



Auswirkungsanalyse
über die Erweiterung des
Netto-Marktes in der Eichendorffstraße

in der Stadt
Sonthofen

im Auftrag der
Stadt Sonthofen

August 2020

MARKT UND STANDORT · BERATUNGSGESELLSCHAFT MBH

Am Weichselgarten 26, 91058 Erlangen
Tel. (09131) 973 769 0, FAX. (09131) 973 769 70
Norbert.Lingen@marktundstandort.de



Inhaltsverzeichnis

A	Auftrag und Vorbemerkung	3
B	Grundlagen	3
B.1	Methodik	3
B.1.1	Marktpotenzial und einzelhandelsrelevante Kaufkraft	3
B.1.2	Bestandserhebung	3
B.1.3	Simulationsmodell	4
B.1.3.1	Grundzüge der Methodik	4
B.1.3.2	Verwendete Modellparameter	4
B.1.4	Simulationsrechnung	5
B.1.5	Grundlegende Annahmen für die Kalibrierung im vorliegenden Fall	5
B.1.5.1	Annahmen zum Einzugsgebiet	5
B.1.5.2	Annahmen zur Wettbewerbswirkung	6
B.1.5.3	Annahmen zur Distanzsensibilität	6
B.2	Untersucher Standort und geplantes Projekt	7
B.2.1	Standort	7
B.2.2	Projektbeschreibung	8
B.2.3	Einordnung in das städtebauliche Gefüge der Stadt Sonthofen	8
B.2.4	Sozioökonomische Rahmendaten und regionale Einordnung	10
B.2.5	Raumordnerische Vorgaben	10
B.2.6	Tourismus	11
B.2.7	Demographische Entwicklung	11
B.2.8	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	13
B.3	Auswirkungsanalyse	13
B.3.1	Einzugsbereich des Projektes	14
B.3.2	Marktpotenzial	14
B.3.2.1	Sonthofen	15
B.3.2.1.1	Innenstadt	15
B.3.2.1.2	Sonthofen Gesamtstadt	17
B.4	Die Kaufkraftströme und die erwarteten Veränderungen	18
B.4.1	Der 0-Fall (Status Quo)	18
B.4.1.1	Kaufkraftströme am Standort Sonthofen	18
B.4.1.1.1	Periodischer Bedarf	18
B.4.2	Der 1-Fall (Projekt)	19
B.4.2.1	Projekt	19
B.4.2.2	Umsatzherkunft	19
B.5	Verträglichkeitsuntersuchung für das Projekt	20
B.5.1	Landesplanerische Betrachtung	20
B.5.2	Bewertung der Sortimentsstruktur	21
B.5.2.1	Städtebauliche Auswirkungen auf die Nahversorgung	22
B.5.2.1.1	Umsatzumlenkungen durch das Projekt, Lebensmittelsortiment	23
B.6	Abschließende Bewertung	24
C	Anhang	24
C.1	Absatzformen - Definitionen	26
C.2	Markt und Standort Warengruppensystematik 2020	29
C.3	Quellen	33



Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 Untersucher Standort	7
Abbildung 2 Städtebauliche Einbindung	8
Abbildung 3 Raumordnerische Gliederung (nach Regionalem Planungsverband)	10
Abbildung 4 Bevölkerungsentwicklung 2017 bis 2031	12
Abbildung 5 Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex im regionalen Vergleich (BRD=100)	13
Abbildung 6 Einzugsbereich der Stadt Sonthofen	14
Abbildung 8 Abgrenzung und Einzelhandelsbestand Innenstadt Sonthofen	16
Abbildung 9 Zentralität nach Sortimentsgruppen in Sonthofen	18

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 Projektrelevante Marktpotenziale	15
Tabelle 2 Sortimentsüberschneidungen des Vorhabens mit Betrieben in der Innenstadt	17
Tabelle 3 Sortimentsüberschneidungen des Vorhabens mit Betrieben in der Kernstadt	17
Tabelle 4 Projekt, geplante Sortimente und Umsatzerwartung in Mio. €	19
Tabelle 5 Umsatzherkunft für das Erweiterungsvorhaben (Lebensmitteldiscounter)	20
Tabelle 6 Abwägungsschwellenwerte für die Beurteilung städtebaulicher Wirkungen des Vorhabens	22
Tabelle 7 Umsatzumlenkungen – Nahrungs- und Genussmittel	23
Tabelle 8 Umsatzumlenkungen aller geplanten Verkaufsflächen – Nahrungs- und Genussmittel gesamt	25



A Auftrag und Vorbemerkung

Der Lebensmitteldiscounter Netto ist seit Jahren in Sonthofen in der Eichendorffstraße ansässig. Er verfügt nach heutigen Maßstäben über eine unzureichende Verkaufsflächengröße und möchte deshalb die Fläche von 877 qm auf 1.016 qm erweitern.

Die vorliegende Auswirkungsanalyse hat die Aufgabe, die städtebauliche Verträglichkeit des Planvorhabens im Sinne von §11 Abs.3 BauNVO bzw. BauGB zu prüfen. Darüber hinaus ist die Vereinbarkeit mit den Zielen der Landes- und Regionalplanung sowie dem aktuellen Einzelhandelskonzept der Stadt Sonthofen zu beleuchten, auch unter Einbeziehung der Erweiterungsplanungen anderer Einzelhandelsbetreiber in der Stadt.

Die Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH erhielt den Auftrag zur Durchführung der Verträglichkeitsanalyse im Juni 2020 von Stadt Sonthofen. Die Arbeiten erfolgten im Juli 2020. Das Gutachten wurde Ende Juli 2020 fertiggestellt.

B Grundlagen

B.1 Methodik

Für die Erstellung einer städtebaulichen Verträglichkeitsanalyse sind zum einen umfangreiche empirische Arbeiten (Bestandserhebungen, Standortbewertungen, Zentrenbegehungen, Abgrenzungen von Haupteinkaufsbereichen, etc.) und zum anderen Modellberechnungen zur Abbildung der Einkaufsbeziehungen in der Region erforderlich. Darüber hinaus sind auch statistische Analysen zur Ermittlung von Kaufkraft und einzelhandelsrelevanten Potenzialen erforderlich. Im Folgenden finden sich kurze Abrisse über die methodischen Ansätze und die verwendeten Modellparameter.

B.1.1 Marktpotenzial und einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsgebiet wurde anhand der Bevölkerungsverteilung, der durchschnittlichen Einzelhandelsausgaben pro Kopf und dem örtlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveau ermittelt.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau ist abgeleitet aus der relativen Höhe des durchschnittlich verfügbaren Einkommens, relativiert um einzelhandelspezifische Korrekturrechnungen.¹

Die Einzelhandelsausgaben pro Kopf stellen durchschnittliche Ausgaben je Einwohner und Bedarfsgruppe dar. Sie stammen aus der Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Bundesamtes, der Erfassung der unterschiedlichen Verbrauchsangaben nach Haushaltstypen des Statistischen Bundesamtes sowie Verbrauchsstatistiken, die von den unterschiedlichsten Marktforschungsinstituten (GfK, Nielsen, F&I) regelmäßig erfasst werden.

B.1.2 Bestandserhebung

Grundlage der Untersuchung sind umfassende und vollständige Erhebungen der maßgeblichen Anbieter im Stadtgebiet von Sonthofen. Zum anderen wurden alle im Untersuchungsraum maßgeblichen größeren Einzelhandelsbetriebe erfasst und in die Untersuchung einbezogen. Erhoben wurden die Verkaufsflächengrößen der für die Untersuchung relevanten Sortimente sowie die Gesamtverkaufsfläche jedes betrachteten Betriebes sowohl innerhalb des Zentrums als auch bei den größeren Einzelhandelsbetrieben im Stadtgebiet.

¹ Beispielsweise ergeben sich aus höheren Einkommen nicht zwangsläufig höhere Einzelhandelsausgaben. Die Einkommensentwicklung hat sich seit einigen Jahren bereits abgekoppelt von der Entwicklung der Einzelhandelsumsätze. Diese Tendenzen sind nach Bedarfsgruppen unterschiedlich.



Aufgrund des abgegrenzten Einzugsbereiches und der erwarteten Umsatzherkunft des Projekts, wurden alle Nahversorgungsstandorte in der Stadt Sonthofen in die Untersuchung der Zentrenrelevanz einbezogen.

Dort wurde eine Erhebung aller projektrelevanten Betriebe nach Standort, Verkaufsfläche, Sortimenten und insbesondere projektspezifischen Sortimenten vorgenommen. Diese Erhebung erfolgte sortimentsspezifisch. Im Gegensatz zu einer Betrachtung der Betriebe nach dem Sortimentsschwerpunkt wird bei der sortiments-spezifischen Erhebung jedes erhobene Sortiment gesondert erfasst und in der Auswertung separat behandelt. So kann sowohl eine betriebs- als auch eine sortiments- oder auch eine standortbasierte Auswertung vorgenommen werden.

Darüber hinaus wurden innerhalb des Einzugsbereiches alle, für die Sortimentsstruktur des Vorhabens maßgeblichen Einzelhandelsbetriebe durch im Hause vorliegende Datenbankinformationen – aus vorausgegangenen Erhebungen - erfasst bzw. Internet-Recherchen vorgenommen.

B.1.3 Simulationsmodell

B.1.3.1 Grundzüge der Methodik

Grundlegend für das Markt und Standort Modell ist die Simulation von einzelnen Einkaufsbeziehungen zwischen Angebots- (Einzelhandelseinrichtungen) und Nachfragestandorten (Wohnorte der Verbraucher), die in Ihrer Gesamtheit letztlich Kaufkraftströme darstellen. Die Abbildung der räumlichen Interaktion ist dabei neben der mathematischen Umsetzung von Attraktivitäten (am Angebots- und Nachfrageort) bestimmt durch Distanzwiderstände, die den Aufwand der Raumüberwindung in Abhängigkeit von Interaktionszwecken darstellen.

In der Grundform handelt es sich um ein Simulationsmodell aus der Familie der Gravitationsansätze, für die Namen wie Reilly (1929), Converse (1949) und Huff (1964) stehen. Die Weiterentwicklung dieser Modellansätze für die praktische Anwendung bei der Markt und Standort Beratungsgesellschaft führte zu Differenzierungen in allen Modellparametern. Neben der vertiefenden sortimentsgruppenspezifischen Analyse der Einkaufsbeziehungen in Bezug auf die Attraktivität der Nachfrage- und Angebotsorte werden auch entsprechend differenzierte warengruppenabhängige Distanzwiderstandsfunktionen verwendet. Die empirisch abgesicherte Kalibrierung erfolgt auf der Grundlage einer Vielzahl durchgeführter Verbraucherbefragungen und regelmäßiger Auswertungen von Verbraucherpanels (F&I, Nürnberg).

Die differenzierten sortimentsspezifischen Modellberechnungen erfolgen dann nicht mehr auf der Basis des „Huff-Modells“, sondern werden, ähnlich wie bei der Input-Output-Analyse in sortimentspezifischer Modellumgebung vorgenommen. Die Kalibrierung erfolgt standort-, projekt- und sortimentspezifisch mit Hilfe der jeweils vorliegenden empirischen Daten. Hier spielen insbesondere die umfangreichen Bestandsanalysen, deren Umsatzschätzungen das Modell im 0-Fall simulieren muss, eine wesentliche Rolle. Eventuell vorliegende oder durchgeführte Verbraucherbefragungen helfen ebenfalls bei der Kalibrierung. Iterativ werden die Modellparameter solange eingestellt bis der gewünschte 0-Fall im Modell dargestellt werden kann.

B.1.3.2 Verwendete Modellparameter

Das Ziel des Markt und Standort Simulationsmodell besteht darin, in der Variante 0 zunächst die Realität so gut wie möglich abzubilden. Um die Komplexität des Modells in Grenzen zu halten, ist die Zahl der Modellparameter beschränkt. Somit kann die Realität auch nur begrenzt abgebildet werden. Folgende Parameter werden im Modell verwendet:

Nachfrage: **projektrelevante Kaufkraft der Einwohner an ihrem Wohnort**
Differenzierung nach Bedarfsgruppen
Berücksichtigung des Einkommensniveaus
Räumliche Differenzierung (Marktzellen) abhängig von der Fragestellung



- Angebot:** **Einzelhandelsstandorte mit Verkaufsflächen und Umsätzen**
Differenzierung nach Absatz-(Betriebs-)formen
Differenzierung nach Sortimentsgruppen
Differenzierung nach Standortqualität und Erreichbarkeit (nach Checkliste)
Differenzierung nach Angebotsattraktivität (nach Checkliste)
- Distanzen:** **Distanzmatrix zwischen allen Wohnorten und Einzelhandelsstandorten im Untersuchungsgebiet**
Distanzen mit Routensuchroutine berechnet und mit Hilfe von Testfahrten vor Ort kalibriert (Stauinflüsse, etc.)

Im Rahmen der differenzierten, sortimentspezifischen Weiterberechnung werden die Annahmen zu den Modellparametern differenziert. Die Gewichtung der Distanzen wird beispielsweise nach Bedarfsstufen verändert. Auch verändert sich die Distanzsensitivität in Abhängigkeit von der Wettbewerbsdichte und von Raumstruktur (z.B. Verdichtungsräume, Ländlicher Raum). Spezifische Wettbewerberinformationen, wie z.B. regional unterschiedliche Akzeptanz bestimmter Anbieter („Heimvorteil“ wie z.B. Globus im Saarland, Hornbach in Pfalz, Möbel Höffner in Berlin etc.) werden berücksichtigt. Von Fall zu Fall und in Abhängigkeit von der Projekt- und Wettbewerbsstruktur können weitere Parameter berücksichtigt werden.

