenzugehörigkeit der einzelnen Anbieter,
- die Raumdistanzen bzw. räumlichen Widerstände zwischen den relevanten Handelsbetrieben und dem Projektstandort,
- die Bewertung der Attraktivität und der Leistungsfähigkeit betroffener Handelsbetriebe und
- der Prognoseumsatz des Projektvorhabens.

Mit der Erweiterung des dargestellten REWE- und Aldi-Marktes wird sich das räumliche Angebotsgefüge in Heringen nicht verändern, da beide Betriebe bereits langjährig am Standort „Im langen Roth“ etabliert sind. Mit dem Hinzutreten der erweiterten Verkaufsfläche werden sich jedoch in Folge Umsatzzumverlagerungen zu Lasten von einzelnen Standorten bzw. Betrieben **innerhalb des Einzugsgebietes** ergeben, die auf rd. 0,67 Mio. EUR (vgl. Tab. 11) zu quantifizieren sind.

Ein Teil des Mehrumsatzes der Lebensmittelmärkte stammt aus der Kaufkraftrückholung, so dass auch Auswirkungen auf umliegende Kommunen zu untersuchen sind. Die Umsatzzumverlagerungen, die von Lebensmittelmärkten von **außerhalb des Einzugsgebietes** ausgelöst werden, liegen bei rd. 0,95 Mio. EUR. Hierzu addieren sich die erhöhten Streuumsätze (ca. 0,12 Mio. EUR, vgl. Tab 11), die größtenteils auch Lebensmittelmärkten in angrenzenden Orten verloren gehen. Somit sind die summierten Auswirkungen von rd. 1,07 Mio. EUR zu betrachten, wenngleich es sich um eine verstärkte Eigenbindung von lokalen Kunden aus dem Umfeld von Heringen handelt.

Das eingesetzte Gravitationsmodell<sup>52</sup> liefert eine Berechnung der standortspezifischen Auswirkungen, welche dann in einem zweiten Schritt unter Berücksichtigung der **konkreten Standortgegebenheiten** der betroffenen Betriebe bewertet werden müssen. Auf Grundlage der absatzwirtschaftlichen Untersuchung erfolgt eine Einschätzung von möglichen städtebaulichen Auswirkungen des REWE-/ Aldi-Erweiterungsvorhabens.

51 Das Gravitationsmodell liefert Wahrscheinlichkeitsaussagen über mögliche Kaufkraftumverteilungen, die durch das Vorhaben ausgelöst werden. Dabei sind die dargestellten Quellen der Umsatzherkunft („Aus welchem Gebiet kommen die künftigen Kunden her“ – vgl. Karte 7 i.V.m. Tab. 8) mit den ausgelösten Umsatzzumverteilungen („Wo haben die Kunden bislang eingekauft, welcher Handelsbetrieb bzw. welche Lage wird Umsatz verlieren“ – vgl. Tab. 12) nicht identisch.

52 Für die Prognose der von dem Projektvorhaben ausgehenden absatzwirtschaftlichen Wirkungen wurde ein Gravitationsmodell eingesetzt, das auf dem Modell von D.L. HUFF („Defining and Estimating a Trading Area“) basiert. Das HUFF-Modell ist ein ökonometrisches Interaktions- und Prognosemodell zur Herleitung von Kaufkraftströmen bzw. des Einkaufsverhaltens der Konsumenten. Es werden bspw. die Attraktivität und die Leistungsfähigkeit der betroffenen Einkaufsstätten ebenso wie deren Standortqualität, die Intensität der Wettbewerbsbeziehung oder die Zeitdistanzen zwischen dem Projektstandort und betroffenen Betrieben berücksichtigt. Das Modell wurde auf Grundlage der lokalen Einzelhandels- und Umsatzstrukturen in dem betrachteten Untersuchungsgebiet kalibriert, um eine Prognose der Umsatzzumverlagerungen bei einer Umsetzung des geplanten REWE-/ Aldi-Erweiterungsvorhabens vornehmen zu können.



#### 6.4.2. Städtebauliche Auswirkungen des Vorhabens im Einzugsgebiet

Auf Basis der prognostizierten Umsatzumlenkungen<sup>53</sup>, die durch die Erweiterung des REWE- und des Aldi-Marktes in dem Einzugsgebiet ausgelöst werden (ca. 0,67 Mio. EUR), errechnet sich eine **Umsatzumlenkungsquote von durchschnittlich rd. 4 %** des in dem Einzugsgebiet getätigten Bestandsumsatzes. Der vorstehende Wert der Umsatzumverlagerung stellt den Durchschnittswert aller Anbieter dar. Insbesondere variiert auf Grund

- der Betriebstypenzugehörigkeit und
- der Entfernung betroffener Betriebe zu dem REWE-/ Aldi-Standort

lagespezifisch die prozentuale Umsatzumlenkung der einzelnen Handelsbetriebe im Umfeld des Projektstandortes.

Durch die Sortimentszusammensetzung des Supermarktes bzw. des Discounters werden absatzwirtschaftlich in erster Linie jene Betriebe tangiert, die nahversorgungsrelevante Sortimente mit einem vergleichbaren Betreiberkonzept führen. Somit sind i.d.R. vorwiegend Lebensmittelanbieter betroffen, die als sog. Systemwettbewerber (d.h. Discounter/ Super-/ Verbrauchermärkte) einzustufen sind. Andere Anbieter – beispielsweise Getränkemärkte, Nahrungsmittelhandwerker oder Lebensmittelspezialgeschäfte – die nur Teilsortimente anbieten, werden deutlich geringere Auswirkungen zu verkraften haben.

Die folgende Tabelle beschreibt die **absatzwirtschaftlichen Auswirkungen** in den einzelnen Lagebereichen im Einzugsgebiet (vgl. Tab. 5).

**Tabelle 12: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des REWE-/ Aldi-Marktes im Einzugsgebiet**

	Bestandsumsatz		Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR		Mio. EUR	%
Heringen – zentraler Versorgungsbereich	0,65		0,02	n.n.
Heringen – sonstige Lagen	14,17		0,63	4,4
Heringen – dezentrale Ortsteile	1,04		0,01	n.n.
Überörtliches Einzugsgebiet	0,60		0,01	n.n.
<b>Gesamt</b>	<b>16,46</b>		<b>0,67</b>	<b>4,1</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen / n.n. = nicht nachweisbar, Umsatzumlenkungen unter 0,10 Mio. EUR

Der Wert der Umsatzumverlagerung von ca. 4 % liegt mit einem deutlichen Sicherheitspuffer unter dem Abwägungsschwellenwert der Unverträglichkeit (rd. 10 %, vgl. Tab. 7), so dass lediglich von einer geringfügigen Intensivierung des Wettbewerbs in Heringen bzw. in dem Einzugsgebiet auszugehen ist. Etwaige Abschmelzungstendenzen sind aus diesen Werten der Umsatzrückgänge nicht abzuleiten, ebenso wie ein Umschlagen von rein wirtschaftlichen zu städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen (bspw. Leerstand und daraus folgende Trading-down-Tendenzen oder der Abbau von Versorgungsangeboten) nicht zu erwarten ist.

<sup>53</sup> In der Umsatzumverteilungsrechnung sind neben den Food- auch die Non-Food-Sortimente des Supermarktes und des Discounters inbegriffen. In den Non-Food I-Sortimenten werden sich die Umsatzumlenkungen des REWE- und des Aldi-Marktes nicht zu Lasten anderer Betriebstypen außerhalb des Lebensmitteleinzelhandels niederschlagen. Diese Sortimente (Drogeriewaren/Tiernahrung) werden i.d.R. in Kombination mit dem Lebensmittelsortiment nachgefragt, wobei diese Umsätze – wie berechnet – von bestehenden Anbietern des Lebensmittelhandels verlagert werden.

Die Umverteilungseffekte des erweiterten Supermarktes bzw. des Discounters sind im Bereich des Non-Food II-Segments (vgl. Anlage 2) auf Grund der geringen Größenordnung des zusätzlichen Umsatzes, welcher sich zudem auf unterschiedliche Sortimente verteilt, städtebaulich nicht erheblich. Die Non-Food II-Sortimente sind ferner dem Kernsortiment Lebensmittel flächenmäßig deutlich untergeordnet, da diese bei REWE lediglich rd. 3 % und bei Aldi ca. 10 % der Verkaufsfläche einnehmen. Des Weiteren stellen die Sortimente nur einen Teilausschnitt des jeweiligen Angebots dar, so dass die Sortimentsbreite und -tiefe im Vergleich zu einem Spezialanbieter unterdurchschnittlich ist. In Summe sind schädliche städtebauliche Auswirkungen der nur marginal bzw. anteilig erweiterten Non-Food-Verkaufsfläche der beiden Lebensmittelmärkte auszuschließen.

Für die absatzwirtschaftlich betroffenen Handelsbetriebe in dem innerörtlichen **zentralen Versorgungsbereich** werden nur marginale Umsatzrückgänge ausgewiesen, die mit ca. 0,02 Mio. EUR deutlich unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze<sup>54</sup> (0,10 Mio. EUR) liegen. Auf Basis der äußerst geringen Höhe dieses summierten Umsatzrückgangs besteht kein „Anfangsverdacht“ für eine mögliche Schädigung dieses Bereiches. Stattdessen sind für die einzelnen Betriebe in dem zentralen Versorgungsbereich keine spürbaren Umsatzausfälle zu erwarten, da die Erlösrückgänge im Rahmen einer üblichen jahreszeitlichen Umsatzenschwankung liegen und nicht zu Ertrageinbrüchen der betroffenen Lebensmittelanbieter führen können.

Die geringen Umsatzverluste innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ergeben sich aus der Tatsache, dass hier kein vergleichbarer Lebensmittelmarkt vorhanden ist, der in direkter Konkurrenz zu dem projektierten REWE- bzw. Aldi-Markt steht. Somit werden sich gegenüber den innerörtlichen Bestandsanbietern nur geringfügige Wettbewerbswirkungen vollziehen, da die Konkurrenzbetriebe von REWE und von Aldi außerhalb der Heringener Ortskerns liegen.

Das innerörtliche Lebensmittelangebot wird ausschließlich durch drei Bäcker geprägt. Diese Nahrungsmittelhandwerker führen kein dem REWE-/ Aldi-Markt vergleichbares Lebensmittelangebot. Somit werden diese Betriebe absatzwirtschaftlich von dem REWE-/ Aldi-Vorhaben nicht tangiert, da diese Ladenhandwerker durch ihre spezielle Ausrichtung auf Frische, individuellen Geschmack, Service und teilweise Kleingastronomie keinen direkten Wettbewerber zu dem Lebensmittelgrundsortiment des Supermarktes bzw. des Discounters darstellen.

Der bestehende Back-Shop in der Vorkassenzzone des REWE-Marktes wird nach dem Marktneubau wieder angesiedelt. Somit ergibt sich keine Veränderung der Angebotssituation für Heringen; die Konkurrenzlage bleibt in diesem Angebotssegment unverändert. Bezüglich der nur geringfügig erhöhten Verkaufsfläche werden sich für die drei Bäcker in der Innenstadt<sup>55</sup> keine existenzbedrohenden Umsatzverluste ergeben, so dass eine Abschmelzung dieser bestehenden Betriebe auszuschließen ist. Ferner wird bei dem geplanten Bäcker hauptsächlich die Gastronomiefläche erhöht, da die Installation eines vergrößerten Sitzbereiches angedacht ist.

