



# Auswirkungsanalyse zur Erweiterung der Aldi-Filiale in Neu- Anspach, Rudolf-Diesel-Straße

AUFTRAGGEBER: ALDI SÜD Immobilienverwaltungs  
GmbH & Co. oHG

PROJEKTLEITUNG: Monika Kollmar, Niederlassungsleiterin  
Büro Köln

PROJEKTBEARBEITUNG: Patrick Bergmann, Projektleiter

Köln, den 20.12.2024

**GMA**  
Forschen. Beraten. Umsetzen.

## Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist eine Veröffentlichung des Dokuments nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Im vorliegenden Dokument verzichten wir aus Gründen der besseren Lesbarkeit darauf, immer die männliche und weibliche Schriftform zu verwenden. Selbstverständlich sind alle Geschlechter gleichermaßen angesprochen.

Quelle Grafik Titelblatt: GMA



**Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH**  
**Ludwigsburg / Dresden / Hamburg / Köln / München**

Büro Köln  
Siegburger Straße 215  
50679 Köln

Geschäftsführerin: Birgitt Wachs

Tel 0221 989438-0  
office.koeln@gma.biz / www.gma.biz

## Vorbemerkung

Die ALDI SÜD Immobilienverwaltungs GmbH & Co. oHG, Langenselbold, erteilte der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Büro Köln, den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse zur Bewertung der Erweiterung der Aldi-Filiale in Neu-Anspach, Rudolf-Diesel-Straße.

Für die Bearbeitung der Untersuchung standen der GMA neben Angaben des Auftraggebers eigene Grundlagenzahlen, Daten der Stadt Neu-Anspach, des Statistischen Bundesamtes, der Bundesagentur für Arbeit sowie des Hessischen Statistischen Landesamtes zur Verfügung. Des Weiteren erfolgten eine aktuelle Standortbesichtigung und Erhebung der untersuchungsrelevanten Wettbewerbsbetriebe in Neu-Anspach durch die GMA. Weiterhin wurde auf Informationen von MB Research (Kaufkraftkennziffern) zurückgegriffen.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Stadt Neu-Anspach. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller sekundären Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

G M A  
Gesellschaft für Markt- und  
Absatzforschung mbH

Köln, den 20.12.2024  
KO/BNP-jw

Inhaltsverzeichnis	Seite
<b>I. Grundlagen</b>	<b>5</b>
1. Aufgabenstellung	5
2. Rechts- und Planungsrahmen	6
2.1 Regelungen der Baunutzungsverordnung	6
2.2 Landes- und Regionalplanung	7
2.3 Einzelhandelskonzept für die Stadt Neu-Anspach	7
3. Definitionen	8
<b>II. Standortbeschreibung und Standortbewertung</b>	<b>12</b>
1. Makrostandort Neu-Anspach	12
2. Mikrostandort Rudolf-Diesel-Straße	14
<b>III. Nachfragesituation</b>	<b>17</b>
1. Einzugsgebiet und Bevölkerung	17
2. Projektrelevante Kaufkraft	19
<b>IV. Projektrelevante Angebots- und Wettbewerbssituation</b>	<b>20</b>
<b>V. Auswirkungsanalyse</b>	<b>23</b>
1. Methodischer Ansatz	23
2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft	23
3. Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen	24
4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen des Vorhabens	26
<b>VI. Raumordnerische Bewertung des Vorhabens</b>	<b>28</b>
1. Zentralitätsgebot	28
2. Integrationsgebot	29
3. Kongruenzgebot	30
4. Beeinträchtigungsverbot	30
5. Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Neu Anspach 2015	30
<b>VII. Zusammenfassung</b>	<b>31</b>

## I. Grundlagen

### 1. Aufgabenstellung

Die ALDI SÜD Immobilienverwaltungs GmbH & Co. oHG plant den Abriss und Neubau der seit vielen Jahren in Neu-Anspach bestehenden Aldi-Filiale am Standort Rudolf-Diesel-Straße 2. In diesem Zuge soll das Gebäude auf dem Grundstück leicht verlagert und von derzeit ca. 1.000 m<sup>2</sup> auf perspektivisch 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche erweitert werden, sodass sich eine Erweiterungsfläche von ca. 200 m<sup>2</sup> ergibt. Vorrangiges Ziel der Erweiterung ist es, durch eine großzügigere Gestaltung des Verkaufsraums eine optimierte Warenpräsentation zu ermöglichen und dadurch die Kundenfreundlichkeit im Markt zu erhöhen. Eine wesentliche Sortimentsveränderung oder -erweiterung ist nach Angaben des Auftraggebers hingegen nicht vorgesehen.

In diesem Zusammenhang soll ein vorhabenbezogener Bebauungsplan aufgestellt werden, in dem die zulässige Verkaufsfläche auf 1.200 m<sup>2</sup> erhöht und die Beschränkung der Verkaufsfläche für Randsortimente weiterhin auf bis zu 10 % festgesetzt wird. In Vorbereitung hierfür ist eine Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO i. V. mit den landes- und regionalplanerischen Zielsetzungen in Hessen zu erarbeiten. Dabei ist insbesondere eine Bewertung hinsichtlich des Kongruenzgebotes und des Beeinträchtigungsverbotes vorzunehmen.

Vor dem Hintergrund der geschilderten Ausgangslage sind mit der vorliegenden Auswirkungsanalyse folgende Fragen zu beantworten bzw. folgende Punkte zu bearbeiten:

- /// Darlegung des Rechts- und Planungsrahmens
- /// Beurteilung des Makro- und Mikrostandortes
- /// Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebiets des erweiterten Lebensmitteldiscounters und Ermittlung des dort vorhandenen projektrelevanten Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzials
- /// Darstellung der projektrelevanten Angebots- und Wettbewerbssituation
- /// Berechnung der Umsatzerwartung (anhand des Marktanteilkonzeptes)
- /// Darlegung der vom Vorhaben ausgelösten Kaufkraftbewegungen und Umsatzumverteilungen unter Berücksichtigung der durch Aldi bereits am Standort gebundenen Umsätze
- /// Untersuchung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen des Vorhabens im Untersuchungsraum
- /// Prüfung der Vereinbarkeit des Vorhabens mit den Vorgaben der Landes- und Regionalplanung
- /// Untersuchung der Vereinbarkeit des Vorhabens mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Neu-Anspach
- /// Zusammenfassung und abschließende Bewertung.

## 2. Rechts- und Planungsrahmen

Die enge Verflechtung von Einzelhandels- und Stadtentwicklung wird durch zahlreiche Rechtsvorschriften flankiert. Zur Beurteilung des vorliegenden Projekts sind insbesondere folgende Vorschriften zu beachten:

- /// Baunutzungsverordnung (BauNVO)
- /// Landesentwicklungsplan (LEP) Hessen 2020<sup>1</sup>
- /// Regionalplan Südhessen / Regionaler Flächennutzungsplan (RegFNP) 2010.<sup>2</sup>

Darüber hinaus sind die Vorgaben des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Neu-Anspach aus dem Jahr 2015<sup>3</sup> zu beachten.

### 2.1 Regelungen der Baunutzungsverordnung

Der **§ 11 Abs. 3 BauNVO** führt in der Fassung der Bekanntmachung vom 23.01.1990 (BGBl. I S. 132), zuletzt geändert durch Gesetz vom 03.07.2023 (BGBl. I S. 176) m.W.v. 07.07.2023, für großflächige Einzelhandelsbetriebe aus:

*„1. Einkaufszentren,*

*2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,*

*3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,*

*sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig. Auswirkungen im Sinne des Satzes 1 Nr. 2 und 3 sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 des Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich der in Satz 1 bezeichneten Betriebe, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt.*

*Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m<sup>2</sup> überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m<sup>2</sup> Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m<sup>2</sup> nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“*

<sup>1</sup> in Kraft seit 04.09.2021

<sup>2</sup> Der Regionalplan Südhessen und Regionale Flächennutzungsplan für den Ballungsraum Frankfurt/Rhein-Main befindet sich aktuell im Verfahren der Neuaufstellung. Bis dieser Plan rechtskräftig wird, behält der aktuell geltende Regionalplan Südhessen / Regionaler Flächennutzungsplan 2010 seine Gültigkeit.

<sup>3</sup> vgl. GMA, Einzelhandelskonzept für die Stadt Neu-Anspach. Stand: 10.12.2015.

## 2.2 Landes- und Regionalplanung

Neben den Instrumenten der BauNVO erfolgt eine Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch landes- und regionalplanerische Vorgaben (vgl. LEP Hessen 2020, Kapitel 2.4 Großflächiger Einzelhandel und Regionalplan Südhessen / RegFNP 2010, Kapitel 3.4.3 Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe). Als wesentliche Prüfelemente der Landes- und Regionalplanung sind zusammenzufassen:

- / **Zentralitätsgebot:** Großflächige Einzelhandelsvorhaben sind nur in Ober- und Mittelzentren zulässig. Zur Grundversorgung sind großflächige Einzelhandelsvorhaben bis zu einer Verkaufsfläche von 2.000 m<sup>2</sup> auch in den zentralen Ortsteilen von Grundzentren zulässig. Die zentralen Ortsteile sind in den Regionalplänen festzulegen.
- / **Kongruenzgebot:** Großflächige Einzelhandelsvorhaben sollen sich in das zentralörtliche System einfügen, d.h. ihr Einzugsgebiet soll den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortkommune nicht wesentlich überschreiten.
- / **Integrationsgebot:** Großflächige Einzelhandelsvorhaben sind nur in Vorranggebieten Siedlung zulässig, welche in den Regionalplänen festgelegt sind. Sie müssen enge räumliche und funktionale Verbindungen zu bestehenden Siedlungsgebieten aufweisen, d. h. sie sind in bestehende Siedlungsgebiete und ÖPNV-Netze zu integrieren und sollen Nähe zu Wohnstandorten aufweisen.
- / **Beeinträchtigungsverbot:** Großflächige Einzelhandelsvorhaben dürfen nach Art, Lage und Größe keine schädlichen Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit von städtebaulich integrierten Versorgungslagen in der Standortgemeinde und in anderen Gemeinden ausüben.