Aktuell geplante Projekte im Untersuchungsgebiet sollen in das Modell einbezogen werden und deren zu erwartenden Auswirkungen integriert werden.

B.1.4 Simulationsrechnung

Im Rahmen der 1-Variante wird das geplante Projekt hinzugefügt und die unveränderte Kaufkraftsumme unter den neuen Rahmenbedingungen wiederum verteilt. Dies führt zu veränderten Umsätzen bei allen Anbietern im Untersuchungsraum. Das Ausmaß der jeweiligen Umsatzveränderungen bei den ansässigen Anbietern ist von der regionalspezifischen- und Standortattraktivität, Größe sowie Verbraucherakzeptanz einerseits und dem entsprechend gewichteten Distanzunterschied zwischen Verbraucherwohntort und Projekt bzw. Verbraucherwohntort und bisher aufgesuchte Anbieter andererseits abhängig. In der Regel sind dabei kleinere, vom Projekt weiter entfernte Anbieter weniger betroffen als nahe gelegene, größere Anbieter. Die Zentren (Zentrale Versorgungsbereiche) werden in ihrer Gesamtheit als ein attraktiver Anbieter gewertet.

B.1.5 Grundlegende Annahmen für die Kalibrierung im vorliegenden Fall

Ein maßgeblicher Arbeitsschritt zur Simulationsberechnung und Kalibrierung des Modells ist die vorherige Definition von Modellannahmen, die das Modellumfeld im vorliegenden Fall definieren und den 0-Fall des Modells bestimmen. Das Ziel der Kalibrierung ist die Einstellung aller Modellparameter zur Darstellung der getroffenen Annahmen im Modell, also zur modellhaften Abbildung der Realität im Untersuchungsbereich.

B.1.5.1 Annahmen zum Einzugsgebiet

Die Standortlage des Projektes ist aufgrund der guten Erreichbarkeit und der Nähe zur Innenstadt als günstig zu bewerten. Bezogen auf die Wirkungen in die umgebenden Zentrenstrukturen in der Region kann die Reichweite als gering angenommen werden, da es sich um ein Nahversorgungsvorhaben handelt, das sich weitgehend auf die Versorgung der Stadt Sonthofen beschränken wird



B.1.5.2 Annahmen zur Wettbewerbswirkung

Die Wettbewerbswirkungen des Projektes werden bestimmt durch das Ausmaß der Sortimentsüberschneidungen einerseits und durch die Betriebsform andererseits². Es wird davon ausgegangen, dass Betriebe gleicher oder ähnlicher Betriebsform stark miteinander konkurrieren³. Bei „systemgleichen“⁴ Wettbewerbern wird von einem Höchstmaß an Sortimentsüberschneidungen und Substituierbarkeit ausgegangen. Systemgleiche Wettbewerber verlieren demnach die höchsten Umsatzanteile im Vergleich zu anderen Wettbewerbern. Maßgeblich für die Stärke der Wettbewerbswirkung sind das Ausmaß der Sortimentsüberschneidungen und die Ähnlichkeit des Konzeptes.⁵

B.1.5.3 Annahmen zur Distanzsensibilität

Der Aufwand für die Distanzüberwindung wird zum einen je nach Versorgungsstufe unterschiedlich wahrgenommen. Für die Nahversorgung sind größere Distanzen mit höherem Gewicht zu belegen, als für den aperiodischen Bedarf⁶. Zum anderen wird für die untersuchte Region eine Kalibrierung der Distanzsensitivität vorgenommen. Im vorliegenden Fall ist von einer insgesamt höheren Distanzsensitivität der Verbraucher auszugehen, da es sich um eine Nahversorgungsprojekt handelt. Im städtischen Umfeld ist die Wettbewerbsdichte⁷ relativ hoch und deshalb erfolgt die Überwindung größerer Distanzen nur bei sehr starken „Magnetwirkungen“ bestimmter Anbieter, was allerdings keine allzu großen Effekte für das untersuchte Projekt bringt.

² Darüber hinaus spielen alle genannten Modellparameter eine Rolle.

³ Der Begriff „Systemgleiche Konkurrenz“ steht für dieses allgemein anerkannte Faktum.

⁴ Betriebe gleicher Betriebsform und Sortimentskonzeption

⁵ Hier werden Aspekte, wie Discount- und Preisorientierung, Markenorientierung und Serviceausrichtung berücksichtigt.

⁶ Hierzu wird im Modell eine Gauss-Funktion verwendet, die es ermöglicht, Distanzen unterschiedlich zu gewichten.

⁷ Anzahl der Wettbewerber je Raumeinheit.

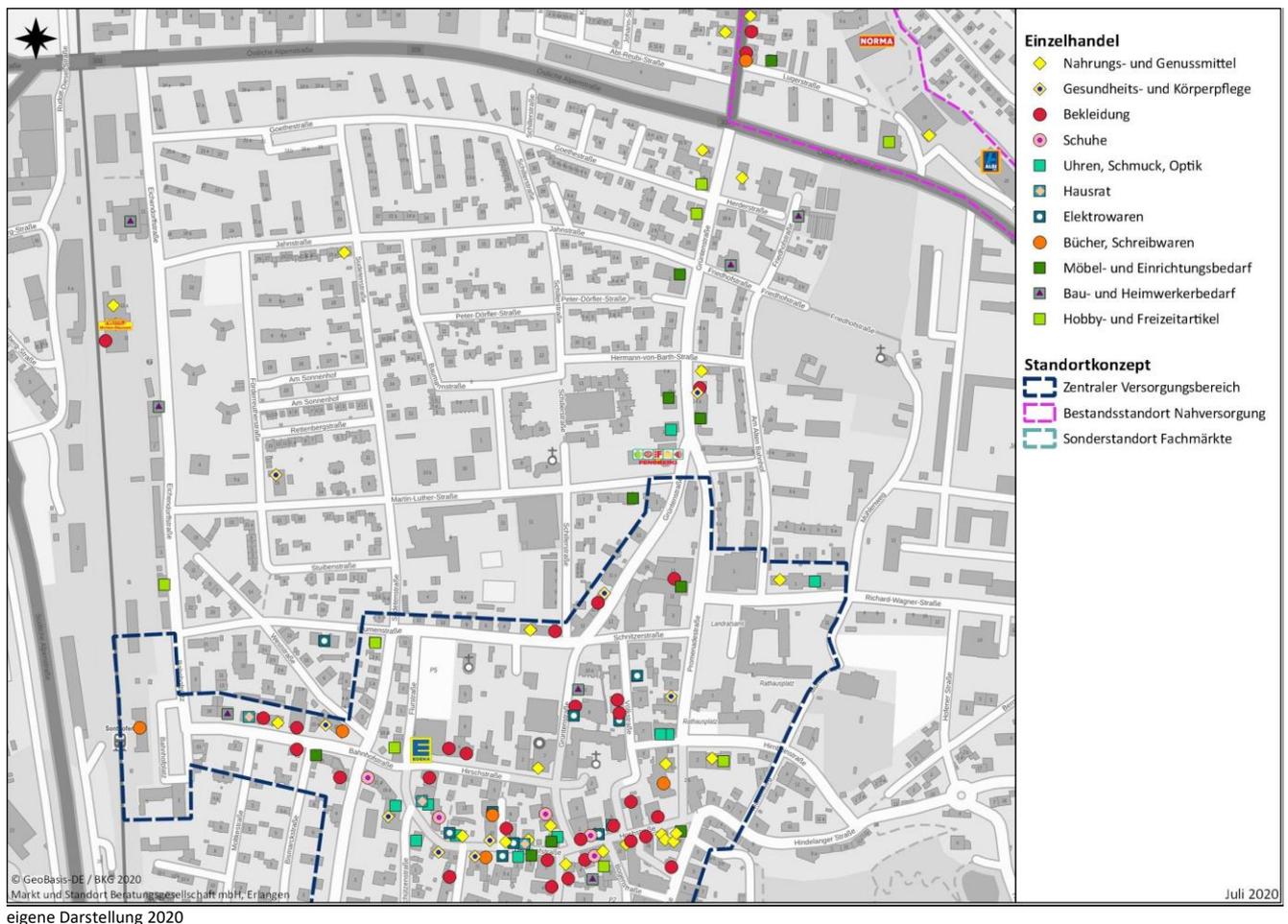


B.2 Untersucher Standort und geplantes Projekt

B.2.1 Standort

Der Standort des Netto-Marktes befindet sich auf der Westseite der Eichendorffstraße etwa 500 Meter nördlich des Bahnhofs. Während die Westseite der Straße von gewerblicher Nutzung dominiert wird, die durch die direkt dahinter verlaufende Bahnlinie begrenzt wird, ist die Ostseite durch Geschosswohnungsbau gekennzeichnet. Für die Bewohner dieser Gebäude stellt der Netto-Markt mit der ebenfalls dort angesiedelten Bäckereifiliale eine fußläufige Einkaufsmöglichkeit für den täglichen Bedarf dar. Die Distanz zur Innenstadt beträgt je nach Ziel 500 bis 1.300 Meter.

Abbildung 1 Untersucher Standort





B.2.2 Projektbeschreibung

Bei dem Projekt handelt es sich um eine Erweiterung eines Nahversorgungsanbieters.

Nach der **Erweiterung** ist eine Verkaufsfläche von insgesamt 1.016 qm geplant:

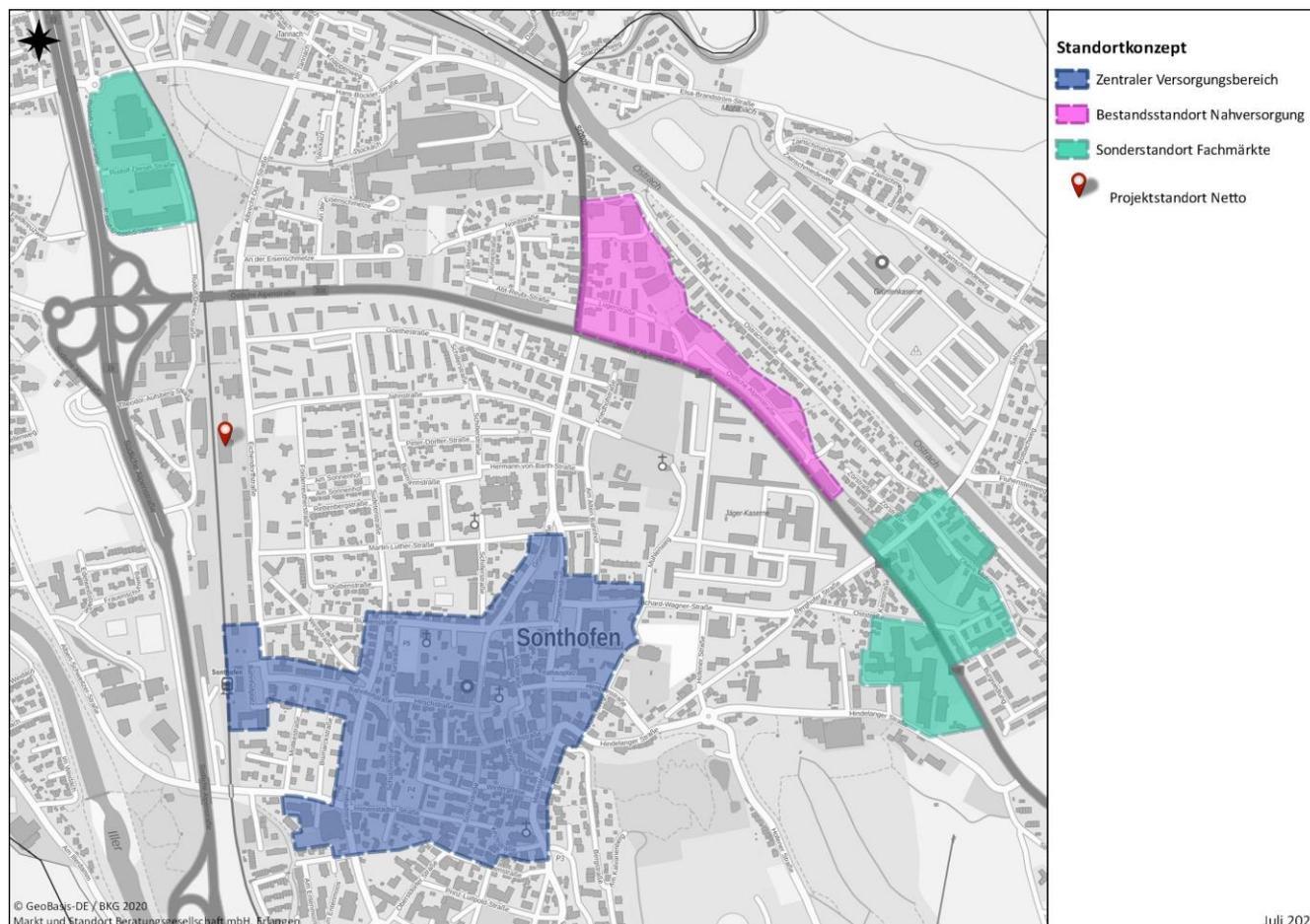
Betriebsform	Geplante Verkaufsfläche in qm	Derzeitige Verkaufsfläche in qm	Zusätzlich geplante Verkaufsfläche in qm
Lebensmitteldiscounter	1.016	877	139

Quelle: Angaben des Auftraggebers

B.2.3 Einordnung in das städtebauliche Gefüge der Stadt Sonthofen

Der untersuchte Standort liegt an der Eichendorffstraße etwa 500 m nordwestlich der Innenstadt. Von diesem Standort aus kann die gesamte Kernstadt Sonthofens innerhalb von 200 bis 1.000 Meter erreicht werden.