Durch die Erweiterungsvorhaben von REWE und von Aldi wird der weiteren Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs i.S.d. § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO nicht entgegengewirkt. Eine Beeinträchtigung der Entwicklung wäre beispielsweise anzunehmen, wenn durch das Projektvorhaben die geplante Realisierung eines vergleichbaren Ansiedlungsvorhabens in der Innenstadt von Heringen gefährdet wäre.

Hierzu ist anzumerken, dass die flächenseitigen Ansiedlungsvoraussetzungen für einen großformatigen Lebensmittelmarkt im Bestand nicht gegeben sind. Der Immobilienbestand des Stadtkerns setzt sich – mit Ausnahme des Standortes von Thomas Philipps – aus einer kleinteiligen und kompakten Bebauungsstruktur zusammen. Mögliche Potenzialflächen, die für eine Bebauung mit einem großformatigen Lebensmittelmarkt infrage kommen würden, sind augenscheinlich nicht vorhanden.

In der Innenstadt von Heringen wurde bereits von einer ursprünglich geplanten Entwicklung abgesehen, wobei im Kreuzungsbereich Hauptstraße/Lindigstraße die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes und eines weiteren Fachmarktes geplant war. Die Umsetzung war u.a. auf Grund der ansteigenden Topographie des Projektareals, der nicht vollständig gegebenen Grundstücksverfügbarkeit aller notwendigen Parzellen, der geringen bzw. beengten Grundstücksfläche, der relativ hohen Verkaufspreise<sup>56</sup> und des hohen, zusätzlich zu erwartenden Verkehrsaufkommens nicht möglich.

Seit dem Auszug von Thomas Philipps steht in der Hauptstraße ein großformatiger Markt mit ca. 1.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zur Verfügung. Die renovierungsbedürftigen Geschäftsräume und das suboptimale Außenge-

54 Umsatzmühenkennungseffekte von unter 0,10 Mio. EUR sind auf einzelne Betriebe mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht mehr nachweisbar bzw. lassen sich mit einer modellbasierenden Wahrscheinlichkeitsrechnung nicht mehr hinreichend genau ermitteln (vgl. auch Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10 A 1676/08] vom 30.09.2009). Unterhalb dieses Wertes sind i.d.R. keine städtebaulich negativen Auswirkungen zu erwarten.

55 Bei einem Betrieb – der Bäckerei Guter Gerlach aus Hauneck-Unterhaun– handelt es sich zudem um den gleichen Anbieter wie in der Vorkassenzzone des REWE-Marktes.

56 Die notwendigen Grundstücke sind größtenteils mit intakten und genutzten Wohnimmobilien bebaut, was zu marktüblichen – beziehungsweise aus Sicht der Projektentwicklung zu hohen – Ankaufspreisen führt.

lände haben den aktuellen betreiberspezifischen Anforderungen von Thomas Philipps nicht vollständig entsprochen, ebenso bestanden auf Grund der beengten Anlieferungssituation logistische Probleme. Ferner hat sich die Parkplatzanlage auf Grund des Höhenversatzes, der begrenzten Stellplatzanzahl, der engen Parkbuchten sowie der „Fremdparker“ aus Sicht von Thomas Philipps suboptimal dargestellt.

Eine Nachnutzung der Bestandsimmobilie – die bereits im Jahr 1984 in Betrieb genommen und langjährig durch einen tegut-Lebensmittelmarkt genutzt wurde – ist aus gutachterlicher Sicht auszuschließen. Dies beruht einerseits auf dem augenscheinlich nicht-zeitgemäßen Zustand der Handelsimmobilie sowie des sichtbaren Investitionsstaus. Auf der anderen Seite stellt sich die Verkaufsfläche für Lebensmittelfilialisten unter Berücksichtigung der aktuellen betreiberspezifischen Vorstellung potenzieller Betreiber als zu gering dar. Da sich ferner die bereits vorstehend genannten Standortfaktoren (zu kleine Parkplatzanlage, Höhenversatz des Marktes zur Hauptstraße) suboptimal für einen größeren Lebensmittelmarkt zeigen, ist die Revitalisierung dieser Immobilie durch einen Lebensmittelmarkt mit großer Sicherheit auszuschließen.

Des Weiteren sind die für einen großflächigen Lebensmittelmarkt notwendigen Standortvoraussetzungen auch hinsichtlich der Erreichbarkeit, des induzierten Verkehrs und der logistischen Voraussetzungen (u.a. Anfahrt des Lieferverkehrs) im Zentrum von Heringen nicht vollständig gegeben. Hierbei ist zu beachten, dass ein entsprechender Lebensmittelmarkt vor allem auch Kunden aus den peripheren Ortsteilen von Heringen<sup>57</sup> und aus dem überörtlichen Einzugsgebiet aufnehmen muss, was zu einer deutliche Erhöhung der innerstädtischen Verkehrsbelastung führen würde.

Zusammenfassend ist die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes in dem innerörtlichen Kernbereich – der als Frequenzbringer und als Magnetbetrieb fungieren würde – unrealistisch. Mit der Erweiterung des REWE- und des Aldi-Marktes wird somit einer möglichen Weiterentwicklung des Ortskerns von Heringen nicht entgegengewirkt.

Fazit: Auf Basis der vorstehenden Diskussion sind mit der geplanten Erweiterung des REWE- und des Aldi-Marktes keine funktionsschädigenden Auswirkungen auf den innerörtlichen zentralen Versorgungsbereich in Heringen zu prognostizieren; ferner ist auch eine Einschränkung bei der Weiterentwicklung dieses Bereiches im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO auszuschließen.

Für die Lebensmittelanbieter in den **sonstigen Lagen von Heringen** (d.h. Standorte außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches) sind Umsatzverluste von ca. 4 % zu prognostizieren (vgl. Tab. 12). Diese werden sich maßgeblich zwischen den beiden Lebensmittelmärkten REWE und Aldi vollziehen. Einerseits werden sich nach der Aldi-Flächenerweiterung Umsatzrückgänge für den naheliegenden REWE-Markt ergeben. Diese Umsatzumverlagerung dürfte sich relativ zeitnah vollziehen, da Aldi seine Immobilie baulich nicht erweitern muss; es erfolgt lediglich die Umnutzung von Lager- zu Verkaufsfläche.

Andererseits werden sich nach dem Neubau des REWE-Marktes die erfolgten Umsatzumlenkungen wiederum weitgehend ausgleichen, da REWE durch die erhöhte Attraktivität seines Marktes gewisse Kundenanteile zurückholen wird. Die gegenseitigen Umsatzumlenkungen werden auf einem ähnlichen Niveau liegen, da auch die Flächenerweiterungen beider Märkte relativ gleich hoch ausfallen. Die Erweiterungsfläche bei Aldi beträgt ca. 300 m<sup>2</sup>, bei REWE ca. 225 m<sup>2</sup>.

Die REWE-Erweiterungsfläche setzt sich dabei aus der eigentlichen Markterweiterung von ca. 820 m<sup>2</sup> abzüglich der Fläche des REWE-Getränkemarktes („Im Quellengrund“) von ca. 595 m<sup>2</sup> zusammen (vgl. Tab. 1). Die Fläche des Getränkemarktes wird dabei von REWE nicht weiter genutzt; eine alternative Betrachtung der Umsatzumlenkungsquoten bei einer potenziellen Nachbelegung wird jedoch nachfolgend unter Punkt 6.4.4 durchgeführt.

Wie vorstehend bereits ausgeführt, werden sich die gegenseitigen Umsatzverluste des REWE- und des Aldi-Marktes auch auf Grund der unterschiedlichen konzeptionellen Ausrichtung beider Märkte im gewissen Sinne relativieren. Das Angebot eines Discounters ist – im Gegensatz zu einem Supermarkt – nur auf ausge-

<sup>57</sup> Der Bevölkerungsanteil der dezentralen Ortsteile beträgt im Verhältnis zur Gesamteinwohnerzahl von Heringen ca. 60 %, so dass der Großteil der Bevölkerung außerhalb der Kernstadt wohnt.

wählte Bereiche bzw. Lebensmitteleilsortimente und vorwiegend auf sogenannte „Schnelldreher“ begrenzt. Dieser Betriebstyp ist auf ein schmales Sortiment bei einem hohen Warenumsatz ausgerichtet und bietet nur eine Grundpalette für die Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln auf Discountniveau an. Demgegenüber offeriert ein Supermarkt ein breites und umfassendes Angebot (Vollsortiment), welches eine Betonung auf Frische, Qualität, Sortimentstiefe, Service, Convenience und nicht nur auf den Preis legt.<sup>58</sup>

Die beiden Betriebstypen Supermarkt und Discounter sprechen zum Teil auch unterschiedliche Kundengruppen an bzw. initiieren unterschiedliche Kaufanlässe. Während bei einem Discounter meist preisorientiert der Grundbedarf an Lebensmitteln gedeckt wird, werden bei einem Besuch in einem Supermarkt vorwiegend Frischeprodukte und qualitativ höherwertige Lebensmittel nachgefragt. Beide Betriebstypen stehen zwar grundsätzlich in Konkurrenz zueinander, haben aber auf Grund des Preisniveaus und der Sortimentstiefe zum Teil unterschiedliche Zielgruppen bzw. Kaufimpulse.

Somit findet der Wettbewerb vorwiegend unter systemgleichen Anbietern statt, da ein höherpreisiger und serviceorientierter Lebensmittelsupermarkt mit typähnlichen Betrieben stärker als mit discountorientierten oder preisaggressiven Anbietern in Konkurrenz tritt.<sup>59</sup> Bezüglich der vorstehenden Betriebstypencharakteristika sind daher verkraftbare absatzwirtschaftliche Auswirkungen zwischen dem REWE- und dem Aldi-Markt zu erwarten, zumal beide Betriebe nach ihrer jeweiligen Erweiterung über eine konzeptkonforme und somit optimale Verkaufsfläche verfügen.

Zusammenfassend ergibt sich, dass REWE und Aldi – auch durch ihre Lage in einem Standortverbund – auf Grund ihrer unterschiedlichen konzeptionellen Ausrichtung (Supermarkt vs. Discounter) einen verträglichen Wettbewerb führen werden. Hierzu steht beiden Märkten auch ein ausreichendes und solides Nachfragepotenzial in ihrem Einzugsgebiet zur Verfügung.<sup>60</sup>

Der REWE-Getränkemarkt am Standort „Im Quellengrund“ wird seitens des Betreibers geschlossen. Eine Nachbelegung durch einen vergleichbaren Anbieter ist nicht realistisch, was sich insbesondere aus dem bestehenden Angebot an Getränkemarkten in Heringen ableitet. Neben dem geplanten umfangreichen Getränkesortiment im REWE-Markt wurde der vormalige Aldi-Markt durch den Getränkemarktanbieter Logo nachgenutzt. Somit stehen für die Einwohner von Heringen zwei überdurchschnittlich leistungsfähige Anbieter zur Deckung der Nachfrage zur Verfügung, die zudem auf Grund der Lage in einem Standortverbund optimale Synergien ausbilden können. Die Ansiedlung eines dritten Getränkemarktes ist daher nicht realistisch.