Eine **räumliche Lenkung** tritt mit dem Regionalplan Südhessen bei regional bedeutsamen großflächigen Einzelhandelsvorhaben ein (d. h. bei Einzelhandelsvorhaben, bei denen zu erwarten ist, dass sich diese auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung nicht nur unwesentlichen auswirken können). In der Region Südhessen sind regional bedeutsame Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten nur in zentralen Versorgungsbereichen innerhalb des „Vorranggebietes Siedlung“<sup>4</sup> zulässig (vgl. Regionalplan Südhessen Z3.4.3-4). In „Vorranggebieten Industrie und Gewerbe“ ist die Ansiedlung von zentrenrelevanten Einzelhandelsbetrieben generell unzulässig (vgl. Regionalplan Südhessen Z3.4.3-3).

## 2.3 Einzelhandelskonzept für die Stadt Neu-Anspach

Über die dargestellten rechtlichen Vorgaben hinaus sind die Planungsabsichten der Stadt Neu-Anspach zu berücksichtigen. In diesem Zusammenhang sind die Vorgaben aus dem Einzelhandelskonzept für die Stadt Neu-Anspach aus dem Jahr 2015<sup>5</sup> relevant.

Mit dem **Zentrenkonzept** soll eine Funktionsteilung zwischen zentralen Lagen (= zentrale Versorgungsbereiche) und dezentralen Lagen erfolgen. Mit dem **Sortimentskonzept der Stadt Neu-Anspach** werden nahversorgungs- bzw. zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente definiert (vgl. Übersicht 1).

<sup>4</sup> Zum Siedlungsgebiet zählen gemäß Kapitel 3.4.1 RegFNP Wohnbaugebiete, gemischte Gebiete, Sondergebiete sowie innerörtliche Grün-, Verkehrs-, Ver- und Entsorgungsgebiete, aber keine Gewerbegebiete.

<sup>5</sup> vgl. GMA, Einzelhandelskonzept für die Stadt Neu-Anspach. Stand: 10.12.2015.

## Übersicht 1 Sortimentskonzept der Stadt Neu-Anspach

Kategorie	Sortimente	Zulässigkeit
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Bekleidung, Wäsche, Lederwaren, Schuhe</li> <li>▪ Baby- und Kinderartikel</li> <li>▪ Sanitätswaren, Parfümerie</li> <li>▪ Haus- und Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, Stoffe, Kurzwaren, Handarbeiten, Wolle</li> <li>▪ Bücher, Papier, Büroorganisation</li> <li>▪ Foto, Video, Optik, Akustik</li> <li>▪ Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel</li> <li>▪ Kunst und -gewerbe, Bilder, Antiquitäten, Bastelartikel</li> <li>▪ Musikalien, Musikinstrumente, Bild- u. Tonträger</li> <li>▪ Spielwaren</li> <li>▪ Waffen und Jagdbedarf</li> <li>▪ Uhren, Schmuck, Silberwaren</li> <li>▪ Unterhaltungselektronik, Computer und Kommunikationselektronik, Elektroklein- und -großgeräte</li> </ul>	<u>nur</u> im zentralen Versorgungsbereich
<b>Nahversorgungsrelevante Sortimente</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lebensmittel, Getränke</li> <li>▪ Drogerie, Pharmazeutika</li> <li>▪ Haushaltswaren, Wasch- und Putzmittel</li> <li>▪ Zeitungen, Zeitschriften, Schreibwaren, Schulbedarf</li> <li>▪ Schnittblumen</li> </ul>	wohnnah möglich, Auflagen bei Großflächigkeit beachten
<b>Nicht zentrenrelevante Sortimente</b>	nicht vorstehend genannte Sortimente	überall möglich bis zur Großflächigkeit

Quelle: GMA, Einzelhandelskonzept für die Stadt Neu-Anspach. Stand: 10.12.2015, Seite 39.

Im Einzelhandelskonzept für die Stadt Neu-Anspach werden die **beiden zentralen Versorgungsbereiche Neue Mitte** (Bereich des Marktplatzes, einschließlich Feldberg Center und Abschnitte der angrenzenden Stichstraßen; u. a. mit Rewe ) und **Ortskern Anspach** (Bereich zwischen Bahnhofstraße, Friedrich-Ebert-Straße, unterer Taunusstraße und Langgasse; u. a. mit Penny und nahkauf) definiert.

Der **Vorhabenstandort** des zu erweiternden Aldi Lebensmitteldiscounters an der Rudolf-Diesel-Straße befindet sich außerhalb der beiden abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche im **Gewerbegebiet Burgweg**. Im Einzelhandelskonzept der Stadt Neu-Anspach wird dieser Standortbereich zwar nicht als städtebaulich integriert bewertet. Allerdings wird dem Standort eine wichtige Versorgungsfunktion für die Stadt Neu-Anspach eingeräumt, weshalb er als „Standortbereich für die Nahversorgung“ anerkannt wird.<sup>6</sup>

### 3. Definitionen

Als **Verkaufsfläche** eines Handelsbetriebes wird in diesem Bericht die Fläche definiert, auf der der Verkauf abgewickelt wird und die dem Kunden zugänglich ist. Hierzu gehören zum einen die tatsächlich mit Waren belegten Flächen (= Nettoverkaufsfläche) im Inneren und im Außen-

<sup>6</sup> vgl. ebd., Seite 45.

bereich des Gebäudes, zum anderen die hierfür erforderlichen Verkehrs- und Funktionsflächen, also Gangflächen, Thekenbereiche, Kassenzone, Kassenvorzone (inkl. Bereiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Leergutautomaten und Windfang.<sup>7</sup> Ausgenommen sind Lager, Sozialräume, Kunden-WC und Parkierungsflächen, soweit diese als solche genutzt werden.

Bezüglich der **Sortimente** ist zwischen dem Kernsortiment (bei Lebensmittelmärkten Nahrungs- und Genussmittel) und ergänzenden Randsortimenten (= „Nonfood“) zu unterscheiden. Nahrungs- und Genussmittel (= „Food“) umfassen Lebensmittel, also Frischwaren in Bedienung und Selbstbedienung, Tiefkühlkost und Trockensortiment, Getränke, Brot- und Backwaren, Fleisch- und Wurstwaren sowie Tabakwaren. Als „Nonfood“ sind Waren definiert, die nicht zum Verzehr bestimmt sind. Nach der GS1-Warengruppenklassifizierung wird zwischen Nonfood I (Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung) und Nonfood II (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.) unterschieden<sup>8</sup>.

Die Definitionen für **Betriebstypen** liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Zur Einordnung und Charakteristik der in Deutschland vorhandenen Betriebstypen des Lebensmittel Einzelhandels werden die Betriebsformen nachfolgend kurz definiert:<sup>9</sup>

#### **Supermarkt:**

*Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft, das überwiegend in Selbstbedienung auf einer Verkaufsfläche zwischen ca. 400 und 2.500 m<sup>2</sup> ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel<sup>10</sup> führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood-II-Artikeln<sup>11</sup> aufweist (Nonfood-Umsatzanteil ca. 10 – 15 % am Gesamtumsatz). Supermärkte weisen eine hohe Frischekompetenz auf, die sich in vielen Märkten durch Bedientheken bei Fleisch- und Wurstwaren, zum Teil auch Käse-, Fisch- und Feinkost widerspiegelt.*

#### **Großer Supermarkt:**

*Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft, das überwiegend in Selbstbedienung auf einer Verkaufsfläche zwischen ca. 2.500 und 5.000 m<sup>2</sup> ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel führt. Der klare Verkaufsflächenschwerpunkt liegt – wie auch bei den Supermärkten – im Lebensmittelvollsortiment; der Umsatzanteil der Nonfood-Artikel beträgt in der Regel rund 10 – 15 %.*

<sup>7</sup> vgl. BVerwG Urteil vom 24. November 2005, 4 C 10.04, Rd. Nr. 26.

<sup>8</sup> Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2023, Seite 397.

<sup>9</sup> Quellen u.a.: EHI handelsdaten aktuell 2023, Seite 394, Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Landesentwicklung und Energie: Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2020, S. 42 ff., eigene Marktforschung GMA.

<sup>10</sup> Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

<sup>11</sup> Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

### **SB-Warenhaus:**

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m<sup>2</sup>, das überwiegend in Selbstbedienung ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood-II-Angebot führt. Während die Verkaufsflächenanteile bei Nonfood oft bei fast 50 % der Verkaufsfläche liegen, ist der Umsatzanteil gegenüber dem Food-Anteil deutlich geringer. Der Nonfood-Anteil am Umsatz liegt in der Regel zwischen 20 und 40 %.