Abbildung 2 Städtebauliche Einbindung



Quelle: Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH, Einzelhandelskonzept für die Stadt Sonthofen, 2018



Der Projektstandort liegt etwa 500 m nordwestlich des zentralen Versorgungsbereichs an der Eichendorffstraße. Unmittelbar benachbart findet sich ein Kik-Bekleidungsmarkt sowie auf dem Nachbargrundstück ein BayWa Baustoffhandel.

Fachmarktzentren finden sich im Norden und Osten des Stadtgebietes. Ein weiterer Nahversorgungsstandort befindet sich nordöstlich der Innenstadt.

Das Einzelhandelskonzept der Stadt Sonthofen definiert verschiedene Standortkategorien im Stadtgebiet von Sonthofen:

*„Der **zentrale Versorgungsbereich „Innenstadt“** soll alle zentralen Einrichtungen anbieten, die für die Versorgung von Gesamtstadt und Region von Bedeutung sind. Neben Einzelhandel in jeglicher Ausprägung, Form und Betriebsgröße sind auch Einrichtungen des Schulwesens, der öffentlichen Verwaltung, der Kultur und Freizeit sowie private Dienstleistungen bestimmend für die Einordnung. Für den Einzelhandel bedeutet dies, dass alle Formen des Handels sowie alle Sortimente grundsätzlich zugelassen sind. Eine Vielzahl von Magnetbetrieben, aber auch eine differenzierte Fachhandels- und Markenvielfalt wird erwartet. Die Innenstadt ist der wichtigste zentrale Versorgungsbereich im Stadtgebiet von Sonthofen.*

*Der **Nahversorgungsstandort** dient der quartiers-, maximal stadtteilbezogenen Nahversorgung der umliegenden Wohngebiete. Sie liegen integriert und bieten ein vollständiges Nahversorgungsangebot mit unterschiedlichen Betriebsformen und Betriebsgrößen des Einzelhandels. Ergänzende Dienstleistungsangebote und Gastronomiebetriebe sind vorhanden. Sie sind in ihrer räumlichen Ausdehnung begrenzt und sind fußläufig gut erreichbar. In geringem Maße werden ergänzende Sortimente des aperiodischen Bedarfs angeboten.*

*Die **Solitären Nahversorgungsstandorte** verteilen sich, historisch gewachsen, über das gesamte Stadtgebiet. Sie übernehmen eine wichtige Versorgungsfunktion und ermöglichen, sozusagen als „Brückenstandorte“ zwischen dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und dem Nahversorgungsstandort eine Netzverdichtung, die die Möglichkeit des fußläufigen Einkaufs verbessert. Es handelt sich in der Regel um einzelne, oft großflächige, Lebensmittelmärkte, selten ergänzt um kleinere Betriebe des periodischen oder aperiodischen Bedarfs. Auch der ein oder andere Dienstleistungsbetrieb kann das Angebot an den solitären Standorten ergänzen. Eine wesentliche Unterscheidung der solitären Nahversorgungsstandorte ergibt sich aus dem Grad der Siedlungsintegration der jeweiligen Standorte. Die Unterscheidung zwischen integriertem und nicht-integriertem Standort sowie des funktionalen Einflusses auf zentrale Versorgungsbereiche begründet letztlich die Vorgehensweise in Bezug auf den Bestandsschutz.*

***Sonderstandorte für Fachmärkte** stellen Agglomerationen großflächiger Einzelhandelsbetriebe dar, die oft eine überörtliche bzw. gesamtstädtische Versorgungsfunktion übernehmen. Sie sind als Ergänzungsstandorte für zentrale Versorgungsbereiche zu sehen, die großflächige Einzelhandelsbetriebe aufnehmen können, die in den zentralen Versorgungsbereichen keinen Platz finden oder funktional nicht integrierbar sind. Beschränkt sind die in **Sonderstandorten für Fachmärkte** anzusiedelnden Betriebe auf nicht-zentrenrelevante Kernsortimente, wobei die erste Priorität der Ansiedlung auch dieser Betriebe innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches liegt. Betriebe mit zentrenrelevanten oder nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten innerhalb von Sonderstandorten besitzen je nach Versorgungsfunktion im Stadtgebiet aktiven Bestandsschutz und somit begrenzte Erweiterungsoptionen mit zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten.“*

Der Standort des Erweiterungsvorhabens liegt nicht innerhalb eines der abgegrenzten Einzelhandelsstandorte und ist als solitärer Nahversorgungsstandort eingestuft. Aufgrund der Nähe zur Innenstadt ist die Siedlungsintegration des Standortes gewährleistet, so dass der Bestandsschutz für diesen Markt, entsprechend der Aussagen im Einzelhandelskonzept, aktiv gestaltet werden kann.

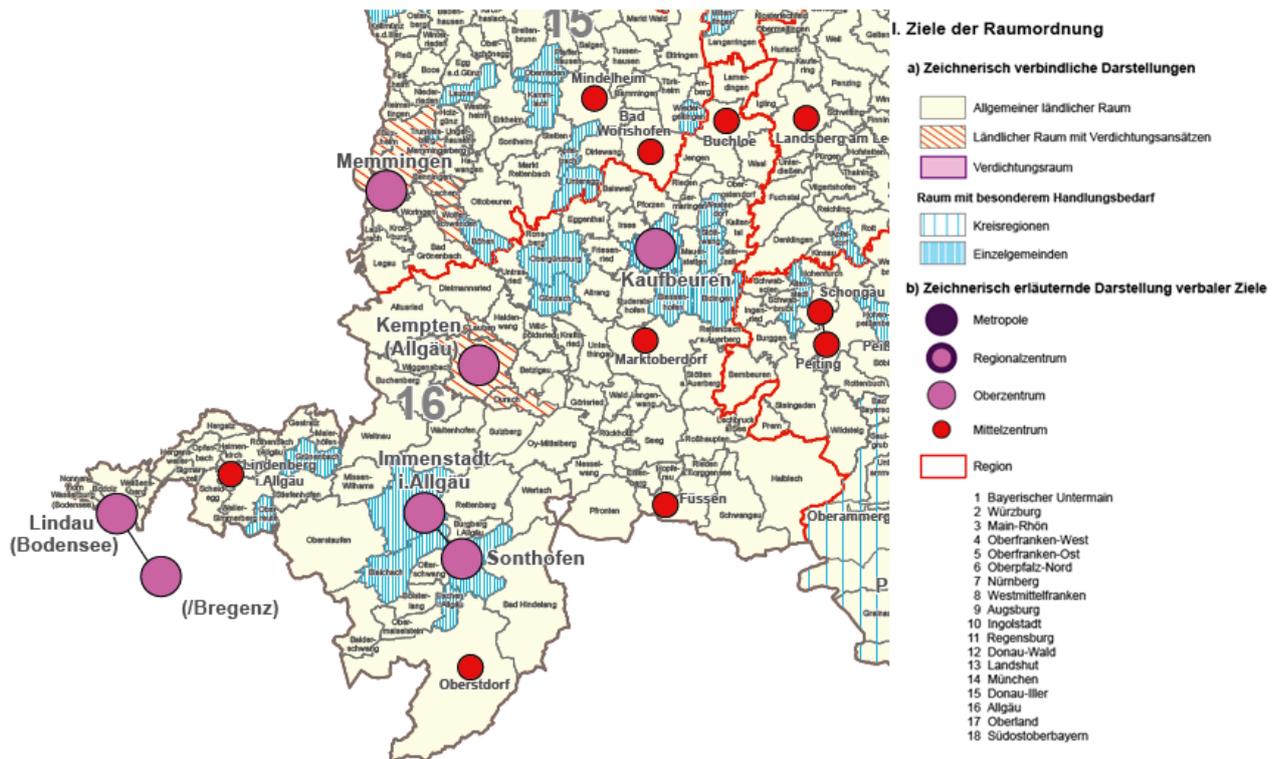


B.2.4 Sozioökonomische Rahmendaten und regionale Einordnung

B.2.5 Raumordnerische Vorgaben

Grundlage für die Landesplanung in Bayern ist das Landesplanungsgesetz (LPlG). Das für Raumordnung und Landesplanung zuständige Ministerium hat demgemäß ein Landesentwicklungsprogramm entwickelt, das Ziele und Grundsätze der Landesplanung für die Gesamtentwicklung des Landes Bayern formuliert. Das Landesentwicklungsprogramm ist im März 2018 in Kraft getreten.

Abbildung 3 Raumordnerische Gliederung (nach Regionalem Planungsverband)



Quelle: Regionalplan der Region Allgäu, 2008

Die Stadt Sonthofen liegt im Grenzgebiet zu Österreich in der im LEP als Planungsregion 16 bezeichneten Region Allgäu. Die Planungsregion 16 ist als Allgemeiner Ländlicher Raum eingestuft, in diesem fungieren Immenstadt und Sonthofen als gemeinsames Oberzentrum. Weiter Oberzentren der Planungsregion sind Kempten, Kaufbeuren und Lindau, gemeinsam mit Bregenz.

Ferner sind die Festsetzungen aus dem LEP 2018 zu berücksichtigen:

Verordnung über das Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) Vom 1.3.2018

5.3.1 Lage im Raum (Z)

Flächen für Einzelhandelsgroßprojekte dürfen nur in zentralen Orten ausgewiesen werden

5.3.2 Lage in der Gemeinde (Z)

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



5.3.3 Zulässige Verkaufsflächen (Z)

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

5.3.5 Zielabweichungsverfahren in grenznahen Gebieten (G)

Zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit der grenznahen Gebiete und deren Versorgung mit Einzelhandelseinrichtungen soll in diesen Gebieten das Zielabweichungsverfahren bei der Zulassung von Einzelhandelsgroßprojekten unter Berücksichtigung der Praxis in den Nachbarländern flexibel gehandhabt werden.

Regionalplan der Region Allgäu (16) (Verordnung zur Neufassung des Regionalplanes der Region Allgäu (16) Bekanntmachung vom 10. Januar 2007)

2.1.1 (Z)

Es ist auf die Sicherstellung einer flächendeckenden verbrauchernahen Grundversorgung der Bevölkerung mit Einzelhandelsleistungen auch im dünner besiedelten ländlichen Raum der Region hinzuwirken und diese über die gemeindliche Bauleitplanung abzustützen.

2.1.2 (G)

Es ist anzustreben, dass die Funktionsfähigkeit der zentralen Orte und ihrer Innenstädte sowie Ortskerne durch die Errichtung oder Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten nicht wesentlich beeinträchtigt wird

B.2.6 Tourismus

Neben der einheimischen Bevölkerung stellen Touristen ein wichtiges Umsatzpotenzial für den örtlichen Einzelhandel dar. Die Alpenstadt Sonthofen ist stark vom Tourismus geprägt. Der Luftkurort profitiert von der Lage an den Alpen und der Nähe der österreichischen Grenze. Die „Deutsche Alpenstraße“ macht Sonthofen zur „Drehscheibe“ im Allgäu. So konnten 2019 rd. 360.000 Gästeübernachtungen und rd. 1 Mio. Tagesgäste in der Stadt Sonthofen erfasst werden. Damit stellen die Touristen ein großes Umsatzpotenzial für den örtlichen Einzelhandel dar.

Eine aktuelle Studie des dwif⁸ hat ergeben, dass etwa 11,8% der Bruttoumsätze am jeweiligen Tourismusort bei den Übernachtungsgästen in Betriebe des Einzelhandels fließen. Bei den Tagesgästen sind dies rund 37,6%. Insgesamt beläuft sich die Wertschöpfung für den Einzelhandel auf rund 19,4 Mio. Euro.