Dies zeigt sich auch in der fehlenden betreiberseitigen Nachfrage nach zwei bestehenden Leerstandsflächen. So steht der vormalige Logo-Getränkemarkt im Riedweg 4-6 leer, mit der Fläche von Getränke Thor-nagel im Riedweg 15 ist eine weitere Angebotsfläche vorhanden. Für beide Flächen existiert offenkundig keine Nachfrage, so dass auch die Nachbelegung des REWE-Getränkemarktes unwahrscheinlich ist.

Mit der Verlagerung des REWE-Getränkemarktes werden sich keine negativen *versorgungsstrukturellen Auswirkungen* in Heringen ergeben. Der Markt wird in Richtung Ortsmitte verlagert und das Getränkesortiment in die Fläche des erweiterten REWE-Marktes integriert. Demnach wird keine Absiedlung dieses Sortimentes in Heringen erfolgen. Insbesondere können Getränke dann direkt in Verbindung mit dem Lebensmitteleinkauf nachgefragt werden.

Durch den Rückzug des Getränkemarktes von dem Standort „Im Quellengrund“ werden sich keine negativen *städttebaulichen Schädigungen* für das Ortsbild von Heringen ergeben. Der bestehende Getränkemarkt ist dezentral am Ortsausgangsbereich von Heringen in Richtung Leimbach verortet. Der Markt liegt außerhalb der Heringener Ortsmitte; insbesondere bestehen keine Austausch- bzw. Sichtbeziehungen des Getränke-

58 Die durchschnittliche Artikelzahl liegt in Supermärkten bei rd. 12.000 Artikeln und somit deutlich über der durchschnittlichen Auswahlbreite von Discountern mit rd. 2.000 Artikeln.

59 Dies wird ebenfalls anhand der Tatsache deutlich, dass Supermärkte und Discounter auch gemeinsam Standorte belegen, da die Kopp-lungs- und Synergieeffekte solcher Standortverbünde höher als die gegenseitigen Kannibalisierungseffekte sind. Beispiele sind u.a. Edeka und Aldi in Philippsthal oder REWE und Penny und Vacha.

60 Die Lebensmittelkaufkraft in dem Einzugsgebiet (ca. 21,56 Mio. EUR) kann von dem REWE-Markt und dem Aldi-Markt auch nach der Flä-chenerweiterung bei Weitem nicht vollständig gebunden werden, worauf auch die aktuelle Zentralität von 69 % (vgl. Tab. 6) hindeutet. Somit steht für REWE und für Aldi eine ausreichende und solide Nachfragebasis zur Verfügung.

marktes zu dem zentralen Versorgungsbereich. Somit sind keine städtebaulichen Schäden für das innerstädtische Ortsbild zu erwarten.

Der Logo-Getränkemarkt – im Standortverbund mit REWE und Aldi – wird nur marginale Umsatzverluste zu erwarten haben, die unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze von 0,10 Mio. EUR ausfallen werden. Ein Rückzug dieses Marktes ist daher auszuschließen. Der Logo-Markt wird monetär nur geringfügig von dem REWE-Projektvorhaben tangiert, da es sich lediglich um die Verlagerung eines Bestandsmarktes handelt. Ferner wird die bestehende Getränkemarktfläche bei REWE nicht ausgeweitet, da es sich mit rd. 600 m<sup>2</sup> bereits um einen Maximalwert für Getränke handelt.

Grundsätzlich kann Logo von den Synergieeffekten zu REWE und zu Aldi profitieren, da der Markt wesentlich von der induzierten Kundenfrequenz dieser beiden Betriebe partizipiert. Unter Berücksichtigung der Standortqualität und der nur geringfügigen Umsatzverluste ist daher ein Rückzug dieses Marktes auszuschließen.

Ferner ist darauf zu verweisen, dass sich die Angebotslage in diesem Segment bereits Anfang des Jahres 2020 entspannt hat. So hat Getränke Thornagel im Riedweg 15 seinen Markt geschlossen, diese vormalige Getränkemarktfläche wird nicht weiter betrieben.

Im Riedweg 4 – im ehemaligen Lidl-Markt – ist eine Filiale der Fleischerei Deiseroth verortet. Da in dem erweiterten REWE- und auch in dem Aldi-Markt kein Fleischer geplant ist, sind für diesen Betrieb keine Auswirkungen nachweisbar. Eine vorhabenausgelöste Absiedlung dieser Filiale ist daher nicht zu erwarten.

Fazit: Durch die avisierte Flächenerweiterung von REWE und von Aldi werden sich keine vorhabeninduzierten schädlichen Auswirkungen auf die bestehenden Lebensmittelanbieter in sonstigen Lagen in der Heringer Kernstadt ergeben.

Das Lebensmittelangebot in den **dezentralen Ortsteilen** von Heringen wird durch vier Nahrungsmittelhandwerker geprägt. Wie bereits beschrieben, ergeben sich für den Bäcker und die drei Fleischer auf Grund der unterschiedlichen konzeptionellen Ausrichtung im Vergleich zu dem REWE- bzw. dem Aldi-Markt keine einzelbetrieblich nachweisbaren Auswirkungen. Eine Absiedlung dieser Ladenhandwerker ist auf Grund der nur marginalen Umsatzverluste auszuschließen. Diese liegen in Summe für alle vier Anbieter bei ca. 0,01 Mio. EUR (vgl. Tab. 12) und somit unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze (ca. 0,10 Mio. EUR).

Grundsätzlich wird sich die Angebotssituation für diese vier Betriebe nicht verändern, da der Bäcker in der Vorkassenzzone des REWE-Marktes bereits langjährig hier angesiedelt ist und nur geringfügig erweitert bzw. attraktiviert wird. Ferner ist kein Fleischer geplant, so dass sich die Konkurrenzsituation auch für diese Anbieter nicht verändert.

Für die Tankstelle Agip in Wölfershausen sind ebenfalls keine messbaren Umsatzverluste zu sehen. Der Betrieb bietet neben Kraftstoffen vor allem Getränke und Tabakwaren und ein Minisortiment an Lebensmitteln an. Eine Beeinträchtigung ergibt sich für diesen Anbieter – der im Vergleich mit dem REWE-/ Aldi-Markt eine andere Zielkundschaft anspricht – nicht, da der Hauptteil der Erlöse aus dem Kraftstoffverkauf stammt.

Fazit: Nach der Flächenerweiterung von REWE- und von Aldi werden sich keine messbaren Auswirkungen auf die bestehenden Nahrungsmittelhandwerker in den dezentralen Ortsteilen von Heringen ergeben.

In dem **überörtlichen Einzugsgebiet** der beiden Lebensmittelmärkte ist mit einem kleinen SB-Geschäft (Edeka-Schnellkauf) in Dankmarshausen sowie einem Getränkemarkt und einem Tankstellenshop in Dippach nur ein geringes Angebot (ca. 150 m<sup>2</sup> VK) vorzufinden. Eine vollumfängliche Lebensmittelversorgung ist durch diese Anbieter in den jeweiligen Orten nicht möglich.

Durch die erweiterte Verkaufsfläche von REWE und Aldi werden nur marginale Umsatzzumlenkungen ausgelöst, die in Summe bei ca. 0,01 Mio. EUR (vgl. Tab. 12) und somit deutlich unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze (ca. 0,10 Mio. EUR) liegen werden. Da sich dieser Umsatzverlust zudem auf drei Lebensmittelanbieter verteilt, sind unter Zugrundelegung der prognostischen Marktanalyse keine einzelbetrieblichen monetären Auswirkungen nachweisbar. Ein Rückzug dieser Betriebe und ein damit einhergehender Abbau von verbrauchernaher Versorgung sind daher auszuschließen.

Ferner ist auf das hohe Nachfragepotenzial nach Lebensmitteln in diesen beiden Orten zu verweisen, das in Dankmarshausen bei rd. 2,30 Mio. EUR und in Dippach bei rd. 2,51 Mio. EUR liegt.<sup>61</sup> Somit besteht für die hier verorteten Lebensmittelanbieter eine sehr hohe bzw. solide Nachfrage- und Potenzialbasis. Der rentable Betrieb der beschriebenen Anbieter ist daher – auch unter Berücksichtigung einer nur anteiligen Marktdurchdringung von REWE und von Aldi – weiterhin möglich.

Fazit: Durch die hinzutretende Verkaufsfläche des REWE- und des Aldi-Marktes werden sich keine spürbaren monetären Auswirkungen auf die bestehenden Lebensmittelanbieter in dem überörtlichen Einzugsgebiet ergeben.

In **Zusammenfassung** der vorstehenden Diskussion wird es mit der geplanten Erweiterung des REWE- und des Aldi-Marktes in Heringen nicht zu einem Rückzug bestehender Lebensmittelanbieter in dem untersuchten Einzugsgebiet kommen. Demnach ist keine Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung zu erwarten, zumal der REWE- und der Aldi-Markt selbst die maßgeblichen Träger der örtlichen Grundversorgung für Heringen darstellen. Ferner ist eine Schädigung des innerörtlichen zentralen Versorgungsbereichs in Heringen auszuschließen. Im Fazit sind die in § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO formulierten Auswirkungen nicht zu erwarten.

---

61 vgl. Berechnungsmethodik unter Punkt 5.2.

### 6.4.3. Städtebauliche Auswirkungen des Vorhabens außerhalb des Einzugsgebietes

Eine relevante Wirkung des REWE- bzw. Aldi-Erweiterungsvorhabens auf Bereiche außerhalb des dargestellten Einzugsgebietes wäre zu erwarten, wenn mit der Realisierung des Planvorhabens die bestehenden Angebotsstrukturen in umliegenden Orten auf Grund von Wettbewerbswirkungen gravierenden Beeinträchtigungen ausgesetzt wären und somit die Grundversorgung der Bevölkerung oder die Funktion von zentralen Versorgungsbereichen gefährdet wäre.

Derzeit decken Kunden aus dem zonierten Einzugsgebiet auch außerhalb dieses Bereiches ihre Nachfrage nach Lebensmitteln, so dass verschiedene **Kundenverflechtungen**<sup>62</sup> zu Lebensmittelanbietern in umliegenden Orten bestehen. Dies betrifft vor allem Kunden in den Randbereichen des Einzugsgebietes. Die abfließende Kaufkraft aus dem dargestellten Einzugsgebiet ist aktuell auf ca. 6,63 Mio. EUR (vgl. Tab. 6) zu quantifizieren, wobei durch das geplante Projektvorhaben nur eine anteilige Kaufkraftrückholung zu erwarten ist.