### **Discounter:**

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche zwischen ca. 800 und 1.700 m<sup>2</sup>, das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel (Schnelldreher) konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood-I-Sortimente sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot unterschiedlichster Sortimente aus dem Food- und Nonfood-Sortiment mit Schwerpunkt bei Nonfood-II-Artikeln führt. Es gibt i. d. R. keine Bedientheken; Backwaren werden regelmäßig über SB-Backstationen in Selbstbedienung angeboten.

### **LEH-Fachgeschäft:**

Ein LEH-Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft, das- von einigen Ausnahmen abgesehen (z.B. Getränkeabholmärkte) - keinen oder nur einen geringen Selbstbedienungsanteil aufweist, auf eine Warengruppe spezialisiert ist und ein tiefes Sortiment führt. Dazu zählen u. a. Spezialitäten-Fachgeschäfte, Getränkeabholmärkte, Obst- und Gemüse-, Süßwarenläden sowie handwerklich orientierte Einzelhandelsgeschäfte wie Feinkostgeschäfte, Bäckereien und Fleischereien.

### **Convenience Store:**

Ein Convenience Store ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche unter 400 m<sup>2</sup>, das ein begrenztes Sortiment aus den Warenbereichen Tabakwaren, Süßwaren, Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte bietet. Ein Convenience Store zeichnet sich durch seine bequeme Erreichbarkeit und übliche Sonntagsöffnung aus. Zu den Convenience Stores gehören Kioske und Tankstellenshops.

### **Kleines Lebensmittelgeschäft:**

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft überwiegend in Selbstbedienung mit weniger als 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood-I-Sortiment anbietet. Bedientheken sind hier die Ausnahme.

Die **Betriebstypen unterscheiden** sich in erster Linie hinsichtlich ihrer **Sortimentsstruktur**, was v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich wird. Während ein Supermarkt in der Größenordnung von 1.500 – 2.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zwischen 15.000 – 20.000 Artikel offeriert, ist bei Lebensmitteldiscountern heutzutage von ca. 2.000 – 4.500 Artikeln im Stammsortiment auszugehen.

**Lebensmitteldiscounter** heben sich im Vergleich zu Lebensmittelvollsortimentern insbesondere durch ein vergleichsweise schmales Sortiment (vgl. Tabelle 1) mit einem hohen Anteil an Eigenmarken und durch eine konsequente Niedrigpreisstrategie ab. Als weitere Besonderheit sind wechselnde Randsortimente, sog. „Aktionswaren“, zu nennen, deren Artikel nicht kontinuierlich geführt werden. Bei der Aktionsware handelt es sich überwiegend um Angebote außerhalb des Lebensmittelbereichs. Hier kommen ganz unterschiedliche Artikel zum Verkauf, wobei ein gewisser Schwerpunkt bei Bekleidung, Haushaltswaren und Elektrowaren liegt. Letztlich ist die Artikelzusammensetzung jedoch äußerst heterogen. Grundsätzlich kann fest-

gestellt werden, dass der Anteil an Aktionswaren bei den Anbietern Aldi und Lidl in Deutschland einen deutlich höheren Umfang einnimmt bzw. einen höheren Umsatzanteil ausmacht als bei den Discount-Wettbewerbern Penny, Norma oder Netto.

**Tabelle 1: Typische Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten**

Hauptwarengruppen	Discounter (Ø 826 m <sup>2</sup> VK)		Supermarkt (Ø 1.120 m <sup>2</sup> VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.310 m <sup>2</sup> VK)	
	durchschnittliche Artikelanzahl (2016)					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Nahrungs- und Genussmittel	1.755	76	11.285	76	15.730	63
Lebensmittelnaher Sortimente (Nonfood I, u. a. Gesundheit, Körperpflege, Tiernahrung)	265	12	1.998	13	4.825	19
Nichtlebensmittelsortimente (Nonfood II, u. a. Textilien, Zeitungen / Zeitschriften, Elektrowaren, Blumen / Pflanzen; z. B. Aktionswaren)	275	12	1.594	11	4.450	18
<b>Sortimente insgesamt</b>	<b>2.295</b>	<b>100</b>	<b>14.876</b>	<b>100</b>	<b>25.005</b>	<b>100</b>

Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2023

## II. Standortbeschreibung und Standortbewertung

### 1. Makrostandort Neu-Anspach

Die im südhessischen Hochtaunuskreis gelegene Stadt Neu-Anspach ist in der hessischen Landesplanung als **Unterzentrum** ausgewiesen. Neu-Anspach grenzt im Norden an das Mittelzentrum Usingen, im Osten an das Kleinzentrum Werheim, im Süden an die Mittelzentren Bad Homburg v.d. Höhe sowie Oberursel und im Westen an das Kleinzentrum Schmitten (vgl. Karte 1). Die nächstgelegenen Mittelzentren mit Teilfunktion eines Oberzentrums Friedberg (Hessen) und Bad Nauheim liegen etwa 15-20 km (Luftlinie) nordöstlich von Neu-Anspach.

In Neu-Anspach leben derzeit rd. **14.360 Einwohner**<sup>12</sup>. Die Stadt bildet sich aus den vier Stadtteilen Anspach, Hausen-Arnzbach, Rod am Berg und Westerfeld. Während Anspach und Hausen-Arnzbach einen geschlossenen Siedlungskörper bilden, sind die Stadtteile Westerfeld (im Nordosten) und Rod am Berg (im Westen) leicht davon abgesetzt. Die dazwischenliegenden Entfernungen sind jedoch äußerst gering. Der Projektstandort des Vorhabens befindet sich im Gewerbegebiet Burgweg im Norden des Stadtteils Anspach.

Im **Zeitraum von 2014 – 2023** verzeichnete die Stadt Neu-Anspach einen leichten Einwohnerrückgang (rd. - 1,0 %)<sup>13</sup>. Laut Bevölkerungsprognose der Hessen Agentur ist für die kommenden Jahre mit einer konstant bleibenden Einwohnerzahl in Neu-Anspach zu rechnen. So wird bis zum Jahr 2035 wieder ein leichter Anstieg der Bevölkerung um rd. 0,5 % gegenüber 2023 erwartet.<sup>14</sup>

Mitte 2023 waren in der Stadt Neu-Anspach **rd. 2.856 sozialversicherungspflichtige Beschäftigte** am Arbeitsort registriert<sup>15</sup>. Mit rd. 4.987 Auspendlern gegenüber 1.986 Einpendlern weist die Stadt einen deutlich negativen Pendlersaldo auf.

Neu-Anspach verfügt über keinen direkten Autobahnanschluss, jedoch wird die **regionaleverkehrliche Erreichbarkeit** durch die Landesstraßen L 3041 und L 3270 sowie die Heisterbachstraße sichergestellt. Über diese Straßen besteht Anschluss an die Bundesstraßen B 456 (Weilburg – Oberursel) und B 275 (Taunusstein - Idstein / A 3 -Bad Nauheim / A 5). Die nächstgelegenen Autobahnanschlüsse bestehen in Rosbach vor der Höhe (A 5) und Bad Camberg (A 3). Neu-Anspach verfügt über einen Bahnhof im Norden des Stadtteils Anspach. Von dort aus besteht Anschluss in Richtung Bad Homburg / Frankfurt Hbf bzw. Grävenwiesbach / Brandobersdorf (Linie RB 15). Zusätzlich sichern mehrere örtliche und regionale Buslinien eine insgesamt ausreichende **ÖPNV-Anbindung**.