B.2.7 Demographische Entwicklung

Grundlage der Darstellung ist die regionale Bevölkerungsprognose des Statistischen Landesamtes mit ihren Vorausberechnungen. Da für Gemeinden mit weniger als 5.000 Einwohnern nur bis 2031 Vorausberechnungen

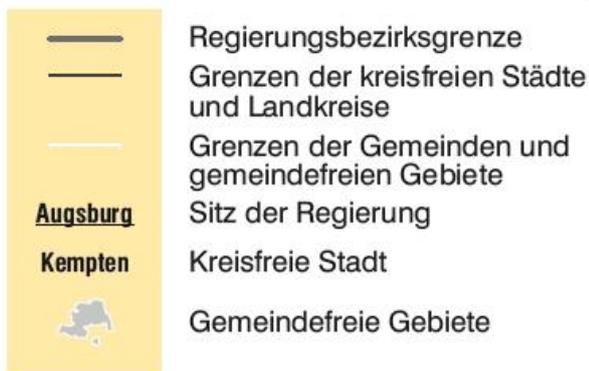
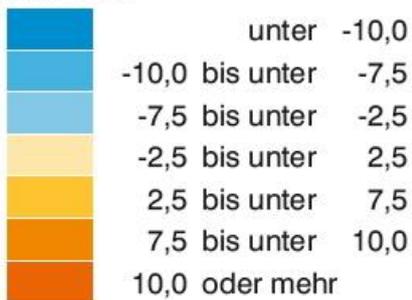
⁸ dwif Jahrbuch für Fremdenverkehr 2012, dwif Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland 2010 und 2002, dwif Tagesreisen der Deutschen 2005, dwif 2019



durchgeführt werden, steht nur bis zu diesem Zeitpunkt eine detaillierte Kartendarstellung zur Verfügung. Auch für die 30er Jahre berechnet das Statistische Landesamt für Sonthofen einen weiteren Bevölkerungsanstieg, jedoch deutlich geringer als für die Jahre bis 2031.

Abbildung 4 Bevölkerungsentwicklung 2017 bis 2031

Veränderung 2031 gegenüber 2017
in Prozent



Quelle: Bayerisches Landesamt für Statistik, Demographie-Spiegel für Bayern - Stadt Sonthofen - Berechnungen bis 2037, Fürth 2019

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Bevölkerung im Bereich der Stadt Sonthofen wachsen wird. Dies bedeutet einen Zugewinn an einzelhandelsrelevanter Kaufkraft bei gleichzeitig tendenziell steigenden Ausgabenbeträgen.

Die Betrachtung der zukünftigen Raumentwicklung auf der Grundlage der Prognose des Statistischen Landesamtes zeigt, dass der Standortraum um Sonthofen zukünftig von Bevölkerungszunahme geprägt sein wird. **Für den Einzelhandel bedeutet dies stabile bis leicht wachsende Potenziale in der Stadt Sonthofen.** Es sind zusätzlichen Potenzialreserven zu erwarten.

Trends geben lediglich ein mögliches Entwicklungsszenario vor. Durch gezielte Stadt- und Wirtschaftsentwicklungspolitik können Städte ganz erheblich solche allgemeinen Trends verstärken und zukunftsfähige Strukturen bilden und erhalten.



B.2.8 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die Kaufkraftverhältnisse innerhalb einer Region lassen sich am ehesten durch die Kaufkraftkennziffern darstellen. Die **Kaufkraftkennziffern** geben Auskunft über die regionale Verteilung der einkommensbedingten, potenziellen Endverbrauchernachfrage. In Verbindung mit den aktuellen Zahlen zur (ortsansässigen) Bevölkerung, erlauben sie quantitative Angaben zur Einschätzung der lokalen Nachfrage nach Waren und Gütern, die über Handels- und Dienstleistungsunternehmen distribuiert werden.

Die ausgewiesenen Kaufkraftindizes messen die jeweiligen regionalen Ergebnisse am Bundeswert, oder den Werten für die alten/ neuen Bundesländer. Der Durchschnittswert wird dabei auf 100 gesetzt. Demnach bedeutet ein Wert über 100 eine überdurchschnittliche Kaufkraft, ein Wert unter 100 eine unterdurchschnittliche Kaufkraft in der Region. Kaufkraftindizes sind grundsätzlich Betrachtungen je Einwohner einer Region und werden somit zum „Durchschnittseinwohner“ in Beziehung gesetzt.

Abbildung 5 Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex im regionalen Vergleich (BRD=100)



Quelle: MB-Research, Nürnberg 2019

Danach herrschen durchschnittliche Einkommen in der Region vor, die naturgemäß Auswirkungen auf die Einzelhandelsausgaben haben. Für die Stadt Sonthofen wurde ein Kaufkraftindex von 99,9 ermittelt. Damit liegt die Stadt praktisch im Bundesdurchschnitt. Allerdings kann über die tatsächlichen Umsatzchancen des Einzelhandels, ausschließlich auf Basis der Kaufkraftkennziffern, keine Aussage gemacht werden. Vielmehr handelt es sich um eine erste regionale Benchmark.

B.3 Auswirkungsanalyse

Die Auswirkungsanalyse für das geplante Projekt beinhaltet zunächst die Darstellung und Bewertung der Bestandssituation in Sonthofen. Dazu gehört der zu erwartende Einzugsbereich des Projektes. Er wird in seinen Nachfrage- und Angebotsstrukturen beschrieben. Auf der Basis dieser Analysen werden die Ergebnisse der Modellberechnungen (Analyse der Einkaufsbeziehungen) dargestellt und als Kaufkraftströme quantifiziert.

In Simulationsrechnungen werden dann die Veränderungen der Kaufkraftströme ermittelt, die durch das zu prüfende Projekt verursacht werden.

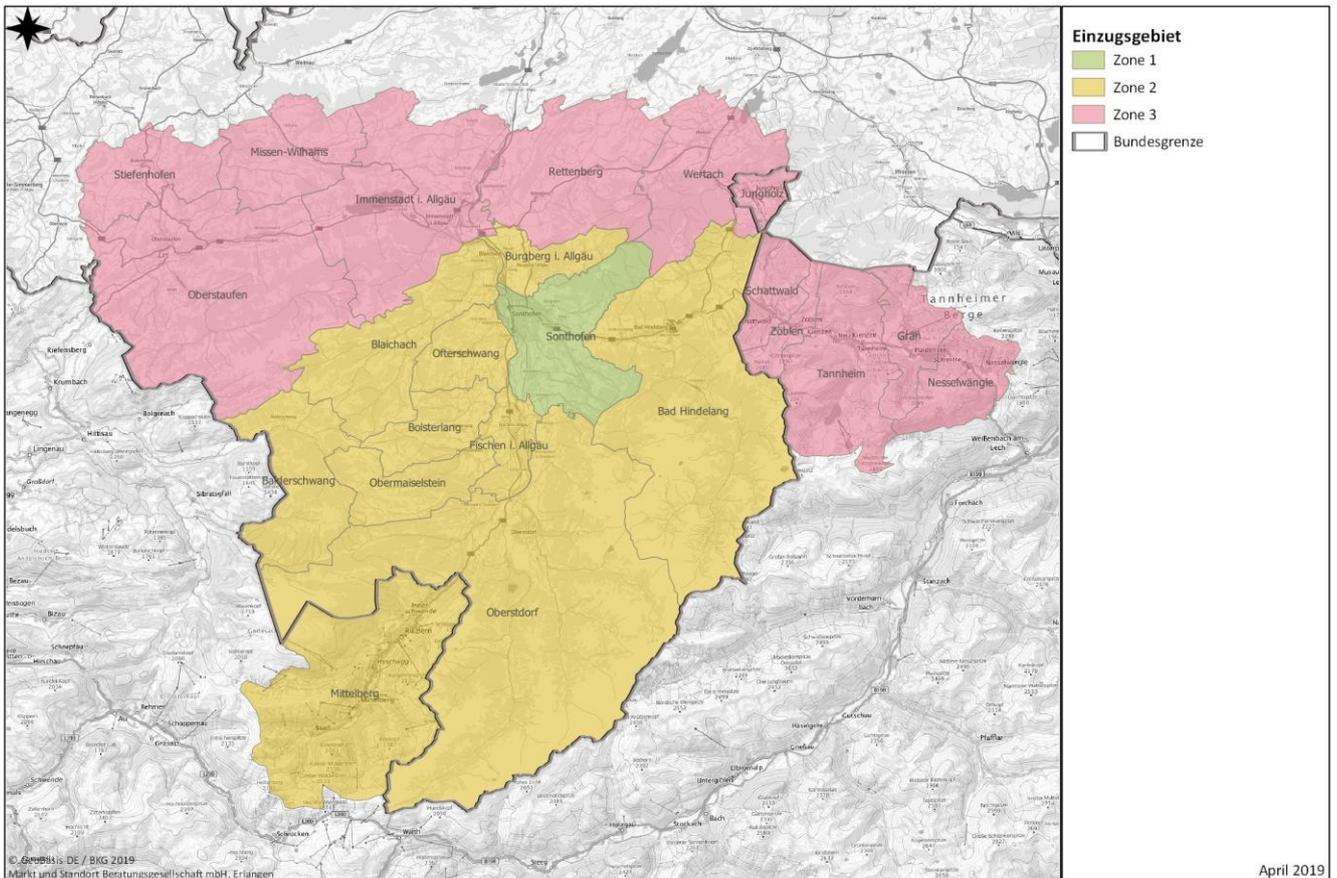


Die städtebaulichen Bewertungen dieser Kaufkraftstromveränderungen werden auf dieser Basis erarbeitet und der Einfluss der aktuellen Planungen in der Region und in Sonthofen bewertet.

B.3.1 Einzugsbereich des Projektes

Der Einzugsbereich des Projektes ist im Wesentlichen auf die Gemeindegrenzen der Stadt Sonthofen beschränkt. Aufgrund der Verteilung der Netto-Standorte im Umkreis ist davon auszugehen, dass nur ein geringer Teil der Umsätze am Standort Eichendorffstraße aus den Gemeinden der Zone 2 stammen dürfte. Sowohl im Norden (Blaichach) wie im Süden (Fischen und Oberstdorf) binden andere Netto-Standorte die spezifische Kaufkraft.

Abbildung 6 Einzugsbereich der Stadt Sonthofen



Quelle: eigene Darstellung 2020

Dabei ist die Ausdehnung des Einzugsbereiches grundsätzlich von der Angebotsstruktur des Projektes und zum anderen von der Verkehrslage und der Erreichbarkeit für die Verbraucher abhängig. Die Standortlage des Projektes ist auf die Bewohner von Sonthofen ausgerichtet. Daher beschränkt sich der Einzugsbereich auf Sonthofen und nur in sehr begrenztem Umfang auf die Gemeinden der Zone 2.

B.3.2 Marktpotenzial

Das Potenzial für den Einzelhandel im Einzugsbereich ergibt sich zum einen aus der Bevölkerungskonzentration und -verteilung und zum anderen aus den Pro-Kopf-Ausgaben, die Grundlage für die Berechnung der Einzelhandelsausgaben sind. Folgende bundesdurchschnittliche Pro-Kopf-Ausgaben werden für diese Studie zugrunde gelegt.



Nahrungs- und Genussmittel einschl. Getränke	Gesundheits- und Körperpflegeartikel sowie Drogeriewaren	Textilien, Bekleidung, Lederwaren	Schuhe	Uhren, Schmuck, Optik	Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik (GPK)
2.786	590	667	159	112	116
Elektrowaren	Bücher, Zeitschriften, Schreibwaren	Möbel und Einrichtungsbedarf	Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf (Zoo)	Hobby-, Sport und Freizeitartikel	Gesamt
583	214	621	582	388	6.819

Quelle: Eigene Berechnungen 2020, BBE, Umsatzsteuerstatistik, Einkommens- und Verbrauchsstichprobe, diverse Branchenverbände

Aus der Verrechnung mit dem Einkommensniveau und der Bevölkerungszahl ergibt sich das im Einzugsbereich verfügbare einzelhandelsrelevante Potenzial, das den Einwohnern jährlich für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.

Insgesamt stehen folgende Marktpotenziale zur Verfügung:

Tabelle 1 Projektrelevante Marktpotenziale⁹

	Einwohner Stand 01.01.2019	Nahrungs- und Genussmittel einschl. Getränke in Mio. Euro	Gesamt projektspezifisches Potenzial in Mio. Euro
Sonthofen	21.640	60,2	60,2
Zone 2	36.901	103,2	103,2
(Zone 3)	(35.326)	(97,0)	(97,0)
Gesamt	58.541	163,4	163,4

Quelle: eigene Berechnungen, 2020

Damit steht der Bevölkerung im durch das Vorhaben erschlossenen Einzugsbereich ein einzelhandelsrelevantes, projektbezogenes Potenzial in Höhe von rund 163,4 Mio. Euro zur Verfügung. Die genannten Potenziale sind Grundlage für die Umsatzschätzung sowie die Berechnung der Auswirkungen der Kaufkraftumlenkungen, die durch das geplante Projekt im Einzugsbereich verursacht werden.

Zusätzlich dazu stehen aus touristischen Potenzialen (Übernachtungsgäste und Tagesbesucher in Sonthofen¹⁰) projektspezifisch ergänzende 3,5 Mio. Euro im Stadtgebiet zur Verfügung¹¹.

B.3.2.1 Sonthofen

Die Stadt Sonthofen spielt aufgrund der Konzentration von Einzelhandelsflächen in ihrem Stadtgebiet eine wichtige Rolle für die Versorgung in der Region. Die Konzentration von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist gemäß der oberzentralen Funktion deutlich ausgeprägt. Die größten Agglomerationen von Einzelhandelsflächen befinden sich dabei am Sonderstandort am Rudolf-Diesel-Straße (z.B. Kaufmarkt, BACO, Lidl), im Nordosten (z.B. Rewe, Held Bike & Outdoor, Aldi) sowie der Innenstadt (z.B. Aldi, Allgäu Outlet, Edeka, C&A).

B.3.2.1.1 Innenstadt

Die Einzelhandelsschwerpunkte in der Sonthofer Innenstadt befinden sich in der Fußgängerzone (Bahnhofstraße und Hochstraße).