Grundsätzlich handelt es sich bei der Umsatzrückholung lediglich um eine verstärkte Bindung der Lebensmittelkaufkraft vor Ort in Heringen, da der geplante REWE- bzw. Aldi-Markt keine zählbaren Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes – mit Ausnahme von Streukunden – akquirieren kann. Dies ergibt sich insbesondere

- aus der Begrenzung des Einzugsgebietes durch umliegende konkurrierende Lebensmittelmärkte, vor allem auch durch betriebsgleiche REWE-Märkte und eine Aldi-Filiale (vgl. Karte 6),
- auf Grund fehlender Alleinstellungsmerkmale des Gesamtkonzepts eines REWE- bzw. Aldi-Marktes,
- der ansteigenden Zeit-Wege-Distanzen zum Erreichen des Standortes der beiden Märkte,
- der Ausrichtung der Lebensmittelmärkte auf ein überwiegend lokales Marktgebiet und
- der flächenseitigen Fokussierung der Märkte auf nahversorgungsrelevante Sortimente und der damit verbundenen geringen Kundenakzeptanz von erhöhten Fahrzeiten zur Nachfrageabdeckung.

Die Höhe der Umsatzrückholung deutet nicht auf überdimensionierte Werte, die beispielsweise auf eine über das Einzugsgebiet hinausgehende Versorgungsfunktion des REWE-/ Aldi-Marktes oder auf eine im Verhältnis zur Einwohnerzahl in dem Einzugsgebiet standortunangepasste Verkaufsfläche hinweisen. Dies ergibt sich aus der Tatsache, dass durch den neu aufgestellten REWE-/ Aldi-Markt nur ein geringer **Teil der abfließenden Umsätze** zurückgeholt wird. Das zeigt die Gegenüberstellung des Wertes der Umsatzrückholung der Lebensmittelmärkte (ca. 0,95 Mio. EUR, vgl. Tab. 11) im Vergleich zu dem derzeit abfließenden Nachfragepotenzial aus dem dargestellten Einzugsgebiet (ca. 6,63 Mio. EUR, vgl. Tab. 6).

Nachstehend wird die **prospektive Zentralität** in dem Einzugsgebiet nach der Umsetzung des Projektvorhabens ausgewiesen, die sich auf Basis der Bestandsumsätze und aus den Umsatzrückholungen bzw. der verstärkten Eigenbindung der Lebensmittelkaufkraft vor Ort in Heringen errechnet.<sup>63</sup>

**Tabelle 13: Prospektive Zentralität des Sortiments Lebensmittel im Einzugsgebiet**

	Marktpotenzial	Umsätze (IST/PLAN)	Zentralität
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
IST		14,93	69
PLAN	21,56	15,87	74

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

62 Der Kaufkraftabfluss wird aus der berechneten Bindungsquote des Lebensmittelhandels in dem betrachteten Einzugsgebiet deutlich, die aktuell nur bei 69 % liegt und somit auf einen hohen Kaufkraftabfluss hinweist (vgl. Tab. 6).

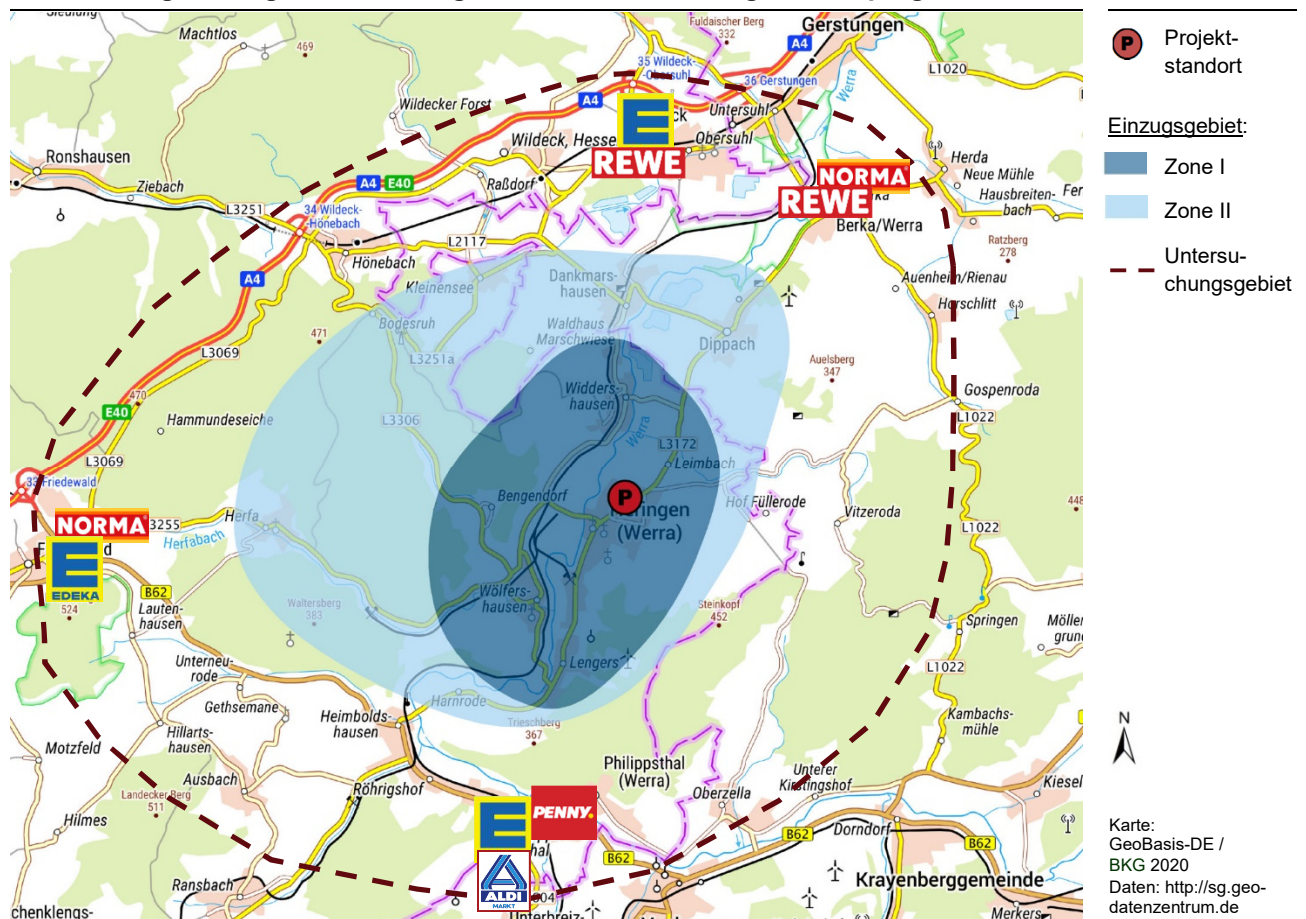
63 Die prospektiven Umsätze des Lebensmittelhandels in dem Einzugsgebiet errechnen sich aus den Ist-Umsätzen (ca. 14,93 Mio. EUR, vgl. Tab. 6) zuzüglich der zu erwartenden Umsatzrückholungen (ca. 0,84 Mio. EUR, nur Food-Umsätze) und erhöhter Streuumsätze (ca. 0,10 Mio. EUR, nur Food-Umsätze).

Nach dem Hinzutreten des erweiterten REWE-/ Aldi-Marktes ist keine vollständige Bindung der lokalen Lebensmittelkaufkraft durch die Anbieter in dem betrachteten Marktgebiet möglich, so dass auch weiterhin Versorgungsfahrten an umliegende Angebotsstandorte notwendig sind. Die Zentralität wird bei ca. 74 % liegen, wobei sich ein Kaufkraftabfluss von ca. 5,69 Mio. EUR errechnet.

Demnach kann die Kaufkraft für Lebensmittel in dem Einzugsgebiet nicht vollständig vor Ort in Heringen gebunden werden. Dies ist u.a. mit der Flächendimensionierung des projektierten REWE- bzw. Aldi-Marktes bzw. deren Strahlkraft zu begründen, da solch ein Supermarkt bzw. Discounter keine überdurchschnittlich hohe oder gar vollständige Bindung des gesamten lokalen Nachfragepotenzials erzielen kann.

Die Kunden und die Umsätze, die zukünftig durch den flächenseitig vergrößerten REWE-/ Aldi-Markt verstärkt gebunden bzw. „zurückgeholt“ werden, gehen naturgemäß umliegenden Standorten außerhalb des Einzugsgebietes verloren. Hierbei sind maßgeblich die Lebensmittelanbieter im Umfeld von Heringen betroffen, die eine qualifizierte und vergleichbare **Einkaufsalternative** für die Bewohner innerhalb des betrachteten Einzugsgebietes darstellen. Dies sind Lebensmittelmärkte in Obersuhl, Berka/Werra, Philippsthal und in Friedewald (vgl. Karte 6), die auch auf die Konsumenten in dem zonierten Einzugsgebiet ausstrahlen.

**Karte 8: Abgrenzung Untersuchungsraum und Skizzierung strukturprägender Lebensmittelmärkte**



Es ist von einer **Rückholung von derzeit abfließender Lebensmittelkaufkraft** von rd. 0,95 Mio. EUR auszugehen, wobei sich zu diesem Wert der Umsatzrückholung die sog. Streuumsätze (rd. 0,12 Mio. EUR, vgl. Tab. 11) addieren. Hierbei handelt es sich um Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes, die aperiodisch den REWE-/ Aldi-Markt in Heringen zum Einkauf aufsuchen. Diese Umsätze gehen i.d.R. ebenfalls den Märkten in umliegenden Orten verloren. Der summierte Wert der Umsatzverluste liegt demnach für die Lebensmittelanbieter in Obersuhl, Berka/Werra, Philippsthal und in Friedewald bei ca. 1,07 Mio. EUR.



Im Verhältnis zu den generierten Umsätzen der Lebensmittelanbieter in dem dargestellten Untersuchungsraum entspricht der vorstehende Wert der Umsatzrückholung einer **Umsatzumlenkungsquote** von durchschnittlich rd. 2 %.

**Tabelle 14: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des Projektvorhabens durch Umsatzrückholung**

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Obersuhl (REWE, Edeka)	14,76		
Berka/Werra (REWE, Norma)	8,71		
Philippsthal (Edeka, Aldi, Penny)	15,13		
Friedewald (Edeka, Norma)	8,98		
<b>Gesamt</b>	<b>47,58</b>	<b>1,07</b>	<b>2,2</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Der Wert der Umsatzumverlagerung liegt in Summe und auch einzelbetrieblich mit einem deutlichen Sicherheitspuffer unter dem Abwägungsschwellenwert der Unverträglichkeit von rd. 10 % (vgl. Tab. 7), somit ist lediglich von einer geringfügigen bzw. kaum spürbaren Intensivierung des Wettbewerbs in den einzelnen Lebensmittelmärkten außerhalb des Einzugsgebiets auszugehen. Ein „Anfangsverdacht“ für schädliche Auswirkungen lässt sich aus diesen geringen Umsatzumlenkungswerten nicht ableiten, so dass **keine Absiedlung eines strukturprägenden Lebensmittelmarkts** in dem Untersuchungsraum zu erwarten ist.