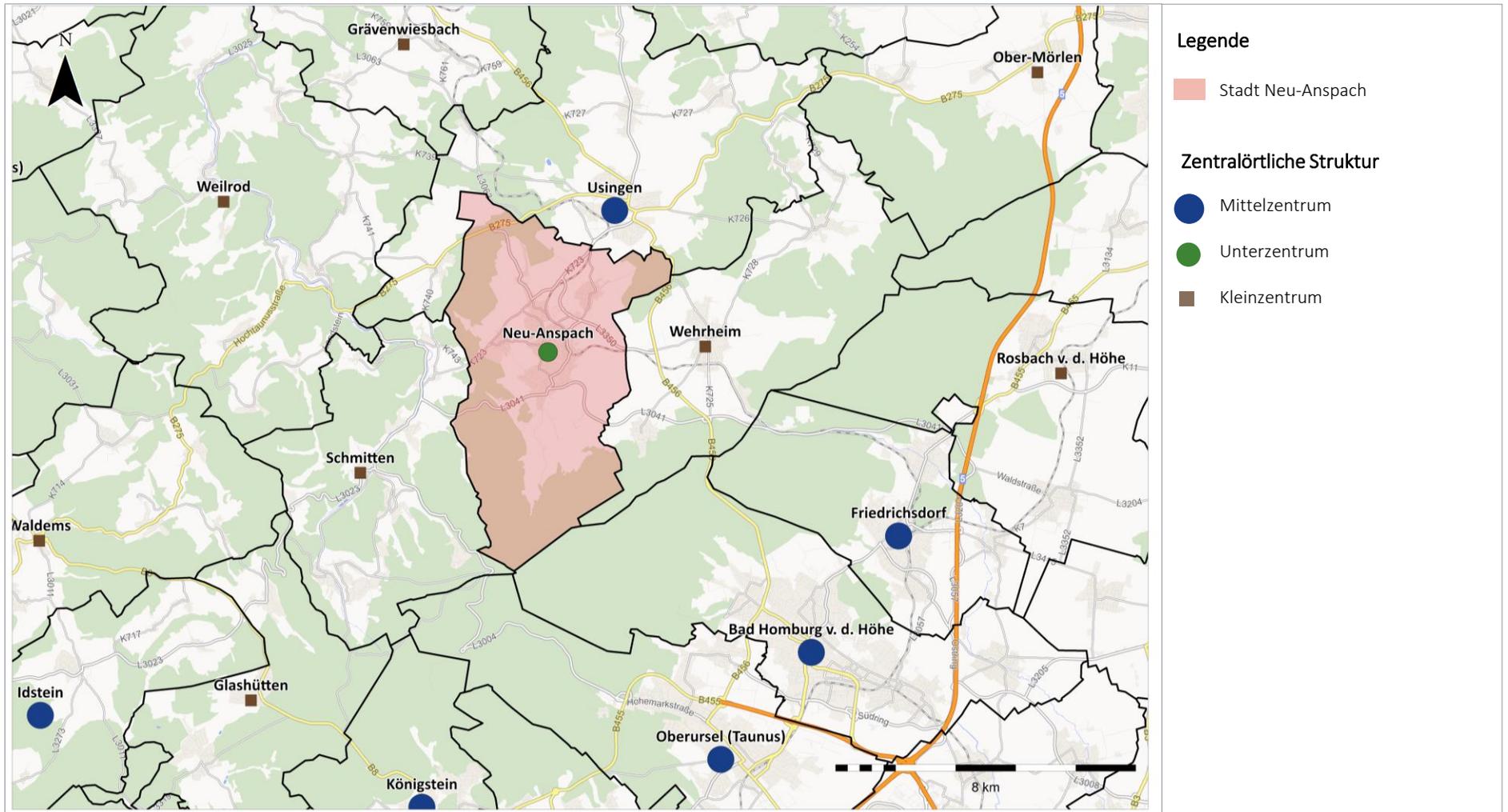
<sup>12</sup> Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Stand: 31.12.2023.

<sup>13</sup> Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Stand 31.12.2014 und 31.12.2023.

<sup>14</sup> Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt (2024), Bevölkerungsvorausschätzung der Hessen Agentur (2019). Gemeindedatenblatt Stadt Neu-Anspach (Stand 2024).

<sup>15</sup> Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stichtag 30.06.2023

**Karte 1: Lage der Stadt Neu-Anspach und zentralörtliche Struktur im Untersuchungsraum**



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing; GMA-Bearbeitung 2024

## 2. Mikrostandort Rudolf-Diesel-Straße

Der Vorhabenstandort des zu erweiternden Aldi-Marktes in der Rudolf-Diesel-Straße befindet sich innerhalb des **Gewerbegebiets Burgweg** im Norden des Stadtteils Anspach. Im Nordosten grenzt das Gewerbegebiet an den Stadtteil Westerfeld an. Der Stadtteil Hausen-Arnsbach liegt nordwestlich des Gewerbegebietes.

Das **direkte Standortumfeld** des zu erweiternden Aldi-Marktes ist durch gewerbliche Nutzungen sowie weitere Einzelhandelsnutzungen geprägt (vgl. Karte 2). Auf der gegenüberliegenden Seite der Rudolf-Diesel-Straße befindet sich ein modern aufgestellter, großflächiger Lidl-Lebensmitteldiscounter. Unmittelbar nordöstlich an das Grundstück von Aldi grenzen ein dm-Drogeriemarkt sowie eine Bäckerei-Filiale an. Südöstlich von Aldi befindet sich die Feuerwache der Freiwilligen Feuerwache Anspach sowie weitere Gewerbenutzungen. Das nächstgelegene Wohnquartier (Rudolf-Selzer-Straße und angrenzende Nebenstraßen) ist südwestlich des Aldi-Marktes und des Gewerbegebietes gelegen. Dieses wird durch die Straße An der Eisenbahn und die Bahnlinie vom Gewerbegebiet abgegrenzt. Eine Querung der Bahnlinie und der Straße wird durch eine Unterführung nördlich des Wohnquartiers, auf Höhe des Eisenbachs bzw. der Breslauer Straße, gewährleistet. Weitere Wohnsiedlungsgebiete in fußläufiger Distanz zum Vorhabenstandort befinden sich im nordwestlich angrenzenden Stadtteil Hausen-Arnsbach.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** des Standortes für den motorisierten Individualverkehr ist über die Zufahrt an der Rudolf-Diesel-Straße gegeben. Diese mündet in südwestlicher Richtung in die Straße An der Eisenbahn. Von hier aus besteht ein direkter Anschluss an die Bahnhofstraße, eine der Hauptverkehrsachsen in Neu-Anspach. Für den Pkw-Verkehr stehen ausreichend Parkplätze vor der zu erweiternden Aldi-Filiale zur Verfügung. Eine **Anbindung an den ÖPNV** ist durch die direkt vorgelagerte Bushaltestelle „Gewerbegebiet Burgweg“ (Buslinien 69 und 82) gegeben. Aus Richtung des Wohnquartiers Rudolf-Selzer-Straße und den südlichen Wohnsiedlungsbereichen des Stadtteils Hausen-Arnsbach ist der Vorhabenstandort über die Unterführung auf Höhe des Eisenbachs / der Breslauer Straße auch **fußläufig bzw. mit dem Fahrrad** zu erreichen

Der Standort ist von der Rudolf-Diesel-Straße aus beiden Fahrtrichtungen **gut einsehbar**. Aufgrund der abgesenkten Länge des Gewerbegebietes ist die Sichtbarkeit des Marktes von der Straße An der Eisenbahn und der Bahnhofstraße demgegenüber leicht eingeschränkt.

**Foto 1:** Zu erweiternde Aldi-Filiale an der Rudolf-Diesel-Straße mit vorgelagerter Stellplatzanlage



GMA 2024

**Foto 2:** Zufahrt Rudolf-Diesel-Straße



Gemäß Einzelhandelskonzept für die Stadt Neu-Anspach (2015) ist der Standort als „**Standortbereich für die Nahversorgung**“ ausgewiesen und somit nicht Teil eines zentralen Versorgungsbereiches. Der nächst gelegene zentrale Versorgungsbereich (Neue Mitte) befindet sich ca. 600 – 700 m (Luftliniendistanz) südwestlich des Vorhabenstandortes. Der zentrale Versorgungsbereich Ortskern Anspach beginnt ca. 1,0 – 1,1 km (Luftliniendistanz) südlich der Aldi-Filiale, entlang der Bahnhofstraße (vgl. Karte 4).

Die spezifischen Eigenschaften eines Standortes können in positive und negative Standortfaktoren gegliedert werden. Diese standortspezifischen Eigenschaften haben einen wesentlichen Einfluss auf die Ausstrahlung, die Marktdurchdringung und die damit korrespondierende Umsatzerwartung des Planobjektes.