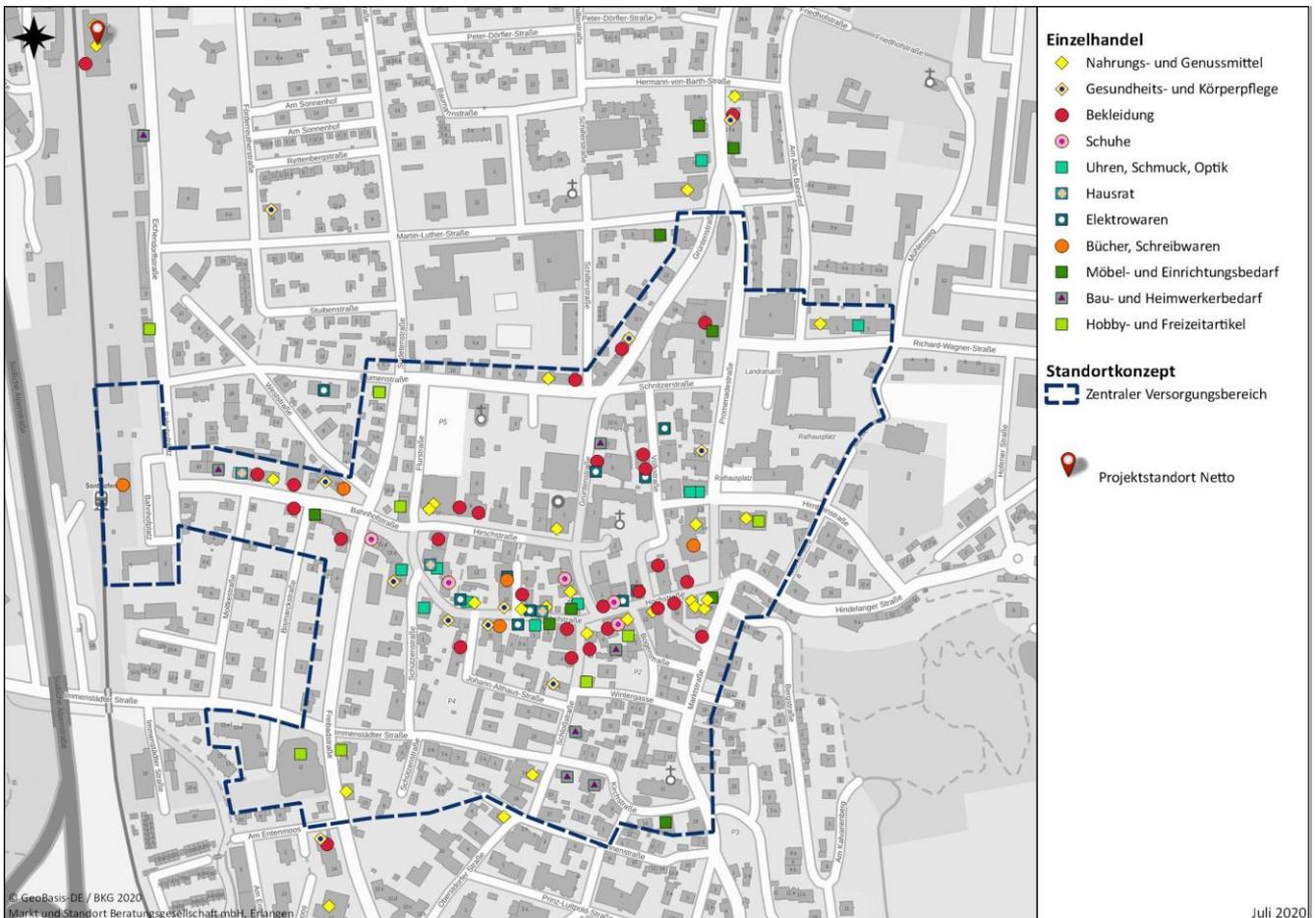
⁹ Rechenweg: Einwohner*Pro-Kopf-Ausgaben*Kaufkraftindex

¹⁰ Vergleiche Kapitel B.2.6 Tourismus

¹¹ Für die Brancheverteilung der Tourismusausgaben vergleiche auch dwif diverse Ausgaben und BBE/HDE 2017, Bedeutung des Tourismus für den Einzelhandel in Bayern



Abbildung 7 Abgrenzung und Einzelhandelsbestand Innenstadt Sonthofen



Quelle: Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH, Einzelhandelskonzept für die Stadt Sonthofen, 2019

Die Abbildung zeigt den zentralen Versorgungsbereich der Stadt Sonthofen auf der Grundlage der aktuellen Erhebung vom Juli 2020.

Projektrelevante Verkaufsfläche im Zentralen Versorgungsbereich

Nahrungs- und Genussmittel

3.020 qm

Quelle: Eigene Erhebungen, Juni 2020

Die Innenstadt umfasst alle maßgeblichen Einzelhandelsbetriebe sowie die bestehenden ergänzenden Dienstleistungsstrukturen, Gastronomie und die öffentlichen Einrichtungen. Durch ihre **Multifunktionalität** ist sie als wichtigster Versorgungsbereich v. a. für den mittelfristigen Bedarf zu werten.

Die Abbildung 7 zeigt die 2020 ansässigen Einzelhandelsbetriebe, die sich in den Bereichen der Bahnhofstraße, Hochstraße und Hirschstraße befinden. Hier konzentriert sich der innerstädtische Handel. Hier sind die besten Einkaufslagen von Sonthofen. Die wichtigen Magnetbetriebe der Innenstadt finden sich ebenfalls hier. Dazu zählen C&A, Bonita, Edeka, Depot, Fielmann, Landhaus Trachten, Modehaus Gobert, Müller, Schuh Mann, Tchibo sowie zahlreiche kleinere, teils hoch spezialisierte Fachgeschäfte, nicht zu vergessen das Lebensmittelhandwerk (Metzgereien und Bäckereien).



Projektbezogen konzentrieren sich die Lebensmittelverkaufsflächen im zentralen Versorgungsbereich auf den Edeka in der Hirschstraße. Dieser hat ungefähr 1.585 qm Lebensmittelverkaufsfläche. Die übrige Lebensmittelverkaufsfläche verteilt sich zwanzig weitere kleinere Betriebe mit einem Sortimentsschwerpunkt Lebensmittel. Weitere zwei Betriebe bieten Lebensmittel noch im Nebensortiment an (Drogerie Müller, Weltladen).

Tabelle 2 Sortimentsüberschneidungen des Vorhabens mit Betrieben in der Innenstadt

Anbieter	Lebensmittelverkaufsfläche in qm	Übrige Sortimente in qm	Insgesamt
in großflächigen Lebensmittelmärkten (Edeka)	1.585	495	2.080
übrige Lebensmittelbetriebe (Bäcker, Metzger, Reformhaus, etc.)	1.365	80	1.445
Betriebe mit Nebensortiment Lebensmittel (Drogerie Müller, Weltladen)	70	690	760
Verkaufsflächen in Betrieben mit Sortimentsüberschneidung gesamt	3.020	1.265	4.285

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen Juni 2020

Im Kernsortiment handelt es sich in der Regel um Spezialisten (Bäcker, Metzger, Reformhäuser, Sanitätshäuser, Parfümerien, Apotheken etc.), die nicht als systemgleiche, möglicherweise gar nicht als Konkurrenz eingestuft werden müssen.

B.3.2.1.2 Sonthofen Gesamtstadt

Das restliche Stadtgebiet Sonthofens wird vor allem durch die Einzelhandelslagen Rudolf-Dieselstraße (mit Kaufpark und Lidl), den Bestandsstandort Nahversorgung (Rewe, Norma, Aldi etc.) mit den dort ansässigen großflächigen Betrieben geprägt. Parallel hierzu wird die Sonthofer Bevölkerung durch verschiedene besonders auf den kurzfristigen Bedarf ausgerichtete Solitärstandorte versorgt. Diese befinden sich in erster Linie an integrierten Standorten im Kernstadtgebiet.

Tabelle 3 Sortimentsüberschneidungen des Vorhabens mit Betrieben in der Kernstadt

Name	Betriebsform	Standort	Bewertung
Kaufmarkt	SB-Warenhaus	Rudolf-Diesel-Straße	Sonderstandort
Lidl	Lebensmitteldiscounter	Rudolf-Diesel-Straße	Sonderstandort
Rewe	Supermarkt	Samuel-Bachmann-Straße	Bestandsstandort Nahversorgung
Netto	Lebensmitteldiscounter	Eichendorffstraße	Solitärstandort, integriert
Feneberg	Supermarkt	Martin-Luther-Straße	Solitärstandort, integriert
Edeka	Supermarkt	Hirschstraße	Innenstadt (ZVB), integriert
Aldi	Lebensmitteldiscounter	Östliche Alpenstraße	Bestandsstandort Nahversorgung
Norma	Lebensmitteldiscounter	Östliche Alpenstraße	Bestandsstandort Nahversorgung
Aldi	Lebensmitteldiscounter	Oberstdorfer Straße	Solitärstandort, integriert

Quelle: Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH, Einzelhandelskonzept für die Stadt Sonthofen, 2019 und eigene Erhebung Juni 2020



B.4 Die Kaufkraftströme und die erwarteten Veränderungen

B.4.1 Der 0-Fall (Status Quo)

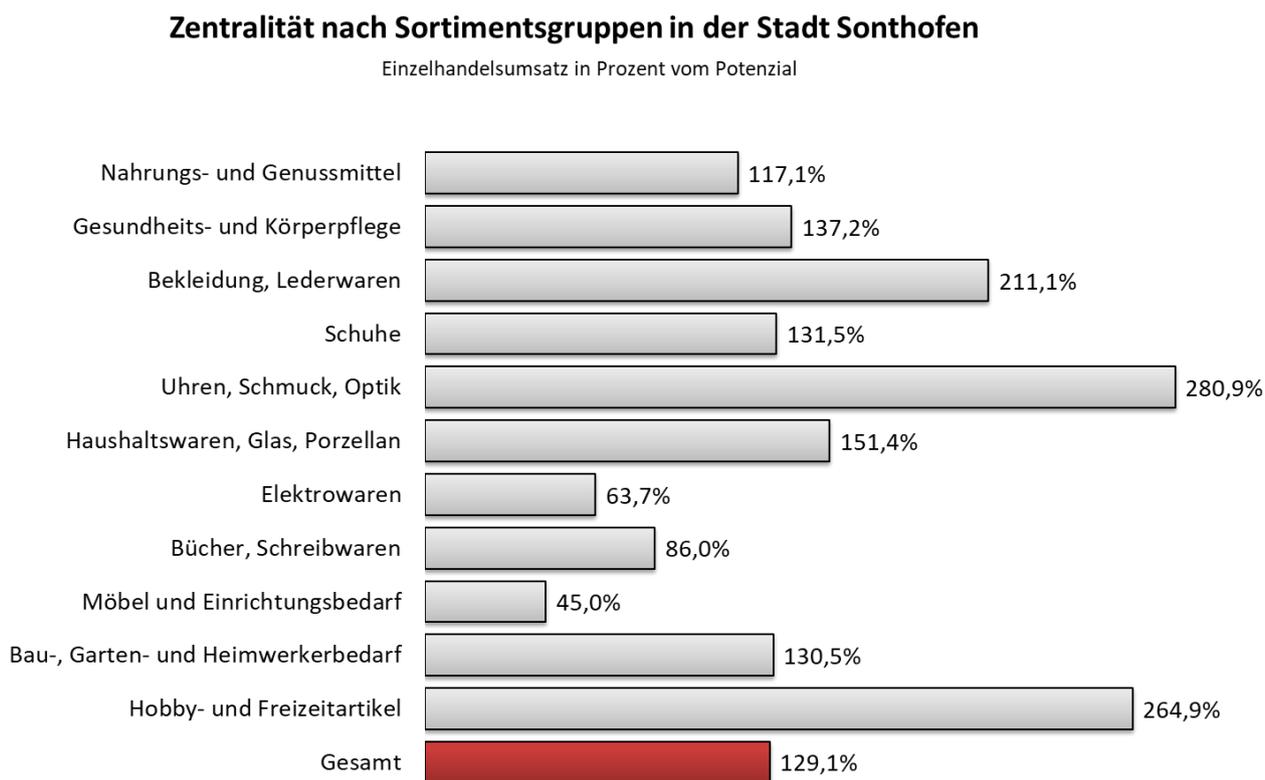
B.4.1.1 Kaufkraftströme am Standort Sonthofen

Durch den Einsatz des Markt und Standort Modells können die aktuellen Einkaufsbeziehungen im Einzugsbereich des Projektes ermittelt werden. Mit Fokus auf den Standort Sonthofen werden die Kaufkraftströme aus der Perspektive des Sonthofer Einzelhandels und Verbrauchers dargestellt. Bei der Ermittlung der Kaufkraftströme werden, im Gegensatz zur Darstellung der Zentralität, keine bilanzierten Berechnungen vorgenommen, sondern auf Basis der einzelnen Einkaufsbeziehungen zwischen Wohnorten und Einzelhandelsstandorten die Ströme (Zuflüsse und Abflüsse der Kaufkraft) simuliert.