Ferner wird die geplante Umstrukturierung des REWE- und des Aldi-Marktes nicht zu einer vom Kunden bewusst wahrnehmbaren Veränderung bei der gegebenen Standortsituation führen, die einen nennenswerten Wechsel der bestehenden Kunden- und Kaufkraftströme im regionalen Umfeld von Heringen hervorrufen würde. Sowohl die REWE- als auch die Aldi-Filiale sind bereits seit vielen Jahren in Heringen etabliert. Somit haben sich die relevanten Wettbewerbsstrukturen und damit die **Einkaufsorientierungen** der lokalen Verbraucher bereits langjährig herausgebildet, wobei eine maßgebliche Neuorientierung der Einkaufsbeziehungen bezüglich der erhöhten Verkaufsfläche von REWE und Aldi nicht realistisch ist.

Ebenfalls bleiben die wesentlichen Standortfaktoren wie die Verkehrsanbindung oder die Erreichbarkeit der Märkte gleich, ferner verändert sich das Einzugsgebiet bzw. die ansprechbare Bevölkerung in dem Marktgebiet bei den Erweiterungsvorhaben nicht. In Summe der vorstehenden Faktoren ist somit lediglich von einer verhältnismäßig geringen Erhöhung des Standortumsatzes der zu prüfenden REWE- und Aldi-Filiale auszugehen, die sich aus der erhöhten Verkaufsfläche der Märkte und der verbesserten Attraktivität ergibt. Schädliche Auswirkungen auf Lebensmittelmärkte in umliegenden Orten sind daher auszuschließen.

Mit Blick auf die prospektive Angebotslage in Heringen ist zu konstatieren, dass nach dem Hinzutreten der Mehrfläche der beiden Lebensmittelmärkte (ca. 525 m<sup>2</sup>, vgl. Tab. 1) die Lebensmittelverkaufsfläche in Heringen auf ca. 4.500 m<sup>2</sup> ansteigen wird; die **Verkaufsflächendichte** wird sich von derzeit ca. 0,56 m<sup>2</sup> auf dann ca. 0,63 m<sup>2</sup> je Einwohner erhöhen. Im interkommunalen Vergleich mit umliegenden Orten wie Wildeck (ca. 0,83 m<sup>2</sup>/Ew.), Philippsthal (ca. 1,12 m<sup>2</sup>/Ew.) oder Friedewald (ca. 1,05 m<sup>2</sup>/Ew.) fällt die Flächendichte des Lebensmittelhandels in Heringen – als Mittelzentrum ausgewiesen – deutlich niedriger aus. Somit ist nicht von einer überdimensionierten Flächenansiedlung in Heringen auszugehen.

Im **Fazit** werden mit der Erweiterung des REWE-Lebensmittelmarktes und der sich daraus ergebenden verstärkten Kundenbindung Umsatzrückholungseffekte nach Heringen ausgelöst, die jedoch auf Grund der breiten räumlichen Streuung über verschiedene Lebensmittelmärkte in umliegenden Orten keinerlei schädliche Auswirkungen haben werden.

#### 6.4.4. Städtebauliche Auswirkungen des Vorhabens bei (theoretischer) Nachbelegung des REWE-Getränkemarktes „Im Quellengrund“

Nachstehend werden die städtebaulichen Auswirkungen für das REWE-Verlagerungsvorhaben ermittelt, sofern eine **Wiederbelegung des bestehenden REWE-Getränkemarktes** am Standort „Im Quellengrund“ mit einem vergleichbaren Getränkemarktkonzept erfolgen würde. Insbesondere auf Grund der umseitig aufgeführten Punkte ist jedoch eine solche Nachnutzung nicht realistisch, so dass die folgend dargestellten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen den sog. Worst-Case darstellen.

Die Nachbelegung des REWE-Standortes „Im Quellengrund“ durch einen anderen Getränkemarkt ist prinzipiell baurechtlich möglich, da eine entsprechende Zulässigkeit eines Marktes an diesem Standort mit der avisierten Betreiberaufgabe nicht unwirksam wird. Demzufolge ist die Verlagerung des REWE-Getränkemarktes methodisch auch als Neuansiedlung zu bewerten, wobei zu unterstellen ist, dass die REWE-Verkaufsfläche durch ein vergleichbares Getränkemarktkonzept belegt bleibt. In der anschließenden Modellrechnung werden folgende **Prämissen** unterstellt:

- Die bestehende REWE-Getränkemarktfiliale „Im Quellengrund“ wird mit einen vergleichbaren (fiktiven) Betreiber weiter genutzt. Es werden für diesen Markt die von REWE generierten Umsätze unterstellt.
- Der Plan-Umsatz des REWE-Marktes am Standort „Im langen Roth“ wird in gleicher Höhe angesetzt, wengleich auf Grund der Nachbelegung des REWE-Altstandortes und der somit größeren Konkurrenz von einem deutlich geringeren Getränkeumsatz in der neuen REWE-Filiale<sup>64</sup> auszugehen wäre.
- Die maßgebliche Umsatzherkunft des erweiterten REWE-Marktes resultiert nicht aus der Umsatzmitnahme von dem REWE-Altstandort (rd. 0,90 Mio. EUR, vgl. Seite 30), sondern wird vollständig von anderen Lebensmittelanbietern aus dem Einzugsgebiet – auch von dem theoretischen nachbelegten Getränkemarkt „Im Quellengrund“ – rekrutiert. Die relevanten Umsatzumverteilungen, die zu Lasten von anderen Lebensmittelbetrieben im Einzugsgebiet generiert würden, liegen demnach nicht bei ca. 0,67 Mio. EUR (vgl. Tab. 11), sondern bei ca. 1,04 Mio. EUR.<sup>65</sup>

Folgende Tabelle beschreibt die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf die einzelnen Lagen im Einzugsgebiet (vgl. Tab. 5) bei Nachbelegung des REWE-Getränkemarktes am Standort „Im Quellengrund“ mit einem **vergleichbaren Getränkemarkt**.

**Tabelle 15: Umsatzumlenkungen des Projektvorhabens bei Nachbelegung des REWE-Altstandortes**

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Heringen – zentraler Versorgungsbereich	0,65	0,02	n.n.
Heringen – sonstige Lagen	14,17	0,99	7,0
Heringen – dezentrale Ortsteile	1,04	0,01	n.n.
Überörtliches Einzugsgebiet	0,60	0,02	n.n.
<b>Gesamt</b>	<b>16,46</b>	<b>1,04</b>	<b>6,3</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen / n.n. = nicht nachweisbar, Umsatzumlenkungen unter 0,10 Mio. EUR

64 Da der Plan-Umsatz von REWE tatsächlich niedriger ausfallen würde, ergeben sich ebenfalls geringere monetäre Auswirkungen auf die restlichen Bestandsanbieter im Einzugsgebiet. Die berechneten Umsatzverluste (vgl. Tab. 15) stellen somit einen Maximalwert bzw. den Worst-Case für die betroffenen Anbieter dar.

65 Bei dem Bestandsumsatz des REWE-Marktes (ca. 7,20 Mio. EUR) sind die Erlöse des Getränkemarktes (ca. 0,90 Mio. EUR) zu subtrahieren, da diese Umsätze nicht mit von dem Standort „Im Quellengrund“ übernommen werden, sondern durch einen fiktiven Anbieter weiterhin dort gebunden werden. Demzufolge erhöhen sich die Umsatzumlenkungen zu Lasten von bestehenden Betrieben im Einzugsgebiet von ca. 0,67 Mio. EUR auf ca. 1,04 Mio. EUR; die Rückholung von Kaufkraftabflüssen aus dem Einzugsgebiet steigt von ca. 0,95 Mio. EUR auf dann ca. 1,48 Mio. EUR (vgl. Tab. 11).

Im Fall einer Nachnutzung des REWE-Getränkemarktes würden sich die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf die Lebensmittelanbieter in dem Einzugsgebiet erhöhen, da die Fläche des REWE-Getränkemarktes (ca. 595 m<sup>2</sup>) nicht verlagert würde, sondern als zusätzliche **Neufläche** in Heringen hinzutreten würde. Der Wert der Umsatzumverlagerung liegt mit ca. 6 % jedoch mit einem gewissen Sicherheitsabstand unter dem Abwägungsschwellenwert der Unverträglichkeit (rd. 10 %, vgl. Tab. 7). Somit wäre auch in diesem Fall lediglich von einer Intensivierung des Wettbewerbs in dem Einzugsgebiet auszugehen, wobei keine Abschmelzungstendenzen von bestehenden Lebensmittelanbietern erkennbar sind.

Dies ist insbesondere für den **zentralen Versorgungsbereich** in Heringen relevant. In diesem Bereich ist kein Anbieter vorzufinden, der die Sortimente des Getränkemarktes in einem konzeptionell vergleichbaren Rahmen – z.B. in einem Lebensmittel- oder einem Getränkemarkt – führt. Demnach sind für diesen Bereich schädliche Auswirkungen auszuschließen.

Die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen der theoretisch neu hinzutretenden Getränkemarktfläche des REWE-Marktes würden sich vor allem gegenüber dem Logo-Getränkemarkt und dem fiktiven Getränkemarkt „Im Quellengrund“ – beide in den **sonstigen Lagen** in Heringen – vollziehen. Maßgeblich wäre der REWE-Altstandort betroffen, da sich die Standortqualität des Logo-Marktes im Vergleich deutlich besser darstellt. Dies ergibt sich insbesondere aus Kopplungs- und Synergieeffekten des Logo-Marktes zu REWE und zu Aldi und der deutlich höheren Kundenfrequenz am Standort, der den lokalen Angebotsmagneten und Versorgungsschwerpunkt für Heringen und umliegende Gemeinden darstellt.

Die Umsatzverluste von **Lebensmittelanbietern in umliegenden Orten** würden auf Grund der zu erwartenden Umsatzrückholung ebenfalls leicht ansteigen (vgl. Tab. 14). Die Umsatzumlenkungsquote würde bei ca. 3,4 % liegen, wobei für die maßgeblich betroffenen Lebensmittel- bzw. Getränkemarkte in Obersuhl, Berka/Werra, Philippsthal und Friedewald auch in diesem Fall keine negativen Auswirkungen zu erwarten sind.