#### **Positive Standortfaktoren:**

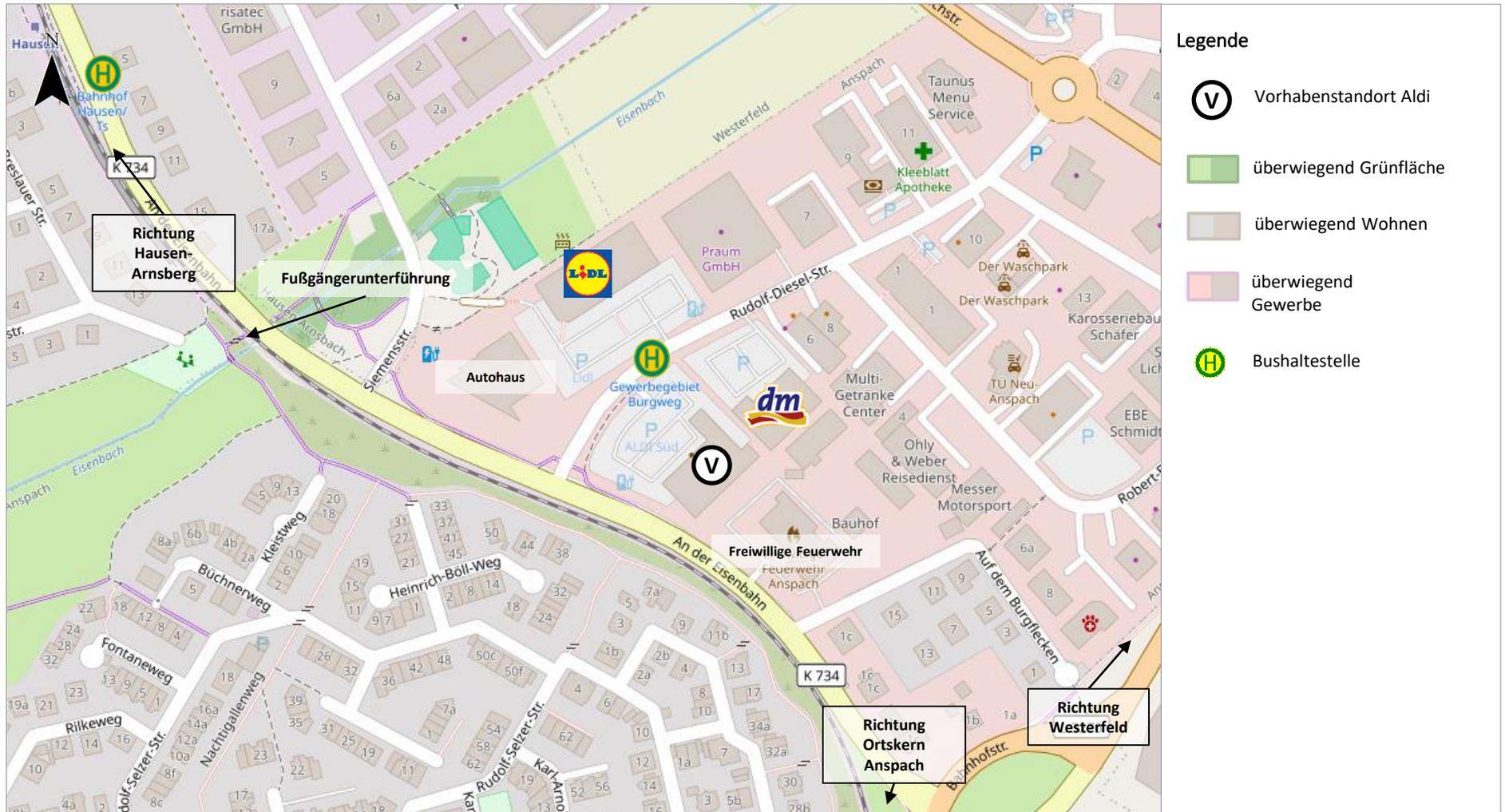
- + bereits langjährig etablierter Einzelhandelsstandort
- + fußläufige Anbindung an nahegelegene Wohngebiete (Bereich Rudolf-Selzer-Straße und angrenzende Wohngebietsstraßen und südliche Wohnquartiere im Stadtteil Hausen-Arnsbach)
- + ÖPNV-Anbindung durch direkt vorgelagerte Bushaltestelle „Gewerbegebiet Burgweg“ vorhanden
- + Anbindung an die Straße An der Eisenbahn und die Bahnhofstraße und somit gute Pkw-Erreichbarkeit

#### **Negative Standortfaktoren:**

- Lage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches
- überwiegend gewerbliche Nutzungen im Standortumfeld und somit nicht integrierte Lage

Zusammenfassend ist unter **städtebaulichen Gesichtspunkten** anzuführen, dass der Vorhabenstandort außerhalb zentraler Versorgungsbereiche der Stadt Neu-Anspach gelegen ist. In dessen unmittelbaren Standortumfeld überwiegen gewerbliche Nutzungen, sodass die Lage als nicht integriert bewertet werden kann. Für die umliegenden Wohngebiete im Norden des Stadtteils Anspach und im Süden des Stadtteils Hausen-Arnsbach besteht jedoch eine fußläufige Anbindung. Ein direkter Anschluss an den ÖPNV ist ebenfalls vorhanden. Insgesamt übernimmt der Standort eine wichtige Nahversorgungsfunktion für den Norden Neu-Anspachs, was auch durch die Ausweisung als Standortbereich für die Nahversorgung im Einzelhandelskonzept anerkannt wird.

Karte 2: Mikrostandort Rudolf-Diesel-Straße



Quelle: Microsoft® Bing™ Maps; GMA-Bearbeitung 2024

### III. Nachfragesituation

#### 1. Einzugsgebiet und Bevölkerung

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes für das Planvorhaben ist Voraussetzung zur Ermittlung des Einwohnerpotenzials und zur Berechnung der projektrelevanten Kaufkraft. Als Einzugsgebiet wird derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen.

Zur Abgrenzung des Einzugsgebietes wurden in der vorliegenden Untersuchung folgende Einflussfaktoren berücksichtigt:

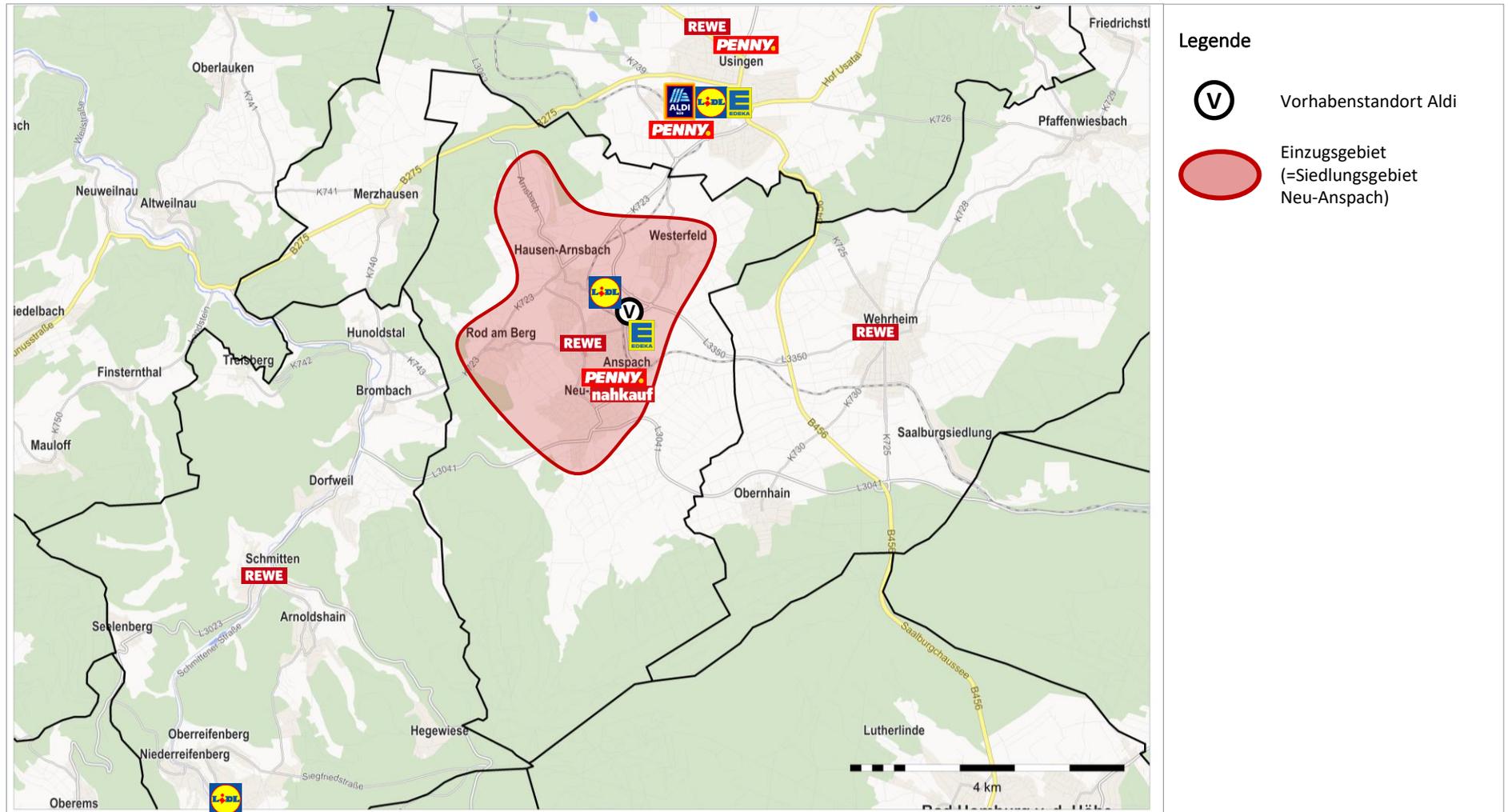
- /// Betreiber, Sortimentsstruktur und Dimensionierung des konkreten Vorhabens
- /// Attraktivität der sonstigen Nutzungen am Standort
- /// Siedlungsstrukturen im Untersuchungsraum
- /// projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum, vor allem nächst gelegene Systemwettbewerber
- /// verkehrliche und topografische Gegebenheiten im Untersuchungsraum
- /// ausgewählte Zeit- und Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte).

Unter Berücksichtigung der angeführten Kriterien ist das projektrelevante Einzugsgebiet auf das **Stadtgebiet von Neu-Anspach** zu begrenzen (vgl. Karte 3). Insgesamt leben im Einzugsgebiet gegenwärtig ca. 14.360 Einwohner<sup>16</sup>. Aufgrund der Lage des Vorhabenstandortes in Nähe zu Hauptverkehrsträgern und der hohen Standortattraktivität (Einzelhandelsagglomeration mit Lidl und dm) ist zudem mit **erhöhten Streuumsätzen** (insbesondere aus den naheliegenden Ortsteilen der Nachbarkommunen ohne eigene größere Nahversorgungsangebote, wie Usingen-Merzhausen, Schmitten-Brombach, -Hunoldstal oder Wehrheim-Obernhain) zu rechnen. Eine weitere Ausdehnung des betrieblichen Einzugsgebietes ist aufgrund der Wettbewerbssituation im Umland (v. a. Lebensmittelmärkte in Usingen, Wehrheim, Schmitten, siehe Karte 3) sowie der weiteren räumlichen Distanz zum Vorhabenstandort jedoch nicht anzunehmen. Somit erreicht der Vorhabenstandort insgesamt **keine überörtliche Bedeutung**.