B.4.1.1.1 Periodischer Bedarf

Die Kaufkraftströme für den periodischen Bedarf setzen sich im vorliegenden Fall (Nahversorgungsstandort) aus den Sortimentsgruppen „Nahrungs- und Genussmittel“ zusammen. Es ist zu berücksichtigen, dass es sich bei dem Standort um einen integrierten Bestandsstandort handelt. Andere Sortimentsgruppen spielen nur eine Nebenrolle.

Abbildung 8 Zentralität nach Sortimentsgruppen in Sonthofen



Quelle: eigene Berechnung Juli 2020

Aufgrund der aktuellen Betriebsstruktur im Bereich der Versorgung mit Lebensmitteln in der Stadt Sonthofen ergibt sich ein angemessener Zentralitätswert. Dies ist Ausdruck der starken Marktposition Sonthofens auch im periodischen Sortimentsbereich. Gleichzeitig tragen die nicht unerheblichen Umsätze mit Touristen zu dem im Vergleich zum örtlichen Marktpotenzial hohen Bestandsumsatz bei.



B.4.2 Der 1-Fall (Projekt)

Grundlage für die perspektivische Berechnung der zu erwartenden Auswirkungen des zu prüfenden Projektes sind die dargestellten Kaufkraftströme in Sonthofen. Auf Basis der bereits hohen Kaufkraftgewinne in Sonthofen werden die Wirkungen des Projektes ermittelt. Die Veränderung der Kaufkraftströme führt dabei zu Umsatzumlenkungen, die für die betroffenen Einzelhandelsstandorte geprüft und gutachterlich bewertet werden.

B.4.2.1 Projekt

Das Projekt wurde bereits erläutert. Im Folgenden werden die zu erwartenden Projektumsätze für die Verkaufsflächen ermittelt und die erzielten Marktanteile dargestellt.

Die gesamte künftige Verkaufsfläche von 1.016 qm wird in die Begutachtung einbezogen. Es ist jedoch zu berücksichtigen, dass für den bereits vorhandenen Teil der Verkaufsfläche von 877 qm die schon lange erfolgte Marktberäumung zu unterstellen ist. Deshalb sind städtebauliche und absatzwirtschaftliche Auswirkungen für diese Bestandsfläche nicht zu erwarten. Diese ist bereits seit Jahren etabliert und die entsprechenden Wettbewerbseffekte sind bereits wirksam geworden. Die Agglomerationsvorteile durch die Erweiterung sind in die verwendete Raumleistung eingeflossen. Vor diesem Hintergrund wird die für die Begutachtung zugrunde liegende Umsatzerwartung auf der Basis der zusätzlichen Verkaufsfläche und der Raumleistung ermittelt.

Tabelle 4 Projekt, geplante Sortimente und Umsatzerwartung in Mio. €

Sortiment	Verkaufsfläche in qm	Regular Case		Worst Case	
		Raumleistung in €/qm	Umsatzerwartung in Mio. €	Raumleistung in €/qm	Umsatzerwartung in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	139	4.800	0,7	5.800	0,8

Quelle: eigene Berechnungen, BBE, Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2017 für das Bayerische Wirtschaftsministerium. Der Worst Case entspricht der maximal anzunehmenden Raumleistung für Discounter.

Die verwendete Raumleistung genügt der Einstufung des Vorhabens als Lebensmitteldiscounter, entsprechend der Vorgaben aus den „Struktur und Marktdaten des Einzelhandels 2017“, die Grundlage für die landesplanerische Beurteilung von Vorhaben sind. Die verwendete Raumleistung von 5.800 € pro qm Verkaufsfläche im Worst Case entspricht dem maximal angenommenen Wert für Discounter. Die aufgeführte Raumleistung und Umsatzerwartung des Regular Case erlaubt es, die Größenordnung des Worst Case zu bewerten. Realistisch ist aus gutachterlicher Sicht die Umsatzerwartung von 0,7 Mio. € im Regular Case.

Danach ergibt sich für den Worst Case eine Umsatzerwartung von zusätzlich 0,1 Mio. € p.a. .

B.4.2.2 Umsatzherkunft

Für die Beurteilung des Kongruenzgebotes und zur Abschätzung der künftig erzielten Marktanteile ist die Ermittlung der Umsatzherkunft von entscheidender Bedeutung. Sie basiert auf den Wohnsitzen der erwarteten Kunden. Es handelt sich um einen Nahversorgungsstandort, so dass von einer eher geringen räumlichen Reichweite des Untersuchungsstandortes auszugehen ist. Zudem sind im Stadtgebiet von Sonthofen weitere Discounter ansässig, die einen Teil der Sonthofer Verbraucher binden. Die Reichweite in das Umland Sonthofens dürfte gering sein, zumal in Blaichach im Norden sowie in Fischen im Allgäu und in Oberstdorf im Süden weitere Netto-Märkte ansässig sind.



Tabelle 5 Umsatzherkunft für das Erweiterungsvorhaben (Lebensmitteldiscounter)

Gebiet	Einwohner 2019	Kaufkraft Potenzial in Mio. Euro 2019	Marktanteil aus Modell Projekt in %	Umsatzanteil aus Modell Projekt in Mio. Euro
Zone 1	21.640	60,2	0,9%	0,6
Zone 2	36.901	103,2	0,2%	0,2
Einzugsbereich	58.541	163,4	0,4%	0,8
Zone 3 und Diffuser Bereich				0,0
Summe				0,8

Quelle: eigene Berechnungen

Danach wird die Erweiterung unter Worst-Case-Bedingungen einen Marktanteil von rund 0,94% im Stadtgebiet von Sonthofen (Zone 1) erzielen. Die Marktanteile innerhalb des Einzugsbereiches in den Zonen 2 und 3 sind zu vernachlässigen. Ein minimaler Anteil von 0,04 Mio.€ wird aus diffusen Zuflüssen (Geschäftsreisende, Touristen) stammen.

Bezogen auf das gesamte Objekt steht im Worst Case eine Umsatzerwartung in der Größenordnung von rund 5,9 Mio. € einer Kaufkraft im Einzugsbereich von 163,4 Mio. gegenüber. Das entspräche einem Marktanteil von rund 3,6%. Im Stadtgebiet von Sonthofen wird der erweiterte Netto Standort unter Worst-Case-Bedingungen einen Marktanteil von 6,9% erzielen können. Durch die Erweiterung dürfte der Marktanteil des Netto-Marktes um 1,3% Prozentpunkte ansteigen.

B.5 Verträglichkeitsuntersuchung für das Projekt

B.5.1 Landesplanerische Betrachtung

Gem. LEP Bayern 2018¹² Kapitel 2.1.3 sollen die Zentralen Orte die Versorgung der Bevölkerung mit Waren des gehobenen Bedarfs, aber auch auf den darunter liegenden Stufen wahrnehmen. Ferner legt LEP Bayern 2018 Kapitel 5.3.1 fest, dass Flächen für Einzelhandelsgroßprojekte in der Regel nur in Unterzentren und zentralen Orten höherer Stufen sowie in Siedlungsschwerpunkten (geeignete zentrale Orte) ausgewiesen werden sollen.

Die Stadt Sonthofen ist als Oberzentrum, gemeinsam mit Immenstadt, ausgewiesen, so dass sie als Standort für großflächigen Einzelhandel grundsätzlich geeignet ist.

Damit ist die Einhaltung des Zentralitätsgebotes aus gutachterlicher Sicht gewährleistet.

Die Ermittlung der zu erwartenden Marktanteile des Projektes zeigt, dass die mit Abstand größten Umsatzanteile des Projektes aus dem Stadtgebiet Sonthofen stammen. Das Projekt wird die zentrale Bedeutung des Standortes Sonthofen nicht verändern und passt sich insofern in das zentralörtliche System Bayerns ein.

Damit ist die Einhaltung des Kongruenzgebotes aus gutachterlicher Sicht gegeben.

Die Standortwahl innerhalb des Gemeindegebietes ist entscheidend für die Beurteilung der geforderten Integration des Vorhabenstandortes. Nach Kapitel 5.3.1 „Lage im Raum“ wird geregelt:

„(Z) Die Flächenausweisung für Einzelhandelsgroßprojekte hat an städtebaulich integrierten Standorten zu erfolgen. Abweichend sind Ausweisungen in städtebaulichen Randlagen zulässig, wenn das Einzelhandelsgroßprojekt überwiegend dem Verkauf von Waren des sonstigen Bedarfs dient oder die Gemeinde nachweist, dass geeignete städtebaulich integrierte Standorte auf Grund der topographischen Gegebenheiten nicht vorliegen.“

¹² Stand LEP Teilfortschreibung 1.3.2018



Entsprechend der Einstufung im Einzelhandelskonzept der Stadt Sonthofen handelt es sich bei dem zu erweiternden Vorhaben um einen integrierten solitären Standort mit aktiv gestaltbarem Bestandsschutz. Somit ist die Standortintegration als gegeben anzunehmen.

Damit ist der Einhaltung des Integrationsgebotes aus gutachterlicher Sicht gegeben.

Die zulässigen Verkaufsflächen werden in Kapitel 5.3.3 „Zulässige Verkaufsflächen“ geregelt.

„(Z) Durch Flächenausweisungen für Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich dieser Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Soweit sortimentspezifische Verkaufsflächen die landesplanerische Relevanzschwelle überschreiten, dürfen Einzelhandelsgroßprojekte, - soweit in ihnen Nahversorgungsbedarf oder sonstiger Bedarf verkauft wird, 25 v.H., - soweit in ihnen Innenstadtbedarf verkauft wird, für die ersten 100 000 Einwohner 30 v.H., für die 100 000 Einwohner übersteigende Bevölkerungszahl 15 v.H. der sortimentspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum abschöpfen.“

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Sonthofen ermittelt auf Grundlage der Vorgaben des LEP Bayern die zulässigen Verkaufsflächen für verschiedene Absatzformen¹³. Für die Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters wären danach Verkaufsflächengrößen zwischen 2.100 qm und 3.300 qm zulässig. Das geplante Vorhaben wird in der Endausbaustufe über 1.016 qm Verkaufsfläche verfügen. Damit liegt die geplante Verkaufsflächengröße deutlich unterhalb der als zulässig ermittelten Verkaufsflächenspanne.

Nach den Berechnungen auf der Grundlage der Vorgaben des LEP und der Struktur- und Marktdaten der Bayerischen Landesplanung ist die vorgesehene Dimensionierung des Vorhabens aus landesplanerischer Sicht in Sonthofen umsetzbar.

B.5.2 Bewertung der Sortimentsstruktur

Die Sortimente der geplanten Erweiterung sind in Teilen als nahversorgungsrelevant einzustufen.

Der Netto Markt an der Eichendorffstraße ist als solitärer Nahversorgungsstandort eingestuft. Laut Einzelhandelskonzept der Stadt Sonthofen kann dort aufgrund der integrierten Lage der Bestandsschutz aktiv gestaltet werden. Eine Erweiterung auf Grundlage des aktiven Bestandsschutzes ist als positiv zu erachten, jedoch müssen im Erweiterungsfall die städtebaulichen Wirkungen, insbesondere auf den zentralen Versorgungsbereich in der Innenstadt, gutachterlich überprüft werden.

¹³ Vergl. Einzelhandelskonzept für die Stadt Sonthofen 2019, Seite 61f



B.5.2.1 Städtebauliche Auswirkungen auf die Nahversorgung

Gemäß LEP Bayern 2018¹⁴ Kapitel 5.3.3 darf durch die Ansiedlung von Flächen für die Errichtung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten die Funktionsfähigkeit der zentralen Orte im Einzugsbereich nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Eine wesentliche Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns bzw. der städtebaulich-funktionalen Zentren wird regelmäßig vermutet, wenn aufgrund des durch den Betrieb des Einzelhandelsprojekts verursachten Kaufkraftabflusses Geschäftsaufgaben drohen. Dies wird regelmäßig vermutet, wenn bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust von 10% und bei nicht zentrenrelevanten und nicht nahversorgungsrelevanten Sortimenten von 20% zu erwarten ist. Allerdings handelt es sich hier nicht um fixe Grenzwerte, die in jedem Falle heranzuziehen sind. Für jeden Einzelfall sind die Verträglichkeitsgrenzen gutachterlich neu zu bewerten.

Tabelle 6 Abwägungsschwellenwerte für die Beurteilung städtebaulicher Wirkungen des Vorhabens

Gebiet	maximaler Abwägungsschwellenwert in %	Begründung
Innenstadt	8	Bestandsschutz und Bestandspflege der bestehenden, Betriebe, Vermeidung von Verdrängungswettbewerb und Störung der vorhandenen Nahversorgungsstrukturen (Edeka, Müller und viele kleinere Spezialanbieter)
Bestandsstandort Nahversorgung	8	Sicherung der wohnungsnahen Nahversorgung im Stadtgebiet
Solitäre Nahversorgungsstandorte	10	Sicherung der wohnungsnahen Nahversorgung an integrierten Standorten
Sonderstandorte Fachmärkte	10	Sicherung der Grundversorgung mit Nahversorgungssortimenten im Stadtgebiet (insbesondere Rudolf-Diesel-Straße)

Die genannten Abwägungsschwellenwerte gelten für die Sortimente der Nahrungs- und Genussmittel. Vor allem die Sicherung der Lebensmittelversorgung in der Innenstadt Sonthofens ist ein wesentliches Ziel des Einzelhandelskonzeptes, so dass für die Innenstadt von Sonthofen ein niedrigerer Schwellenwert festgesetzt wird. Dies gilt auch für die Sicherung der Nahversorgung durch die Anbieter am Bestandsstandort Nahversorgung Östliche Alpenstraße. Für die übrigen Anbieter im Stadtgebiet, sofern sie sich an integrierten solitären Standorten oder in anderen ausgewiesenen Standortbereichen laut Einzelhandelskonzept befinden, wird ein Abwägungsschwellenwert von 10% angesetzt.