Die vorstehende Berechnung stellt den **Worst-Case** dar, da eine Nachbelegung des REWE-Altstandortes „Im Quellengrund“ mit einem vergleichbaren Getränkemarkt nicht realistisch erscheint. Insbesondere sprechen folgende Fakten gegen eine Nachbelegung des REWE-Getränkemarktes:

- In Heringen ist – für die kleinstädtischen Verhältnisse – mit Logo und der Getränkemarktfläche von REWE ein hoher Angebotsbestand im Getränke-segment vorhanden; dieses Angebot wird durch die discountorientierte Getränkeabteilung von Aldi optimal ergänzt. Für einen weiteren großformatigen Getränkemarkt mit knapp 600 m<sup>2</sup> besteht keine ausreichende Potenzialbasis.
- In Heringen stehen bereits zwei Getränkemarktflächen leer. Hierbei handelt es sich um den vormaligen Logo-Getränkemarkt im Riedweg 4-6, der nicht nachbelegt wurde. Ferner steht auf dem Nachbargrundstück mit dem Gebäude des vormaligen Lidl-Marktes eine Großfläche zur Anmietung zur Verfügung. Im Riedweg 15 steht eine weitere Getränkemarktfläche der vormaligen Firma Getränke Thornagel leer. Ferner könnte auch die Leerstandsfläche von Thomas Philipps in der Hauptstraße als Getränkemarkt genutzt werden. Für alle Flächen existiert offenkundig keine Nachfrage, so dass auch die Nachbelegung des REWE-Getränkemarktes auf Grund der fehlenden Betreiber-Verfügbarkeit unwahrscheinlich ist.
- Eine Nachnutzung des REWE-Getränkemarktes – vormals ein Penny-Markt – wäre theoretisch auch durch einen Lebensmittelmarkt möglich. Die aktuelle Marktzutrittsgröße für diese Konzepte liegt jedoch bei minimal 800 m<sup>2</sup>; meist benötigen Discounter eine Verkaufsfläche von ca. 1.000 m<sup>2</sup> und Supermärkte von ca. 1.800 m<sup>2</sup>. Diese Verkaufsfläche ist am Standort nicht verfügbar und auch nicht ausweisbar, da für die projektrelevante Liegenschaft ein Allgemeines Wohngebiet<sup>66</sup> festgelegt ist.

Im **Fazit** ist auf Grundlage der vorstehenden Ausführungen eine Nachbelegung des REWE-Marktes durch einen neuen Getränkemarkt unrealistisch. Selbst bei einer Weiternutzung dieses Marktes wären jedoch keine negativen Auswirkungen auf Angebotsstrukturen der Stadt Heringen – insbesondere des zentralen Versorgungsbereiches – oder in umliegenden Orten zu erwarten.

66 vgl. Gemeinde Heringen, Gebiet Im Benzelsloch, Bebauungsplan Nr. 29, November 1980 sowie Änderungsbeschluss aus dem Jahr 1994.

#### 6.4.5. Städtebauliche Auswirkungen des Vorhabens bei Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes am Standort Riedweg 4-6

Für den Standort Riedweg 4-6 wurde im Jahr 2018 ein Bebauungsplan<sup>67</sup> aufgestellt, der die Ansiedlung eines Nahversorgungszentrums zulässt. In dem **Sondergebiet Einzelhandel** sind u.a. ein Lebensmittelmarkt (Discounter) mit maximal 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und ein Getränkemarkt mit maximal 550 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zulässig. Das Ansiedlungsvorhaben wurde bis zum heutigen Zeitpunkt nicht umgesetzt, dennoch sind die möglichen Auswirkungen des Projektvorhabens auch auf diesen Potenzialstandort zu untersuchen.

Für die Ansiedlung dieses Nahversorgungszentrums wurde im Februar 2018 seitens der BBE Handelsberatung eine Auswirkungsanalyse<sup>68</sup> erstellt. Dieses Gutachten ist nicht mehr aktuell, da zwischenzeitlich folgende Veränderungen in Heringen eingetreten sind:

- Aldi hat seinen Lebensmittelmarkt verlagert und von ca. 800 m<sup>2</sup> auf ca. 1.000 m<sup>2</sup> erweitert.
- Logo hat seinen Getränkemarkt vom Standort Riedweg 4 in den leergezogenen Aldi-Markt verlagert und erweitert.
- Thomas Philipps hat seinen Markt geschlossen, wenngleich dieser Anbieter nur im Randsortiment ein eingeschränktes Lebensmittelsortiment (ca. 170 m<sup>2</sup>) geführt hat.

Auf Basis dieses Gutachtens wird in einem ersten Schritt ermittelt, wie sich die **Angebotslage** in Heringen nach dem Hinzutreten eines Discounters (ca. 1.200 m<sup>2</sup> VK, geplant Lidl) und eines Getränkemarktes (ca. 550 m<sup>2</sup> VK, geplant Logo) darstellen würde. Hierzu wird die Umsatzprognose der aktuellen Situation angepasst; ebenso erfolgt die Darstellung der dann zu erwartenden Umsatzlage im Lebensmittelhandel unter Berücksichtigung der eintretenden Umsatzumverlagerungen, die durch die Ansiedlung des Discounters und des Getränkemarktes ausgelöst würden. In einem zweiten Schritt werden dann die **Umsatzumlenkungsquoten** ermittelt, die durch die Erweiterungsvorhaben von REWE und von Aldi induziert werden.

Für den Discounter ist mit einem Jahresumsatz von ca. 5,70 Mio. EUR zu rechnen, dies entspricht bei einer Verkaufsfläche von ca. 1.200 m<sup>2</sup> einer üblichen Raumleistung von ca. 4.700 EUR/m<sup>2</sup>. Für den Getränkemarkt ist ein Umsatz von ca. 0,70 Mio. EUR zu prognostizieren, hierbei errechnet sich eine Raumleistung von knapp 1.300 EUR/m<sup>2</sup>.

In der nachstehenden Tabelle wird das erweiterte **Lebensmittelangebot in Heringen** bzw. dem Einzugsgebiet auf Basis des aktuellen Bestandes (vgl. Tab. 5) dargestellt, wobei die Umsatzumlenkungen der Ansiedlung des Discounters und des Getränkemarktes am Standort Riedweg 4-6 berücksichtigt wurden.

**Tabelle 16: Angebot des Lebensmittelhandels in dem Einzugsgebiet nach Lagen (inkl. Riedweg 4-6)**

	Verkaufsfläche m <sup>2</sup>	Betriebe abs.	Umsatz Mio. EUR
Heringen – zentraler Versorgungsbereich	110	3	0,64
Heringen – sonstige Lagen	5.460	8	19,55
Heringen – dezentrale Ortsteile	150	5	1,02
Überörtliches Einzugsgebiet	150	3	0,58
<b>Gesamt</b>	<b>5.870</b>	<b>19</b>	<b>21,79</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen

Auf Grund des erhöhten Lebensmittelangebots in Heringen ist für die beiden zu erweiternden Lebensmittelmärkte von REWE und Aldi – gegenüber der ursprünglichen Planung (vgl. Tab. 8) – ein **geringerer Umsatz**

67 vgl. Stadt Heringen (Werra), Stadtteil Heringen, Bebauungsplan „Im Ried“, 3. Änderung.

68 vgl. Auswirkungsanalyse - Ansiedlung eines Nahversorgungszentrums im Riedweg 4 bis 6 in Heringen (Werra), 16.02.2018.

anzunehmen, da sich die Wettbewerbslage vor Ort durch das Hinzutreten des Discounters und des Getränkemarktes im Riedweg 4-6 angespannt hätte. Gemäß der unter Punkt 6.2 erstellten Marktanteilsprognose wäre für den REWE-Markt mit einem Umsatz von ca. 6,80 Mio. EUR (zzgl. 0,25 Mio. EUR für den Back-Shop) zu rechnen, für den Aldi-Markt würde sich ein Planumsatz von ca. 5,60 Mio. EUR ergeben. Diese Umsatzwerte liegen jeweils ca. 15 % unter den ursprünglich geplanten Erlösen.

Unter dem Punkt 6.3 wurde die **Umsatzherkunft** der beiden Lebensmittelmärkte ermittelt. Da durch die Existenz des Discounters und des Getränkemarktes im Riedweg 4-6 ein erhöhtes Angebot in Heringen zu verzeichnen wäre, fallen die Werte der Umsatzrückholung geringer aus als ursprünglich geplant. Im vorliegenden Fall wäre für den REWE- und den Aldi-Markt lediglich eine Rückholung von Kaufkraftabflüssen aus dem Einzugsgebiet in Höhe von ca. 0,64 Mio. EUR zu erwarten. Dementsprechend erhöhen sich – unter Berücksichtigung der veränderten REWE-/ Aldi-Bestandsumsätze – die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Lebensmittelhandels in dem betrachteten Einzugsgebiet.

**Tabelle 17: Umsatzherkunft des projektierten Supermarkts/Discounters (inkl. Riedweg 4-6)**

	Umsatzherkunft		
	Supermarkt	Discounter	Summe
	Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR
Umsatzprognose REWE (inkl. Bäcker) und Aldi	7,05	5,60	12,65
davon aus:			
Bestandsumsatz (REWE-Supermarkt/Getränkemarkt/Bäcker / Aldi-Markt)	6,20	4,60	10,80
Rückholung von Kaufkraftabflüssen aus dem Einzugsgebiet	0,31	0,33	0,64
Zusätzliche Streuumsätze	0,06	0,04	0,10
Umsatzumlenkung zu Lasten von Betrieben im Einzugsgebiet	0,48	0,63	1,11

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Für die Lebensmittelanbieter in dem betrachteten Einzugsgebiet wären nach der Erweiterung von REWE und von Aldi **Umsatzumlenkungen** von ca. 1,11 Mio. EUR zu erwarten. In der folgenden Tabelle werden die ausgelösten Umsatzumlenkungsquoten auf Basis der aktualisierten Bestandsumsätze (vgl. Tab. 16) jeweils lagespezifisch dargestellt.

**Tabelle 18: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des REWE-/ Aldi-Marktes im Einzugsgebiet (inkl. Riedweg 4-6)**

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Heringen – zentraler Versorgungsbereich	0,64	0,02	<b>n.n.</b>
Heringen – sonstige Lagen	19,55	1,07	<b>5,5</b>
Heringen – dezentrale Ortsteile	1,02	0,01	<b>n.n.</b>
Überörtliches Einzugsgebiet	0,58	0,01	<b>n.n.</b>
<b>Gesamt</b>	<b>21,79</b>	<b>1,11</b>	<b>5,1</b>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen / n.n. = nicht nachweisbar, Umsatzumlenkungen unter 0,10 Mio. EUR

Im Vergleich der berechneten Umsatzumlenkungsquoten wird deutlich, dass in den Lagen ohne einen größeren Lebensmittelmarkt – d.h. im zentralen Versorgungsbereich und in den dezentralen Ortsteilen von Heringen und im überörtlichen Einzugsgebiet – keine erhöhten Umsatzumlenkungseffekte ausgelöst werden

(vgl. Tab. 18 i.V.m. Tab. 12). Demnach sind auch bei Vorhandensein eines Discounters und eines Getränkemarktes im Riedweg 4-6 keine erhöhten Umsatzverluste für diese Lagen – insbesondere für den **zentralen Versorgungsbereich** – anzunehmen.

Die Umsatzumverlagerungen werden die **sonstigen Lagen** in Heringen betreffen, da nunmehr auch ein potenzieller Discounter im Riedweg 4-6 von den Erweiterungsvorhaben von REWE und Aldi betroffen wäre. Die Umsatzumlenkungseffekte würden sich jedoch in einem „verträglichen“ Rahmen bewegen, da diese zwischen 5 bis 6 % liegen würden (vgl. Tab. 18). Maßgeblich wäre hiervon der „neue“ Discounter im Riedweg 4-6 betroffen, wenngleich eine Absiedlung dieses fiktiven Marktes nicht zu erwarten wäre. Dies leitet sich insbesondere auch aus der guten Lagequalität des Marktes<sup>69</sup> und seiner Verkaufsfläche ab, die mit ca. 1.200 m<sup>2</sup> eine für Discounter übliche Größenordnung umfasst.