---

<sup>16</sup> Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Stand: 31.12.2023.

Karte 3: Einzugsgebiet der zu erweiternden Aldi-Filiale in Neu-Anspach und wesentliche Lebensmittelmärkte im Umland



Quelle: Karten-/ Datengrundlage GfK GeoMarketing; GMA-Bearbeitung 2024

## 2. Projektrelevante Kaufkraft

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen beträgt die ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft einschließlich der Ausgaben im Lebensmittelhandwerk pro Kopf der Wohnbevölkerung derzeit **ca. 6.864 €**. Unterteilt man den gesamten Bedarfsgüterbereich in die Nahrungs- und Genussmittel einerseits und in die Nichtlebensmittel andererseits, dann betragen die Pro-Kopf-Ausgaben für

/// Nahrungs- und Genussmittel	ca. 2.930 €
/// Nichtlebensmittel	ca. 3.934 €

Aufgrund des projektierten Betriebstyps „Lebensmitteldiscounter“ ist für die vorliegende Untersuchung vorrangig der Nahrungs- und Genussmittelbereich relevant. Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft der örtliche Kaufkraftkoeffizient zu berücksichtigen.<sup>17</sup> Gemäß aktueller Kennziffer von MB Research liegt das Kaufkraftniveau für Neu-Anspach mit 109,6 über dem Bundesdurchschnitt (= 100,0).

Für das abgegrenzte Einzugsgebiet (vgl. Karte 3) beläuft sich das untersuchungsrelevante Kaufkraftpotenzial bei **Nahrungs- und Genussmitteln** auf **ca. 46,1 Mio. € p.a.**

---

<sup>17</sup> Quelle: MB Research, Stand 2024.

#### IV. Projektrelevante Angebots- und Wettbewerbssituation

Im Rahmen der vorliegenden Analyse erfolgte im Dezember 2024 eine Erhebung des relevanten Einzelhandelsbestandes in Neu-Anspach. Da der Angebotsschwerpunkt im Nahrungs- und Genussmittelsektor liegt, wurden in diesem Zusammenhang die wesentlichen Lebensmittelanbieter, d. h. vor allem Discounter und Supermärkte berücksichtigt.

Innerhalb des Einzugsgebietes liegt der **zentrale Versorgungsbereich Neue Mitte**. Hier ist auf den Lebensmittelvollsortimenter **Rewe** im Untergeschoss des Feldberg Centers hinzuweisen. Im Erdgeschoss des Centers befinden sich der Drogeriemarkt Rossmann, eine Bäckerei sowie weitere kleinteilige Einzelhandelsnutzungen und Dienstleistungen. Der Rewe-Markt mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.450 m<sup>2</sup> ist stark verwinkelt und verfügt insgesamt über ein veraltetes Erscheinungsbild, was nicht mehr den Ansprüchen eines modernen Vollsortimenters entspricht. Vor dem Feldberg Center existieren vereinzelte, ebenerdige Parkplätze, die über die Hans-Böckler-Straße erreichbar sind. Weitere Stellplätze befinden sich am benachbarten Bürgerhaus.

Im zentralen Versorgungsbereich **Ortskern Anspach** existieren die Lebensmittelmärkte Penny und nahkauf. Beide Anbieter befinden sich im Norden des zentralen Versorgungsbereiches an der Bahnhofstraße. Der Marktauftritt des **Lebensmitteldiscounters Penny** ist als durchschnittlich zu bewerten. Vor und neben dem Markt befindet sich eine kleinere Anzahl von Stellplätzen. Der kleine Nahversorgermarkt **nahkauf** ist primär auf die Versorgung der direkt angrenzenden Wohnquartiere ausgerichtet. Auch hier sind vereinzelte Stellplätze im rückwärtigen Bereich des Grundstückes vorhanden. Summiert beträgt die Gesamtverkaufsfläche der beiden untersuchungsrelevanten Anbieter im zentralen Versorgungsbereich Ortskern Anspach rd. 1.490 m<sup>2</sup> bei einer geschätzten Umsatzleistung bei Nahrungs- und Genussmittel in Höhe von rd. 6,8 Mio. €.

In den **sonstigen Lagen Neu-Anspachs** ist in erster Linie auf die Lebensmittelmärkte Edeka Kaufmann und Lidl hinzuweisen. Der **Edeka-Markt** liegt an der Lilienthaler Straße südlich des Gewerbegebiets Burgweg und ist verkehrlich gut für den Pkw-Verkehr erschlossen. Der Markt präsentiert sich als moderner Lebensmittelvollsortimenter mit einer großzügigen, überdachten Stellplatzanlage, die dem Markt vorgelagert ist. Im Vorkassenbereich des Marktes befinden sich eine Bäckerei und eine Lotto-Aannahmestelle. Der Markt ist aufgrund seiner Größe und modernen Ausstattung als überdurchschnittlich leistungsstark einzustufen. Der **Lebensmitteldiscounter Lidl** befindet sich an der Rudolf-Diesel-Straße im Gewerbegebiet Burgweg und liegt direkt gegenüber des Vorhabenstandortes. Aufgrund der direkten Nachbarschaft und den deutlichen Sortimentsüberschneidungen ist Lidl als Hauptwettbewerber des zu erweiternden Aldi-Marktes zu bewerten. Die Filiale von Lidl zeichnet sich durch ein modernes Erscheinungsbild sowie eine großzügige Verkaufsflächendimensionierung aus. Die ebenerdige Parkplatzanlage direkt vor dem Markt trägt zu einer hohen Kundenfreundlichkeit bei. Der Standort profitiert zusätzlich von seiner verkehrsgünstigen Lage innerhalb des Gewerbegebiets und weist somit insgesamt eine überdurchschnittliche Leistungsfähigkeit auf. In den sonstigen Lagen Neu-Anspachs war zum Zeitpunkt der Erhebungen insgesamt eine Angebots-situation im Bereich Lebensmittel in Höhe von **ca. 3.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche** mit **einer Umsatzleistung von rd. 18,9 Mio. €** vorhanden.

Insgesamt weisen die projektrelevanten Lebensmittelanbieter im **Einzugsgebiet (Neu-Anspach)**<sup>18</sup> eine **Verkaufsfläche von rd. 6.140 m<sup>2</sup>** (davon rd. 1.450 m<sup>2</sup> im zentralen Versorgungsbereich Neue Mitte und rd. 1.490 m<sup>2</sup> im zentralen Versorgungsbereich Ortskern Anspach) mit einer **Umsatzleistung von rd. 31,2 Mio. €** bei Nahrungs- und Genussmitteln (davon rd. 5,5 Mio. € im zentralen Versorgungsbereich Neue Mitte und rd. 6,8 Mio. € im zentralen Versorgungsbereich Ortskern Anspach) auf.

Neben den o. g. strukturprägenden Lebensmittelmärkten sind in Neu-Anspach eine Reihe von Betrieben des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) und kleinere Spezialanbieter (u. a. Bioladen, Naturkostladen, internationaler Obst- und Gemüsemarkt, Hofladen) ansässig. Diese sind aufgrund ihrer Sortimentsstruktur nicht als wesentliche Wettbewerber des Vorhabens einzustufen.

Aus gutachterlicher Sicht werden die Wettbewerbsstandorte in den Nachbarstädten und -gemeinden Neu-Anspachs (u. a. Usingen, Wehrheim, Schmitten) aufgrund der räumlichen Entfernung sowie der dort vorhandenen Angebotsstrukturen und weiteren Filialen von Systemwettbewerbern (z. B. Aldi- und Lidl-Markt in Usingen) durch das Planvorhaben in Neu-Anspach, Rudolf-Diesel-Straße, nur marginal betroffen sein (vgl. Kapitel V., 4).

---

<sup>18</sup> Ohne das Planvorhaben Aldi an der Rudolf-Diesel-Straße.

**Karte 4: Zentrenstruktur und Hauptwettbewerber in Neu-Anspach**



Quelle: Karten-/ Datengrundlage GfK GeoMarketing; GMA-Bearbeitung 2024

## V. Auswirkungsanalyse

### 1. Methodischer Ansatz

Die möglichen Wettbewerbswirkungen im Untersuchungsraum werden im Folgenden vor dem Hintergrund der zur Verfügung stehenden Kaufkraftvolumina und der dargelegten Angebotsstrukturen ermittelt. Daraus lassen sich anschließend die zu erwartenden wirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen ableiten. Hierzu werden zwei Berechnungsschritte durchgeführt:

- /// Ein erster Ansatz, das **Marktanteilkonzept**, stellt die voraussichtliche Kaufkraftabschöpfung des Vorhabens (= Marktanteile) aus dem Einzugsgebiet dar und verdeutlicht, aus welchen Teilräumen dem Vorhaben die Kaufkraft der Endverbraucher für die einzelnen Sortimente bzw. Betriebstypen zufließt.
- /// Mit einem zweiten Ansatz, dem **Umsatzumverteilungsmodell**, werden die voraussichtlichen Auswirkungen des Vorhabens auf bestehende Angebote im Einzugsgebiet sowie im Umfeld eingeschätzt. Damit wird aufgezeigt, wo – und in welchem Umfang – dem bestehenden Einzelhandel Umsätze verloren gehen.