¹⁴ Stand LEP Teilfortschreibung 1.3.2018



B.5.2.1.1 Umsatzumlenkungen durch das Projekt, Lebensmittelsortiment

Aus den zusätzlichen Verkaufsflächen des Vorhabens ergibt sich eine Umsatzumlenkungen von insgesamt rund 0,8 Mio. €.

Tabelle 7 Umsatzumlenkungen – Nahrungs- und Genussmittel

Gebiet**	Umsatz Status Quo in Mio. Euro	Umsatzverlust in Mio. Euro	Umsatzumlenkungsquote in %
Sonthofen Innenstadt	13,2	0,2	1,4%
Sonthofen Östliche Alpenstraße	12,5	0,2	1,3%
Sonthofen Samuel-Bachmann-Straße	6,1	0,1	1,1%
Sonthofen Rudolf-Diesel-Straße	18,5	0,2	1,2%
Sonthofen Eichendorffstraße	3,4	...*	...*
Sonthofen Berghofer-Oststraße	1,4	...*	...*
Sonthofen Streulage	13,0	0,1	1,2%
Sonthofen Ortsteile	2,1	...*	...*
Einzelhandel außerhalb Sonthofens und diffuse Zuflüsse		...*	...*
Umsatzerwartung	70,2	0,8	1,1%

Quelle: eigene Berechnungen

* Werte unter 100 TEuro werden nicht ausgewiesen

** Laut Einstufung im Einzelhandelskonzept der Stadt Sonthofen
Rundungsdifferenzen sind möglich

Insgesamt verbleibt der Lebensmittelumsatz des Vorhabens deutlich innerhalb der zur städtebaulichen Schädlichkeitsbemessung angelegten Abwägungsschwellenwerte. Da die Berechnungen eine Worst-Case-Betrachtung unterstellen, ist unzweifelhaft davon auszugehen, dass keine strukturschädlichen Umlenkungen zu erwarten sind, insbesondere vor dem Hintergrund, dass es sich bei dem Vorhaben um die Erweiterung eines bestehenden Marktes handelt.

Die Umverteilung der erwarteten Lebensmittelumsätze erfolgt nach dem verwendeten Berechnungsmodell zu fast 100% innerhalb des Stadtgebietes von Sonthofen. Nur ein sehr geringer Teil der Umsatzerwartung des Vorhabens werden im Umland umverteilt. Dieser geringe Rückgriff auf Umlandkapazitäten ist der insgesamt guten Ausstattung mit Lebensmittelmärkten in den Gemeinden der Zonen 2 und 3 geschuldet. Die Wahrscheinlichkeit, dass sich Verbraucher, die bislang im Umland einkaufen, aufgrund der hier untersuchten Nahversorgungsergänzung von ihrem Versorger vor Ort abwenden, ist nicht als hoch einzustufen.

Die ermittelten Umsatzumlenkungen bleiben im Rahmen der vorher festgesetzten Abwägungsschwellen, so dass städtebauliche negative Auswirkungen auf die bestehenden Lebensmittelanbieter nicht zu erwarten sind. Alle integrierten Lagen können ihre Versorgungsfunktion weiterhin ohne Einschränkung ausüben. Eine zusätzliche Wettbewerbswirkung ist im Discountsegment in Sonthofen zu erwarten.

Die geplante Erweiterung des Netto Lebensmitteldiscounters ist aus städtebaulicher Sicht in der geplanten Größenordnung als verträglich anzusehen. Darüber hinaus wird mit dieser Maßnahme die Angebotslandschaft modernisiert und damit die Zukunftsfähigkeit des Angebots in Sonthofen gesichert.



B.6 Abschließende Bewertung

Das Projekt zur Erweiterung des Netto Lebensmitteldiscounters ist auch in seiner Gesamtheit als städtebaulich verträglich einzustufen.

- Der Standort im Oberzentrum Sonthofen erfüllt aus gutachterlicher Sicht das **Zentralitätsgebot**.
- Der Standort in der Eichendorffstraße ist als integriert zu bewerten, so dass aus gutachterlicher Sicht das **Integrationsgebot** als erfüllt gelten muss.
- Die weitgehende Beschränkung der Umsatzherkunft und auch der Umsatzumverteilung auf das Stadtgebiet Sonthofens belastet die Angebotsstruktur im Umland nur in geringem Ausmaß. Das **Kongruenzgebot** kann aus gutachterlicher Sicht als erfüllt angesehen werden.
- Die Zulässigkeit der geplanten **Verkaufsflächenstruktur und -größe** wurde nach den landesplanerisch vorgegebenen Bestimmungen geprüft und in der geplanten Dimension nach gutachterlicher Einschätzung bestätigt.
- Das Vorhaben führt zu Wettbewerbswirkungen, die aber nicht zu städtebaulich relevanten Auswirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen und Nahversorgungsstandorten führen werden. Auch die Sonderstandorte für Fachmärkte, die zumindest an der Rudolf-Diesel-Straße auch erhebliche Lebensmittelverkaufsflächen bieten, werden städtebaulich nicht beeinträchtigt. Das Erweiterungsvorhaben hält somit das **Beeinträchtungsverbot** und auch die einschlägigen **Vorschriften des BauGB und der BauNVO** ein.
- Das Vorhaben lässt sich mit den Vorgaben des **Einzelhandelskonzeptes der Stadt Sonthofen** in Einklang bringen. Die Standort ist ein als integriert eingestuftes Nahversorgungsstandort, an dem die vorgesehenen Sortimente realisiert werden dürfen. Die Dimensionierung der Erweiterung wird als städtebaulich verträglich bewertet.

Die geplante Erweiterung des Netto-Standortes ist als Beitrag zur Modernisierung und Ergänzung des Nahversorgungsangebotes in Sonthofen positiv zu bewerten.

C Szenarioanalyse aufgrund weiterer Planungen

Um eine Gesamtab schätzung der Auswirkungen geben zu können, ist es sinnvoll alle geplanten Entwicklungen zu betrachten. Dies betrifft insbesondere die zeitgleich geplante Erweiterung des Aldi-Marktes in der Oberstdorfer Straße.

Dabei ist eine Erweiterung um 230 qm geplant, die bei Worst-Case-Betrachtung zu einem zusätzlichen Umsatz von 2,3 Mio. Euro führen würde. Davon würden 2,0 Mio. Euro in Sonthofen umverteilt. Zusammen mit der hier betrachteten Erweiterung des Netto-Marktes in der Eichendorffstraße ist eine zusätzliche Umsatzbindung in Sonthofen in Höhe von 2,8 Mio. Euro zu erwarten.

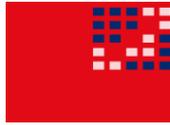


Tabelle 8 Umsatzumlenkungen aller geplanten Verkaufsflächen – Nahrungs- und Genussmittel gesamt

Gebiet	Einstufung nach Einzelhandelskonzept	vorhandene Verkaufsflächen in qm	Projekt-relevanter Bestands-umsatz in Mio. €	Projektumsatz Erweiterung Aldi Oberstdorfer Straße in Mio. €	Projektumsatz Erweiterung Netto Eichendorffstraße in Mio. €	Umlenkungsquote in v.H.
Innenstadt	Zentraler Versorgungsbereich	3.020	13,2	0,4	0,2	4,2%
Östliche Alpenstraße	Nahversorgungsstandort	2.260	12,5	0,4	0,2	4,4%
Samuel-Bachmann-Straße	Nahversorgungsstandort	1.800	6,1	0,2	0,1	4,2%
Rudolf-Diesel-Straße	Fachmarktstandort	3.530	18,5	0,6	0,2	4,4%
Eichendorffstraße	Solitärstandort	850	3,4	...*	...*	...*
Berghofer - Oststraße	Solitärstandorte	300	1,4	...*	...*	...*
Streulagen in der Kernstadt	Solitärstandorte	2.560	13,0	0,4	0,1	4,4%
Ortsteile	Solitärstandorte	415	2,1	...*	...*	...*
Einzelhandel außerhalb Sonthofens und diffuse Zuflüsse				0,2	...*	...*
Summe		14.735	70,2	2,3	0,8	4,4%

Quelle: eigene Berechnungen

* Werte unter 100 TEuro werden nicht ausgewiesen

** Laut Einstufung im Einzelhandelskonzept der Stadt Sonthofen
Rundungsdifferenzen sind möglich

Die erwartete Umsatzumverteilung wird sich voraussichtlich auf alle Standorte in Sonthofen gleichermaßen gering auswirken. In der Gesamtbetrachtung führen die beiden Planungen zu einer Verschärfung des Wettbewerbs, welcher jedoch deutlich im Rahmen der städtebaulichen Verträglichkeit bleibt.



D Anhang

D.1 Absatzformen - Definitionen

Lebensmittel SB-Laden

Ein Lebensmittel SB-Laden ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 qm Verkaufsfläche, das vor allem Lebensmittel in Selbstbedienung anbietet. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln und dient vor allem der Grundversorgung.

Supermarkt

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von 400 qm bis 1.750 qm Nahrungs- und Genussmittel, einschließlich Frischwaren, sowie Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs anderer Branchen überwiegend in Selbstbedienung anbietet. Der Anteil der Non-Food Fläche beträgt i.d.R. nicht mehr als ein Drittel der gesamten Verkaufsfläche. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln mit ca. 86 % des Gesamtumsatzes.

Lebensmittel-Discounter

Ein Lebensmittel-Discounter ist ein Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von 250 qm bis 1.200 qm ein eng begrenztes Sortiment mit schnell umschlagenden Artikeln des täglichen Bedarfs in totaler Selbstbedienung anbietet. Das Frischwarensortiment ist - wenn überhaupt vorhanden - stark reduziert. Es dominiert das Angebot im Trockensortimentsbereich. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln mit ca. 90 % des Gesamtumsatzes. Die Marketingstrategie ist preisorientiert.

Verbrauchermarkt

Ein Verbrauchermarkt ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 1.000 qm (nach amtlicher Statistik) bzw. 1.750 qm (nach EHI Köln) ein breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln sowie an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs überwiegend in Selbstbedienung anbietet. Die Verkaufsflächenobergrenze liegt bei ca. 3.000 qm. Der Umsatzschwerpunkt liegt bei Nahrungs- und Genussmitteln mit ca. 70 % des Gesamtumsatzes.

SB-Warenhaus

Ein SB-Warenhaus ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 3.000 qm (nach amtlicher Statistik), von 4.000 qm (nach EHI Köln), von 5.000 qm (nach internationaler Abgrenzung) ein umfassendes Sortiment des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs von bis zu ca. 100.000 Artikeln anbietet. Der Umsatzschwerpunkt liegt i.d.R. bei Nahrungs- und Genussmitteln (Lebensmittelvollsortiment mit Frischwaren) mit ca. 62 % des Gesamtumsatzes.

Warenhaus

Ein Warenhaus ist ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der ein breites und tiefes Sortiment mehrerer Branchen mit hohem Servicegrad im mittleren bis gehobenen Preisniveau anbietet. Die Warensortimente umfassen überwiegend Non-Food Güter mit Schwerpunkt bei Bekleidung und Textilien. Hinzu kommen Lebensmittel, Gastronomie, Reisevermittlung, Friseur und Finanzdienstleistungen. Nach der amtlichen Statistik ist eine Verkaufsfläche von mindestens 2.500 qm erforderlich.

Kaufhaus

Ein Kaufhaus ist ein größerer Einzelhandelsbetrieb, der Waren aus zwei oder mehr Branchen, davon mindestens eine Warengruppe in tiefer Gliederung, anbietet. Kaufhäuser mit Textilien, Bekleidung und verwandten Sortimenten sind am stärksten verbreitet. Die Größe liegt i.d.R. ab ca. 1.000 qm Verkaufsfläche.

Fachgeschäft

Ein Fachgeschäft ist ein branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der ein branchenspezifisches Sortiment in großer Auswahl und unterschiedlichem Preis- und Qualitätsniveau anbietet. Beratung und Kundendienst gehören zum Serviceumfang. Die Größe von Fachgeschäften liegt i.d.R. deutlich unter 800 qm Verkaufsfläche.



Fachmarkt

Ein Fachmarkt ist ein großflächiger, meist ebenerdiger Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche ab ca. 800 qm ein breites und tiefes Sortiment aus einem Warenbereich (z.B. Bekleidung, Schuhe), einem Bedarfsbereich (z.B. Sport-, Elektro-, Spielwaren-, Möbel und Baufachmarkt) oder einer Zielgruppe (z.B. Design-Möbelhaus) anbietet. Die Warenanordnung ist i.d.R. übersichtlich bei niedrigem bis mittlerem Preisniveau. Je nach Fachmarkttyp wird Beratung und Service angeboten. Die Verkaufsflächengrenzen sind generell nicht festzulegen. Sie liegen bei Schuh- und Drogeriefachmärkten bei ca. 400-1.000 qm Verkaufsfläche, bei Bekleidungs- und Sportfachmärkten bei ca. 1.000-1.500 qm Verkaufsfläche, bei Spielwaren- und Elektrofachmärkten bei ca. 2.000-4.000 qm Verkaufsfläche, bei Baumärkten bei ca. 2.000 bis ca. 15.000 qm Verkaufsfläche und bei Möbel-fachmärkten bis zu ca. 50.000 qm Verkaufsfläche.