Abschließend ist auf das vorhandene Nachfragepotenzial nach Lebensmitteln in dem zonierten Einzugsgebiet zu verweisen. Dieses liegt bei ca. 21,6 Mio. EUR (vgl. Tab. 4), so dass für alle drei Lebensmittelmärkte (REWE, Aldi, potenzieller Discounter Riedweg 4-6) und auch die anderen bestehenden Lebensmittelanbieter eine auskömmliche Potenzialbasis besteht.

Im **Fazit** würden sich mit der REWE-/ Aldi-Erweiterung – unter Berücksichtigung eines Lebensmitteldiscounter und eines Getränkemarktes im Riedweg 4-6 – keine schädlichen Auswirkungen für diesen Handelsstandort ergeben. Die zu erwartenden Umsatzumverlagerungen zu den beiden erweiterten Lebensmittelmärkten würden sich insbesondere für den Discounter in einer verträglichen Größenordnung vollziehen.

---

69 Der Standort Riedweg 4-6 ist verkehrlich gut erreichbar, grenzt direkt an den Kernsiedlungskörper von Heringen an und besitzt somit eine gute fußläufige Erreichbarkeit. Ferner wären bei einer Ansiedlung eines Discounters, eines Getränkemarktes und eines Drogeriemarktes (ursprünglich geplant) optimale Kopplungen und Synergien zwischen allen Anbietern möglich.

## 7. Zusammenfassung

Nachstehend werden die wichtigsten Aspekte der Untersuchung zu den Auswirkungen, die aus der geplanten Erweiterung des REWE- und des Aldi-Marktes in Heringen resultieren, zusammengefasst.

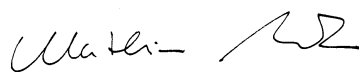
- Die Handelsketten **REWE** und **Aldi** betreiben bereits langjährig in Heringen jeweils einen Lebensmittelmarkt. Beide Betriebe sollen auf eine konzeptübliche Verkaufsfläche erweitert werden; die Fläche des REWE-Marktes auf ca. 2.100 m<sup>2</sup> (inkl. Bäcker) und die Fläche des Aldi-Marktes auf ca. 1.300 m<sup>2</sup>. Im Rahmen der Flächenerweiterung des REWE-Marktes wird ein in Heringen bestehender REWE-Getränkemarkt geschlossen und das Sortiment in den neu-projektierten REWE-Supermarkt integriert.
- Die Erweiterung des REWE-Marktes erfolgt durch einen Anbau an den Bestandsmarkt. Die Fläche des Aldi-Marktes wird durch die Umwidmung einer Lager- zu einer Verkaufsfläche erfolgen. Somit bleiben bei beiden Märkten die **wesentlichen Standortfaktoren** wie die Erreichbarkeit, die Verkehrsanbindung oder die ansprechbare Bevölkerung im Einzugsgebiet unverändert.
- Der **gestiegene Verkaufsflächenbedarf** von REWE und Aldi resultiert – wie auch bei anderen Lebensmittelmärkten – vor allem aus Gründen der Prozessoptimierung und der Attraktivitätssteigerung und reagiert auf die aktuellen Markterfordernisse des Lebensmittelhandels. Mit der erweiterten Fläche sollen vor allem die innerbetrieblichen Abläufe (u.a. Vereinfachung der Warenbestückung, Vergrößerung der Präsentationsflächen) optimiert werden. Ferner werden die Warenpräsentation in den beiden Märkten durch breitere Gänge, eine übersichtlichere Produktpräsentation, niedrigere Regalhöhen oder weniger überbaute Bereiche attraktiviert. Im Fall des REWE-Marktes wird zudem der externe Getränkemarkt in den Supermarkt eingegliedert.
- Die größeren Verkaufsflächen führen nicht in gleichem Umfang zu Mehrumsätzen, sondern regelmäßig zu einer abnehmenden Flächenleistung, da die Artikelzahl von REWE und von Aldi bei Food und Non-Food auch nach der Erweiterung nicht wesentlich steigen wird. Mit der Erweiterung der beiden Märkte werden an dem Standort tragfähige Angebotsstrukturen geschaffen, so dass die Vorhaben als bestands- und **zukunftsichernde Maßnahme** für diese beiden Filialen in Heringen zu werten sind.
- Der **Projektstandort** ist – trotz seiner Lage in einem Gewerbegebiet – als wohnortnah einzustufen und stellt räumliche und funktionale Bezüge zu den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen her. Hinsichtlich der Lagequalität ist der Standort der beiden Märkte fußläufig aus den angrenzenden Wohnquartieren zu erreichen. Im fußläufigen Nahbereich des Standortes leben ca. 900 Einwohner, so dass der Markt für circa ein Drittel der Bevölkerung des Kernortes fußläufig erreichbar ist.
- Die Stadt Heringen – in der Landesplanung als Mittelzentrum ausgewiesen – verfügt über eine Lebensmittelverkaufsfläche von ca. 3.970 m<sup>2</sup>. Die **Flächenausstattung** ist mit ca. 0,56 m<sup>2</sup> je Einwohner im interkommunalen Vergleich mit den umliegenden Grundzentren Wildeck (ca. 0,83 m<sup>2</sup> /Ew.), Philippsthal (ca. 1,12 m<sup>2</sup> /Ew.) oder Friedewald (ca. 1,05 m<sup>2</sup> /Ew.) als niedrig einzustufen. Nach der Umsetzung des Projektvorhabens wird die Flächendichte auf ca. 0,63 m<sup>2</sup> je Einwohner ansteigen.
- Die **lokale Grundversorgung** in Heringen wird arbeitsteilig durch den projektrelevanten REWE- und den Aldi-Markt sichergestellt, deren Angebot durch zwei Getränkemarkte und kleinteilige Ladenhandwerker arrondiert wird. Der Angebotsschwerpunkt befindet sich im nördlichen Kernstadtbereich, da hier REWE, Aldi und ein Logo-Getränkemarkt im Standortverbund verortet sind.
- Der **betriebliche Einzugsbereich** von REWE und von Aldi erstreckt sich auch nach der geplanten Erweiterung über die Stadt Heringen und einzelne umliegende Gemeinden. Auf Grund der geographischen Randlage grenzt Heringen direkt an den Freistaat Thüringen, so dass die beiden thüringischen Gemeinden Dankmarshausen und Dippach – auch hinsichtlich bereits bestehender Kundenaustauschbeziehungen – zum Einzugsbereich zählen. Die beiden Lebensmittelmärkte können auf ein Einwohnerpotenzial von ca. 9.500 Personen zurückgreifen, die über ein jährliches Ausgabevolumen für Lebensmittel von ca. 21,6 Mio. EUR verfügen.

- Der projektierte REWE-Supermarkt wird im Segment Lebensmittel in seinem Einzugsgebiet einen **Marktanteil** von durchschnittlich ca. 42 % erzielen, der Aldi-Markt von ca. 35 %. Somit decken die Märkte nur anteilig die Nachfrage ab, so dass auch nach der Erweiterung offene Nachfragepotenziale für andere Lebensmittelanbieter in dem betrachteten Marktgebiet verbleiben. Der REWE-Umsatz wird bei ca. 8,0 Mio. EUR p.a. liegen, für Aldi ist ein Jahresumsatz von ca. 6,6 Mio. EUR zu erwarten. Die Flächenleistung wird bei REWE ca. 3.900 EUR/m<sup>2</sup> und bei Aldi ca. 5.090 EUR/m<sup>2</sup> betragen, so dass in beiden Märkten ein standortangepasster bzw. ortsüblicher Raumleistungswert erreicht wird.
- Der Umsatz der erweiterten Verkaufsfläche wird aus **Verlagerungsumsätzen** zu Lasten von bestehenden Lebensmittelanbietern aus dem räumlichen Umfeld der beiden Märkte rekrutiert. Die prognostizierten Umsatzverluste liegen über alle Betriebe in dem Einzugsgebiet hinweg bei durchschnittlich rd. 4 % und erreichen einzelbetrieblich für keinen Anbieter einen Wert, der auf eine Geschäftsaufgabe schließen lässt. In Heringen sind keine weiteren Lebensmittelmärkte vorhanden, somit werden sich die Umsatzumverlagerungen von REWE und von Aldi im Wesentlichen gegeneinander vollziehen und sich nach Umsetzung der jeweiligen Erweiterungsfläche egalalisieren. Dies ergibt sich auch aus den ähnlich großen zusätzlichen Flächen beider Märkte (REWE: ca. 225 m<sup>2</sup>, Aldi: ca. 300 m<sup>2</sup>).
- Für die **baurechtliche Bewertung** der Projektvorhaben ist entscheidend, ob durch die ausgelösten Umsatzumverlagerungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt werden oder negative Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO zu erwarten sind. Eine Beeinträchtigung des faktischen zentralen Versorgungsbereiches von Heringen ist auf Basis der durchgeführten Analyse auszuschließen, dies leitet sich aus der geringen Höhe der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen für diesen Bereich ab. Ebenso wird die weitere Entwicklung dieses Versorgungsbereiches von dem Projektvorhaben nicht tangiert. Ferner ist ein vorhabeninduzierter Abbau von verbrauchernahe Versorgung auszuschließen, zumal REWE und Aldi selbst die maßgeblichen Träger der Grundversorgung für Heringen sind.
- Derzeit decken Kunden aus dem betrachteten Einzugsgebiet ihre Nachfrage nach Lebensmitteln zum Teil auch in umliegenden Orten – u.a. in Obersuhl, Berka/Werra, Philippsthal und Friedewald – ab. Mit der Umsetzung des Projektvorhabens werden Konsumenten auf Grund der zu erwartenden Attraktivität des REWE- und des Aldi-Marktes verstärkt ihre Nachfrage in Heringen tätigen, so dass mit einer **Rückholung von derzeit abfließender Kaufkraft** zu rechnen ist. Die Umsätze, die Lebensmittelanbietern in umliegenden Orten außerhalb des Einzugsgebietes verloren gehen, können bezüglich der breiten räumlichen Streuung und der geringen Höhe nicht zu einer Absiedlung von Lebensmittelmärkten im Umfeld von Heringen führen. Eine Schädigung von umliegenden Angebotsstandorten – insbesondere in umliegenden Grundzentren – ist auszuschließen, zumal die Kaufkraft-rückholungen der Eigenbindung von Verbrauchern in dem Mittelzentrum Heringen dient.