### 2. Umsatzerwartung und Umsatzherkunft

Das Marktanteilkonzept geht von einer Gegenüberstellung des relevanten Angebotes mit dem für das Einzugsgebiet ermittelten Nachfragevolumen (= Kaufkraft) aus. Als wesentliche Kriterien bei der Ermittlung der Marktanteile werden die Art und Dimensionierung der vorgesehenen Einzelhandelsnutzung, die Lage und das Standortumfeld sowie die Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und im weiteren Umfeld berücksichtigt. Vor diesem Hintergrund sind die in Tabelle 2 dargestellten Marktanteile und Umsatzleistungen zu erwarten.

**Tabelle 2: Marktanteile und Umsatz des Vorhabens (Aldi mit 1.200 m<sup>2</sup> VK)**

	Kaufkraft in Mio. € p.a.	Marktanteil in %	Umsatz	
			in Mio. € p.a.	in % (NuG)
<b>Einzugsgebiet gesamt</b>	<b>46,1</b>	<b>16 - 17</b>	<b>7,7</b>	<b>85</b>
Streuumsätze (bei NuG)			1,3 - 1,4	15
<b>Nahrungs- und Genussmittel gesamt</b>			<b>9,0 – 9,1</b>	<b>100</b>
Randsortimente Nonfood			2,2 – 2,3	
<b>Umsatz gesamt</b>			<b>11,3</b>	

GMA-Berechnungen 2024 (ca.-Werte, gerundet).

Insgesamt kann für den zu erweiternden Aldi Lebensmitteldiscounter mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.200 m<sup>2</sup> von einer **Umsatzleistung in Höhe von ca. 11,3 Mio. €** ausgegangen werden. Davon entfallen ca. 9,0 – 9,1 Mio. € auf das Nahrungs- und Genussmittelsegment und ca. 2,2 – 2,3 Mio. € auf Nonfood-Artikel.

Mit Blick auf die obige Tabelle zeigt sich, dass **rd. 85 % des Umsatzes bei Nahrungs- und Genussmitteln aus dem Einzugsgebiet und somit der Stadt Neu-Anspach selbst generiert** wird. Dies verdeutlicht den Nahversorgungscharakter des Lebensmitteldiscounters an der Rudolf-Diesel-Straße. Rd. 15 % des Umsatzes (NuG) stammt aus Streuumsätzen durch Kunden von außerhalb

Neu-Anspachs, z. B. aus den benachbarten Kommunen Usingen, Wehrheim und Schmitten durch Berufspendler, Besucher usw.

Der Gesamtumsatz entspricht einer Flächenproduktivität von rd. 9.400 € / m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, was einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von Aldi-Süd entspricht. Unter Berücksichtigung der überdurchschnittlichen Verkaufsfläche des zu erweiternden Lebensmitteldiscounters liegt der prognostizierte Umsatz des Marktes deutlich über dem durchschnittlichen Umsatz einer Aldi-Süd-Filiale.<sup>19</sup> In der Handelswissenschaft ist unbestritten, dass mit einer zunehmenden Flächenausweitung nicht eine ebenso starke Ausweitung des Umsatzes einhergeht. Vielmehr sinkt die Flächenleistung pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche i. d. R. bei der Erweiterung der Verkaufsfläche. Demzufolge bildet der Wert einen **realitätsnahen worst-case-Ansatz** ab.

### 3. Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen

Mit der Neuansiedlung bzw. der Erweiterung eines Einzelhandelsobjektes werden i. d. R. Umsatzumverteilungsprozesse im bestehenden Einzelhandel ausgelöst. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und städtebaulichen Folgewirkungen des zu untersuchenden Planvorhabens dar. Die im vorangegangenen Untersuchungsabschnitt ermittelten Marktanteile stellen dabei die kaufkraftbezogene Ermittlung der Umsatzherkunft dar. Entscheidend für die Bewertung der möglichen städtebaulichen bzw. versorgungsstrukturellen Auswirkungen ist jedoch die umsatzbezogene Betrachtung der Auswirkungen auf den bestehenden Einzelhandel.

Zur Ermittlung der Umsatzumverteilung im Nahrungs- und Genussmittelbereich werden die aus dem Marktanteilkonzept berechneten Umsätze gewichtet. In der Modellrechnung wurden folgende Kriterien berücksichtigt:

- /// die aktuelle Ausstattung im Untersuchungsraum und die Sortimentsüberschneidungen mit dem Erweiterungsvorhaben
- /// die Versorgungsbedeutung einzelner Standortbereiche des Einzelhandels
- /// die aktuellen Kaufkraftströme im Untersuchungsgebiet
- /// die Wettbewerbssituation und Überlagerungen durch sonstige Einzelhandelsstandorte.

In die Berechnung fließen damit die derzeitigen Einzelhandelsausstattungen konkurrierender Einzelhandelsstandorte als Attraktivitätsfaktor und die Distanz zum Projektstandort als Widerstandsfaktor ein. Eine weitere Grundannahme der nachfolgenden Berechnungen ist, dass die Einkaufslagen, welche die größten Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben aufweisen, quantitativ am stärksten von Umsatzumverteilungen betroffen sein werden.

Für die nachfolgende Betrachtung der Auswirkungen des geplanten Erweiterungsvorhabens ist **nur der zu erwartende Zusatzumsatz von Relevanz**, sodass dem prognostizierten Gesamtumsatz des erweiterten Lebensmitteldiscounters der Bestandsumsatz abgezogen wird. Dieses Vorgehen ist allgemein üblich, da die Wettbewerbswirkungen der Bestandsflächen bereits

<sup>19</sup> Quelle: Laut Hahn Retail Real Estate Report Germany 2024 / 2025 liegt der durchschnittliche Filialumsatz von Aldi Süd bei rd. 9,6 Mio. €. Die durchschnittliche Flächenleistung von Aldi Süd beträgt aktuell ca. 9.400 € / m<sup>2</sup>, jedoch liegt die durchschnittliche Verkaufsflächengröße mit ca. 1.018 m<sup>2</sup> deutlich unter der in Neu-Anspach, Rudolf-Diesel-Straße, geplanten Verkaufsfläche von 1.200 m<sup>2</sup>.

eingetreten sind. Das Bundesverwaltungsgericht hat dazu u. a. in einem Urteil vom 12.02.2009 ausgeführt, dass „von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen [ist]. Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt.“<sup>20</sup>

Etwa 10,1 Mio. € werden von dem Aldi-Markt schon heute erzielt, davon bei Nahrungs- und Genussmitteln ca. 8,1 Mio. € und bei Nichtlebensmitteln ca. 2,0 Mio. €. Diese Umsätze bleiben damit ohne Auswirkungen auf den Wettbewerb, da sie vom Markt bereits realisiert werden. Der **prüfungsrelevante Umsatzzuwachs** infolge der geplanten Erweiterung von Aldi wird bei insgesamt ca. **1,2 Mio. €** liegen, davon entfallen ca. **0,9 – 1,0 Mio. €** auf **Nahrungs- und Genussmittel** und ca. **0,2 – 0,3 Mio. €** auf **Nichtlebensmittel**.

Mit der Verkaufsflächenerweiterungen des Lebensmitteldiscounters Aldi und dem damit verbundenen Umsatzzuwachs von ca. 1,2 Mio. € werden **voraussichtlich folgende Umverteilungswirkungen ausgelöst:**

- /// Die zu erwartenden Umsatzumverteilungen bei Nahrungs- und Genussmitteln betreffen in erster Linie die Lebensmittelmärkte innerhalb von Neu-Anspach und somit innerhalb des Einzugsgebietes. Hier belaufen sich die Umsatzumverteilungen auf insgesamt ca. 0,8 Mio. €. Diese verteilen sich auf die Anbieter in den zentralen Versorgungsbereichen Neue Mitte (ca. 0,1 Mio. €) und Ortskern Anspach (ca. 0,1 – 0,2 Mio. €) sowie Anbieter in sonstigen Lagen Neu-Anspachs (ca. 0,5 – 0,6 Mio. €).
- /// Wettbewerber außerhalb von Neu-Anspach – insbesondere im benachbarten Usingen (u. a. mit Aldi, Lidl, 2 x Penny, Rewe, Edeka), Schmitten (u. a. mit Rewe, Lidl) und Werheim (u. a. mit Rewe) – werden in untergeordneter Form vom Erweiterungsvorhaben tangiert. Hier liegen die zu erwartenden Umsatzumverteilungen bei Nahrungs- und Genussmitteln insgesamt bei ca. 0,1 – 0,2 Mio. €.
- /// Etwa 0,2 – 0,3 Mio. € werden in den Nichtlebensmittelsortimenten umsatzumverteilungswirksam

Tabelle 3 gibt eine Übersicht über die zu erwartenden Umsatzumverteilungen, welche das Vorhaben im Bereich Nahrungs- und Genussmittel auslösen wird.

<sup>20</sup> vgl. Bundesverwaltungsgericht 4 B 3.09 vom 12.02.2009, RN 6.