Geschäftsfläche

Die Geschäftsfläche eines Handelsbetriebes ist die gesamte betrieblich genutzte Fläche für Verkaufs-, Ausstellungs-, Lager-, Versand-, Büro-, sowie Personal- und Sozialzwecke. Dies schließt überbaute Flächen und Freiflächen, nicht aber Parkplätze ein.

Verkaufsfläche

Die Verkaufsfläche eines Handelsbetriebes ist die gesamte, für den Kunden zugängliche, Fläche auf welcher der Verkauf getätigt wird. Hierzu zählen Standflächen für die Ladeneinrichtung, Ausstellungsflächen sowie Freiflächen, Gänge und Treppen innerhalb des Verkaufsraumes.

Marktgebiet/Einzugsbereich

Das Marktgebiet bzw. der Einzugsbereich umfasst jenes Gebiet, aus dem sich zum überwiegenden Teil die Kunden des Einzelhandels einer Gemeinde oder eines Einzelbetriebes rekrutieren. Die Größe des Einzugsgebietes ist abhängig von der Verkaufsfläche eines Einzelbetriebes bzw. der Gesamtverkaufsfläche der Innenstadt einer Gemeinde. Die Größe des Marktgebietes kann auf der Basis von Distanz- und Zeitisochronen sowie empirischer Erfahrungswerte, auf der Basis von Pendlerverflechtungen, auf der Basis von Befragungen von Passanten/Kunden in den Innenstadtlauflagen und an bestehenden Betrieben ermittelt werden. Dabei hat die Attraktivität der Konkurrenz (Nachbarstädte, absatzformengleiche Betriebe) einen erheblichen Einfluss auf das Marktgebiet.

Kaufkraft (Potential)

Die Kaufkraft, auch Kaufkraftpotential, Marktpotential oder einfach Potential, bezeichnet das innerhalb des Marktgebietes zur Verfügung stehende Ausgabenvolumen der dort lebenden Bevölkerung für einzelhandelsrelevante Güter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs innerhalb eines Jahres. Das einzelhandelsrelevante Marktpotential wird in den 11 Markt und Standort Warengruppen auf Basis der Umsatzsteuerstatistik und verschiedener statistischer Analysen berechnet und mit einem regionalspezifischen Kaufkraftindex des Markt und Standort Instrumentes „Regionale Kaufkraftpotentiale“ gewichtet.

Die einzelhandelsrelevante durchschnittliche Kaufkraft (ungewichtet) eines bundesdeutschen Einwohners - in der Abgrenzung der Markt und Standort Systematik - liegt, je nach konjunktureller Lage, zwischen etwa 4.850.- Euro und 5.400.- Euro pro Jahr. Davon zu unterscheiden ist die „allgemeine Kaufkraft“, die auch Ausgaben für Miete, Eigentum, Vorsorge, Ersparnis und andere, nicht einzelhandelsrelevante, Güter umfasst.

Für die neuen Bundesländer werden Werte erzielt, die bei etwa 70-85 Prozent der Werte für die alten Bundesländer liegen.

Umsatz

Der Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes umfasst den Erlös aus verkauften Waren bzw. Dienstleistungen, inklusive der Umsatzsteuer (bzw. Mehrwertsteuer aus Kundensicht). Die Ermittlung der Umsätze eines Betriebes kann auf Basis von Einzelhandelsbefragungen (schriftlich, telefonisch, persönlich) oder über eine Schätzung der Verkaufsfläche und branchenüblicher durchschnittlicher Raumleistungen (Umsatz je qm Verkaufsfläche) ermittelt werden. Hierzu sind umfangreiche primärstatistische und sekundärstatistische Erhebungen erforderlich.



Raumleistung/Flächenproduktivität

Die durchschnittliche Raumleistung/Flächenproduktivität ist definiert als Umsatz je qm Verkaufsfläche. Durchschnittliche Raumleistungen werden branchen- und absatzformenspezifisch ermittelt. Die Höhe hängt von der Lage, der Art, dem Erscheinungsbild, der Qualität und der Verkaufsfläche des Einzelbetriebes ab. Der Ermittlung durchschnittlicher Raumleistungskennziffern liegen primär- und sekundärstatistische Analysen zugrunde. Die Basis sind amtliche Statistiken, Fachstatistiken und Veröffentlichungen (Presse, Geschäftsberichte). Sie setzen ein umfassendes Berichtswesen voraus.

Umsatzerwartung

Die Umsatzerwartung drückt den an einem bestimmten Standort voraussichtlich erzielbaren Umsatz eines Einzelbetriebes aus. Er entspricht somit einem Erwartungswert unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Verhältnisse. Die Höhe ist abhängig von Standort, Branche, Marktpotential und Konkurrenzsituation. Umsatzerwartungen werden mittels branchenüblichen distanzabhängigen Marktanteilen (Marktanteilkonzept), mittels zeit- und distanzabhängiger Kaufkraft- und Konkurrenzanalysen (Ökonometrische Methode) und mittels gewichteter branchenbezogener, firmen- und größenspezifischer Umsatzleistung je qm Verkaufsfläche (Produktivitätskonzept) ermittelt. Markt und Standort bemisst die Umsatzerwartung auf der Basis aller drei üblichen Verfahren unter Berücksichtigung des Einkaufsverhaltens der Marktgebietsbevölkerung (Markt und Standortmetrisches Konzept).



D.2 Markt und Standort Warengruppensystematik 2020

1. Nahrungs- und Genussmittel

Fleischerei (ohne Pferdefleischerei)

Pferdefleischerei

Bäckerei, Konditorei

Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren

Reformwaren

Milch, Milcherzeugnisse, Fettwaren, Eier

Fisch, Fischerzeugnisse

Wild, Geflügel

Süßwaren

Kaffee, Tee, Kakao

Fleisch, Fleischwaren

Brot, Konditorwaren

Kartoffeln, Gemüse, Obst

Sonstige Nahrungsmittel

Wein, Spirituosen

Bier, alkoholfreie Getränke

Tabakwaren

(enthält Supermärkte, SB-Märkte, Kioske und SBW+VM aus Umlage)

2. Gesundheits- und Körperpflegeartikel

Apotheken

Medizinisch-Orthopädische Artikel

Parfümerien (Kosmetikartikel, Körperpflegemittel u.a. über Umlage)

Drogerien (u.a. pharmazeutische u. chemikalische Erzeugnisse u.a. über Umlage)

Feinseifen, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel, Bürsten



3. Textilien, Bekleidung, Lederwaren

Textilien, Bekleidung

Herrenoberbekleidung, Berufs- und Lederbekleidung

Damenoberbekleidung, Berufs- und Lederbekleidung

Kinderbekleidung, Bekleidungszubehör für Kinder u. Säuglinge

Kürschnerwaren (Pelzfelle, Pelzbekleidung)

Pullover, Strümpfe, Herrenwäsche, Damenblusen, Bekleidungszubehör

Damenwäsche, Miederwaren

Kopfbedeckung, Schirme, Stöcke

Kurzwaren, Schneidereibedarf

Handarbeiten, Handarbeitsbedarf

Meterware für Bekleidung, Haus-, Tisch- und Bettwäschestoff

Lederwaren, Täschnerwaren (Taschen, Koffer, Mappen, Börsen u.a.)

4. Schuhe

Straßen- und Hausschuhe

Sportschuhe (o. Spezialsportschuhe wie Berg-Wanderschuhe)

5. Uhren, Schmuck, Optik

Optik (Brillen, Mikroskope, Ferngläser, Barometer, Lupen o. med. Artikel)

Uhren, Edelmetallwaren, Schmuck (u.a. Edelmetallbestecke u. -tafelgeräte)

6. Hausrat

Hausrat aus Eisen, Metall, Kunststoff (nichtelektrische Haushalts- und Küchenkleingeräte,

Koch- und Bratgeschirre, Tafelgeschirr, Küchen- und Haushaltsbehälter, Artikel für den Garten,

Möbel- und Grillgeräte

für Garten und Camping, ohne Öfen, Herde)

Schneidwaren, Bestecke (o. Edelmetallwaren wie Silberbestecke)

Feinkeramik, Glaswaren, Porzellan, Steingut

Galanteriewaren, Geschenkartikel (u.a. Raucherzubehör, Kunstblumen, Wandteller, Kerzen-
ständer)

Näh- und Strickmaschinen



7. Elektro

Herde, Waschmaschinen, Kühlschränke, Öfen (weiße Ware)

Rundfunk-, Fernseh-, phonotechnische Geräte, CD, Video (braune Ware)

Foto-, Kino- und Projektionsgeräte, Fotozubehör (braune Ware)

Computer, Telekommunikation, Zubehör

8. Bücher, Schreibwaren

Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel

Bücher, Fachzeitschriften

Unterhaltungszeitschriften, Zeitungen

Büromaschinen, Organisationsmittel (u.a. Schreibmaschinen, Diktiergeräte, Ordner,

Hefter, aber o. Büromöbel: anteilig 25 %)

9. Möbel- und Einrichtungsbedarf

Möbel (incl. Büromöbel)

Korb-, Kork- und Flechtwaren

Antiquitäten, antike Teppiche, Münzen und Edelmetallwaren

Kunstgegenstände, Bilder (o. Antiquitäten)

Kunstgewerbliche Erzeugnisse, Devotionalien

Gardinen, Dekostoffe, Decken, Stuhlaufgaben, Kissen, Gobelins

Teppiche, Läufer, Kelims

Bettwaren, Bettdecken, Kopfkissen, Matratzen, Bettfedern, Daunen

Lampen, Leuchten

Haus- und Tischwäsche, Handtücher, Tischdecken, Servietten, Bettwäsche



10. Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf

Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren (aus Umlage)

Schrauben, Kleisenwaren, Werkzeuge, Bauartikel u.ä.

Tapeten, Wand- und Deckenbeläge

Bodenbeläge (Bahnenware, Fliesen, Kunststoff, Linoleum, o. Teppiche)

Elektrotechnische Erzeugnisse (Drähte, Kabel, Akku, Trafo u.a.)

Lacke, Farben, Polituren, Klebstoffe, Malerpinsel u.a. Zubehör

Blumen, Pflanzen, Blumentöpfe und -erde

Heim- und Kleintierfutter, Tiere, Sämereien, Düngemittel

Sonstiger Baubedarf (Schnittholz, Kunststoffplatten, Baustoffe, Schleifmittel, technische Gummi- und Lederwaren, Asbest, Glas- und Keramikstoffe)

11. Hobby- und Freizeitartikel

Musikinstrumente, Musikalien

Sammlerbriefmarken

Kfz-Zubehör (Autopflegemittel u.a. anteilig 25 %)

Fahrräder, Motorräder und -roller, Mopeds, Zubehör und Reifen

Waffen, Munition, Jagdgeräte

Spielwaren (Kinderroller, Puppen, Puppenwagen, Spiele, Scherzartikel, Feuerwerkskörper)

Sportartikel (Sportbekleidung, Spezialsportschuhe, Berg- und Wanderschuhe, Zelte, Schlafsäcke, Turngeräte,

Sport- und Freizeitboote (einschl. Motorsportboote und Jachten))



D.3 Quellen

Folgende Datenquellen wurden im Rahmen dieser Studie verwendet:

- MB-Research, Einwohner nach Postleitgebieten, Nürnberg 2019
- Handel aktuell, Eurohandelsinstitut e.V., Köln 2019
- Markt und Standort Erlangen, Regionale Kaufkraftpotenziale, Nürnberg 2020
- MB-Research, Regionale Kaufkraftkennziffern, Nürnberg 2019
- SB-Aktuell, Branchendienst des PKV-Verlages, München, diverse
- Shopping-Center Report, EHI –Eurohandelsinstitut, Köln diverse
- Metro Handelslexikon, diverse
- LEP Bayern 2018
- dwif, Tagesreisen der Deutschen, München 2013
- dwif, Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland, München, 2010
- Borchard, Orientierungswerte für die städtebauliche Planung, München 1974
- Einzelhandelskonzept für die Stadt Sonthofen, 2019
- Eigene Erhebungen, Juni 2020

Die Ausarbeitung sowie die Entwurfsvorlagen fallen unter §2, Abs.2, sowie §31, Abs.2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Weitergabe, Vervielfältigung (auch auszugsweise) ist nur mit ausdrücklicher und schriftlicher Genehmigung des Verfassers zulässig. Sämtliche Rechte, vor allem Urheberrechte, verbleiben bei der Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH, Erlangen.

Markt und Standort Beratungsgesellschaft mbH
Am Weichselgarten 26

91058 Erlangen

Erlangen, 7. August 2020

Norbert Lingen
Geschäftsführer

An diesem Gutachten haben mitgewirkt:

Dipl.-Ing. Norbert Lingen (verantwortlich)
M.A. Franziska Maaser
Dr. Ute Biegelmann