---

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

**BBE Handelsberatung GmbH**



i.V. Dipl.-oec. Mathias Vlcek  
Projektleitung

Erfurt, 18. Mai 2020



## Anlage 1: Definitionen verschiedener Vertriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH)

### Convenience- oder Nachbarschaftsladen

- Kleinflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 100 bis 400 m<sup>2</sup>
- Eng begrenztes Sortiment an Waren des täglichen Bedarfs zu einem eher hohen Preisniveau
- Häufig gekennzeichnet durch ergänzende Dienstleistungen (bspw. Lotto, Toto, Reinigung, Postservice, Geldautomaten)
- Lage i.d.R. an einem wohnungsnahen oder frequenzintensiven Standort
- Öffnungszeiten bis zu 24 Stunden möglich

### Lebensmittel-SB-Markt („Kleiner Supermarkt“)

- „Kleiner Supermarkt“ meist mit bis zu 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche mit einem eingeschränkten Sortiment
- In kleinen Orten oder in verdichteten Wohnquartieren von Großstädten anzutreffen, in denen aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein Supermarkt oder Discounter rentabel ist

Beispiele: nah & gut, nahkauf, Um´s Eck, nah & frisch, Markttreff, Ihr Kaufmann, CAP

### Lebensmittel-Discountmarkt

- Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 800 und 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
- Ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl, ab 800 Artikeln bei Hard-Discountern (z.B. Aldi), ca. 1.500 bis 2.000 Artikel bei Soft- bzw. Markendiscountern (bspw. REWE) und bis zu 3.000 Artikeln bei Supermarkt-Discounter-Hybriden (bspw. Netto Marken-Discount)
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 10 bis 15 % (Non-Food I + II)
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment (ergänzt um Getränke), seit geraumer Zeit kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch, teilweise auch Backwaren)
- Ohne Bedienstungen (Ausnahme: einige Filialen von Netto Marken-Discount) und weiteren Dienstleistungen, preisaggressiv, werbeintensiv

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

### Supermarkt

- ca. 1.200 bis 2.000 m<sup>2</sup>, i.d.R. meist Konzepte ab 1.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche
- Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bereits ebenfalls Non-Food-Anteil
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 8 bis 10 % (Non-Food I + II)
- Standorte in verkehrsgünstigen Lagen mit Wohngebietsorientierung
- Als „City-Supermarkt“ in gut frequentierten und verdichteten Stadtteillagen von Großstädten auf Verkaufsflächen von 400 bis 800 m<sup>2</sup>
- Hohe Kompetenz im Frische-Bereich

Beispiele: REWE (nahkauf), Edeka, Sky, tegut, Combi

**Verbrauchermarkt („Großer Supermarkt“)**

- Verkaufsfläche von 2.500 bis 5.000 m<sup>2</sup>
- Breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche stark ansteigender Flächenanteil an Non-Food-Abteilungen (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz- und mittelfristigen Bedarfs), Non-Food-Umsatzanteil ca. 20 bis 40 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 30 bis 50 %
- Autokundenorientierter Standort bzw. in Einkaufszentren
- Ab ca. 5.000 m<sup>2</sup> Übergang zum Betriebstyp SB-Warenhaus

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

**SB-Warenhaus**

- Verkaufsfläche über 5.000 m<sup>2</sup>
- Neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i.d.R. über 50 %) umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Non-Food-Umsatzanteil ca. 35 bis 50 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 50 bis 60 %
- Ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst
- Hohe Werbeaktivität, Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik
- Autokundenorientierter, häufig peripherer Standort
- Häufig als Mittelpunkt einer größeren Fachmarkttagglomeration

Beispiele: Globus, Marktkauf, real

## Anlage 2: Differenzierung Non-Food-Sortimente / Umsatzverteilung Food/Non-Food im LEH

### Non-Food I

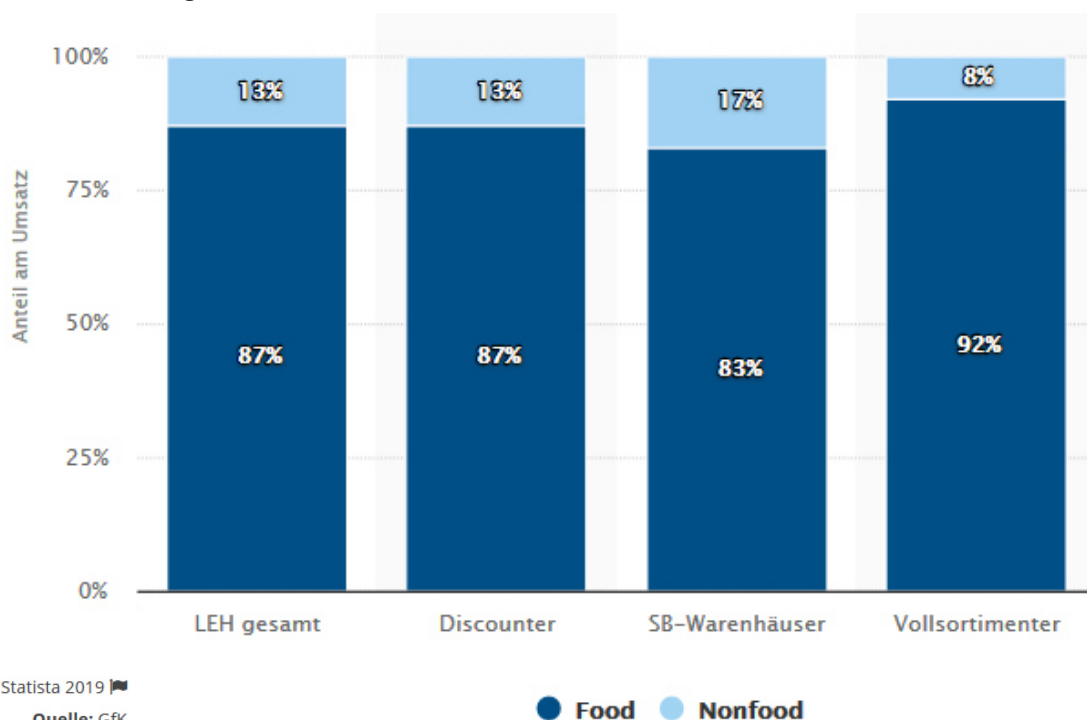
Wasch-/ Putz- und Reinigungsmittel, Schuh-/ Kleiderpflege, Hygieneartikel, Hygienepapiere, Säuglingspflege, Watte, Verbandsstoffe, Haar-/ Haut-/ Mund- und Körperpflege, Sonnen- und Insektenschutz, Kosmetika, Fußpflegemittel, Tiernahrung, Tierpflegeartikel u.ä.

### Non-Food II

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

Quelle: EHI Retail Institute Köln, 2006

## Umsatzverteilung des Food- und Nonfood-Sortiments im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland



**Anlage 3: Bundesdurchschnittliche Raumleistungen im LEH nach Betriebsformen**

Betriebsform	MIN	Durchschnitt	MAX
	€/m <sup>2</sup> p.a.	€/m <sup>2</sup> p.a.	€/m <sup>2</sup> p.a.
SB-Warenhäuser			
nur Food-Abteilung	6.600	7.100	7.600
nur Non-Food-Abteilung	2.000	2.500	3.000
Verbrauchermärkte			
nur Food-Abteilung	5.100	5.600	6.100
nur Non-Food-Abteilung	1.500	2.000	2.500
Große Supermärkte (ab 2.500 Verkaufsfläche)	3.300	4.000	4.300
Supermärkte (bis 2.500 Verkaufsfläche)	3.300	3.600	4.100
Discounter	3.800	4.800	5.800
SB-Märkte	3.600	4.100	4.600
City-Supermärkte	3.800	4.300	4.900
Metzgereien	6.800	7.300	7.800
Bäckereien	4.500	5.000	5.500
Getränkemärkte	1.400	1.600	1.800

Quelle: Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2017

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Flächenprogramm des REWE-/ Aldi-Marktes nach der Umstrukturierung.....	3
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung von Heringen (Werra) im Vergleich .....	7
Tabelle 3: Einzelhandelsangebot in Heringen (Werra) nach Lagen .....	10
Tabelle 4: Marktpotenzial der projektrelevanten Branche Lebensmittel im Einzugsgebiet.....	19
Tabelle 5: Strukturdaten des Lebensmittelhandels in dem Einzugsgebiet nach Lagen .....	21
Tabelle 6: Zentralität des Sortiments Lebensmittel in dem untersuchten Einzugsgebiet .....	22
Tabelle 7: Orientierungswerte der Umsatzumverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben .....	23
Tabelle 8: Marktanteilsprognose des erweiterten REWE-/ Aldi-Marktes in Heringen (Werra) .....	25
Tabelle 9: Prospektive Raumleistung der Lebensmittelmärkte .....	26
Tabelle 10: Umsatzplanung des Back-Shops .....	28
Tabelle 11: Umsatzherkunft des projektierten Supermarkts/Discounters .....	30
Tabelle 12: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des REWE-/ Aldi-Marktes im Einzugsgebiet.....	33
Tabelle 13: Prospektive Zentralität des Sortiments Lebensmittel im Einzugsgebiet.....	39
Tabelle 14: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des Projektvorhabens durch Umsatzrückholung .....	41
Tabelle 15: Umsatzumlenkungen des Projektvorhabens bei Nachbelegung des REWE-Altstandortes .....	42
Tabelle 16: Angebot des Lebensmittelhandels in dem Einzugsgebiet nach Lagen (inkl. Riedweg 4-6) .....	44
Tabelle 17: Umsatzherkunft des projektierten Supermarkts/Discounters (inkl. Riedweg 4-6).....	45
Tabelle 18: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des REWE-/ Aldi-Marktes im Einzugsgebiet (inkl. Riedweg 4-6).....	45

## Kartenverzeichnis

Karte 1: Raumstruktur Nordhessen (Ausschnitt).....	6
Karte 2: Skizzierung des Einzelhandelsbestands in Kernstadt von Heringen (Werra).....	10
Karte 3: Abgrenzung des faktischen zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt (Skizzierung) .....	11
Karte 4: Lage des REWE-/ Aldi-Marktes in Heringen (Werra) .....	13
Karte 5: Fußläufiger Nahbereich des REWE-/ Aldi-Marktes in Heringen (Werra) .....	14
Karte 6: Wettbewerbsstandorte im Umfeld von Heringen (Auswahl) und 5-Minuten-Fahrzeitzone.....	16
Karte 7: Zonierung des Einzugsgebiets des REWE-/ Aldi-Marktes .....	17
Karte 8: Abgrenzung Untersuchungsraum und Skizzierung strukturprägender Lebensmittelmärkte .....	40

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Objektsituation auf dem Projektgrundstück „Im langen Roth“ in Heringen (Werra).....	3
Abbildung 2: Lageplan des projektierten REWE-/ Aldi-Marktes in Heringen (Werra).....	4
Abbildung 3: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern.....	7
Abbildung 4: Einzelhandelsstruktur Heringen (Werra).....	9
Abbildung 5: Zentraler Versorgungsbereich in Heringen (Werra).....	12
Abbildung 6: Anbieter der Lebensmittelbranche (Auswahl) in Heringen (Werra) .....	20
Abbildung 7: Quellen der Umsatzherkunft eines Einzelhandelsvorhabens .....	29

### **Anlageverzeichnis**

Anlage 1: Definitionen verschiedener Vertriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH).....	49
Anlage 2: Differenzierung Non-Food-Sortimente / Umsatzverteilung Food/Non-Food im LEH.....	51
Anlage 3: Bundesdurchschnittliche Raumleistungen im LEH nach Betriebsformen.....	52