**Tabelle 3: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben bei Nahrungs- und Genussmitteln**

Standortlage	Umsatz Bestand in Mio. €	Umsatzumverteilung	
		in Mio. €	in %
ZVB Neue Mitte	5,5	0,1	1 – 2
ZVB Ortskern Anspach	6,8	0,1 – 0,2	2
sonstige Lagen Neu-Anspach	18,9	0,5 – 0,6	3
<b>Summe innerhalb des Einzugsgebietes (Neu-Anspach)</b>	<b>31,2</b>	<b>0,8</b>	<b>2 – 3</b>
<b>Summe außerhalb des Einzugsgebietes (v. a. Usingen, Schmitten, Werheim)</b>	<b>-</b>	<b>0,1 – 0,2</b>	<b>-</b>
<b>Summe gesamt</b>	<b>-</b>	<b>0,9 – 1,0</b>	<b>-</b>

GMA-Berechnung 2024 (ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundungen möglich)

#### 4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen des Vorhabens

Die durch die Erweiterungsvorhaben zu erwartenden Umsatzumverteilungswirkungen bei **Nahrungs- und Genussmitteln in Höhe von ca. 0,9 – 1,0 Mio. €** sind hinsichtlich der möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen wie folgt zu bewerten:

- / Im **zentralen Versorgungsbereich Neue Mitte** werden max. 0,1 Mio. € (ca. 1 – 2%) wettbewerbswirksam. Für den dort vorhandenen Wettbewerber Rewe im Feldberg Center ergeben sich hieraus keine negativen Auswirkungen. Die prognostizierten Umsatzumverteilungswirkungen liegen absolut und prozentual betrachtet unterhalb einer kritischen Größenordnung, sodass eine Funktionseinschränkung des Anbieters auszuschließen ist.
- / Auf die untersuchungsrelevanten Anbieter im **zentralen Versorgungsbereich Ortskern Anspach** verteilen sich ca. 0,1 – 0,2 Mio. € (ca. 2%). Auch diese Umverteilungsquote liegt in einem unkritischen Bereich, sodass für das Zentrum keine städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen abzuleiten sind.
- / In den **sonstigen Lagen Neu-Anspachs** sind Umverteilungswirkungen von rd. 0,5 – 0,6 Mio. € bzw. ca. 3 % zu erwarten. Hiervon wird insbesondere der gegenüber des Vorhabenstandorts gelegene Systemwettbewerber Lidl an der Rudolf-Diesel-Straße betroffen. Mit diesem Anbieter werden die Wettbewerbsauseinandersetzungen geringfügig intensiviert; betriebsschädigende Auswirkungen in Folge der geplanten Aldi-Erweiterung sind jedoch nicht zu erwarten. Es handelt sich um einen modernen und leistungsstarken Anbieter, der etwaige Umsatzeinbußen kompensieren kann. Weiterhin tangiert wird der Lebensmittelvollsortimenter Edeka Kauffmann an der Lilienthaler Straße. Auch hier handelt es sich um einen modernen und überdurchschnittlich leistungsstarken Anbieter, bei welchem gegebenenfalls auftretende Umsatzeinbußen ausgeglichen werden können. Da die beiden genannten Anbieter ebenfalls an dezentralen Standorten in unmittelbarer Nähe zum Vorhabenstandort ansässig sind, handelt es sich ferner um rein wettbewerbliche Auswirkungen. Insgesamt sind somit keine negativen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen in den sonstigen Lagen Neu-Anspachs festzustellen.
- / **Außerhalb von Neu-Anspach (v. a. in Usingen, Schmitten und Werheim)** ist mit Umsatzumverteilungswirkungen in Höhe von ca. 0,1 – 0,2 Mio. € zu rechnen. Diese liegen in einem

unkritischen Bereich und verteilen sich überdies auf eine Vielzahl von Standorten und Anbietern.

- In den **Nichtlebensmittelsortimenten** werden rd. 0,2 – 0,3 Mio. € Umsatzverteilungswirksam, die sich auf mehrere Sortimente (u. a. Drogeriewaren, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel, Tiernahrung, Zeitschriften, (Schnitt-)Blumen, Aktionswaren aller Sortimente) und damit auf eine Vielzahl von Anbietern verteilen, welche die Nichtlebensmittelsortimente sowohl als Hauptsortimente (u. a. Drogeriemärkte, Zoofachmärkte, Blumengeschäfte, Kioske, Bekleidungs-, Schuh-, Sportanbieter, Haushaltwarenmärkte, Bau- und Gartenmärkte u.v.m.) als auch als Randsortimente (u. a. Lebensmittelmärkte, Drogeriemärkte, Nonfood-Discounter u.v.m.) führen. Diese Anbieter verteilen sich zudem auf mehrere Standortlagen, sodass für einzelne Anbieter und Lagen städtebauliche Auswirkungen auszuschließen sind.

**Zusammenfassend** ist festzuhalten, dass mit der geplanten Erweiterung des Aldi Lebensmittel-discounters in der Rudolf-Diesel-Straße in Neu-Anspach weder städtebauliche noch versorgungsstrukturelle Folgewirkungen einhergehen. Auch im Umland sind keine negativen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen festzuhalten.

## VI. Raumordnerische Bewertung des Vorhabens

Mit Blick auf die Ziele und Grundsätze des LEP Hessen 2020 sowie des Regionalplans Südhessen / RegFNP 2010 ist die Erweiterung von Aldi in Neu-Anspach, Rudolf-Diesel-Straße, folgendermaßen zu bewerten:

### 1. Zentralitätsgebot

Bei dem Einzelhandelsvorhaben handelt es sich um die Erweiterung eines bereits jetzt großflächigen Marktes in einem Unterzentrum.

Der LEP Hessen 2020 führt hierzu Folgendes in Ziel 6-1 aus <sup>21</sup>:

- *Großflächige Einzelhandelsvorhaben sind nur in Ober- und Mittelzentren zulässig.*
- *Zur Grundversorgung sind großflächige Einzelhandelsvorhaben bis zu einer Verkaufsfläche von 2.000 m<sup>2</sup> auch in den zentralen Ortsteilen von Grundzentren zulässig. Die zentralen Ortsteile sind in den Regionalplänen festzulegen.*

Im Regionalplan Südhessen/ RegFNP 2010 wird dies im Z 3.4.3-2 wie folgt ergänzt:

*[...] In begründeten Ausnahmefällen, z. B. für die örtliche Grundversorgung und unter Einhaltung der übrigen landes- und regionalplanerischen Zielsetzungen sowie unter besonderer Beachtung des interkommunalen Abstimmungsgebotes, ist eine Ausweisung auch in den zentralen Ortsteilen von Grundzentren (Unter- und Kleinzentren) zulässig.*

*Zur Sicherung der Grundversorgung und unter Einhaltung der sonstigen Verträglichkeitsanforderungen kann für einen Lebensmittel-Vollversorger bis zu 2.000 qm Verkaufsfläche oder für einen Lebensmitteldiscounter bis zu 1.200 qm Verkaufsfläche die Raumverträglichkeit in städtebaulich integrierten Lagen angenommen werden. [...]*

Der Vorhabenstandort des zu erweiternden Aldi-Marktes befindet sich im Norden des Stadtteils Anspach. Dieser bildet gemeinsam mit dem Stadtteil Hausen-Arnzbach den geschlossenen Siedlungskörper der Stadt und macht einen Großteil der Gemarkungsfläche Neu-Anspachs aus (vgl. Kapitel II., 1). Demzufolge ist der Stadtteil Anspach als zentraler Ortsteil des Unterzentrums zu bewerten. Ferner soll der Aldi Lebensmitteldiscounter auf max. 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche erweitert werden, womit die im Regionalplan Südhessen/ RegFNP 2010 genannte Schwelle gem. Z 3.4.3-2 eingehalten wird. Allerdings wird die örtliche Grundversorgung in Neu-Anspach bereits durch mehrere Lebensmittelmärkte gedeckt, womit dieses Ausnahmekriterium nicht vollends erfüllt wird. **Somit liegt ein Zielverstoß beim Zentralitätsgebot vor.** Mit der Durchführung eines Zielabweichungsverfahrens kann dieser Zielverstoß möglicherweise „geheilt“ werden.

Folgende Argumente für eine Zielabweichung können in die Bewertung eingestellt werden:

- Bei dem Vorhaben handelt es sich nicht um eine Neuansiedlung, sondern um die Erweiterung und Modernisierung eines bestehenden, langjährig etablierten und bereits

<sup>21</sup> Quelle: LEP Hessen 2020; 4. Änderung, S. 41

heute großflächigen Lebensmittelmarktes, der am Standort eine wichtige Nahversorgungsfunktion übernimmt (vgl. Kapitel II., 2). Im Einzelhandelskonzept für die Stadt Neu-Anspach 2015 wird der Vorhabenstandort als wichtiger „Standortbereich für die Nahversorgung“ anerkannt.

- 
 Das Vorhaben des Lebensmitteldiscounters weist zu Großteilen nahversorgungsrelevante Kernsortimente auf.
- 
 Der Markt erreicht aufgrund der Wettbewerbssituation im Umland (v. a. Usingen) sowie der räumlichen Strukturen kein überörtliches Einzugsgebiet und stellt somit einen klassischen Nahversorger für die Stadt Neu-Anspach dar.
- 
 Die Erweiterung und Modernisierung der Aldi-Filiale dient ausschließlich der Anpassung an die Anforderungen an moderne Lebensmitteldiscounter, Demografiewandel etc. Eine wesentliche Sortimentsveränderung oder -erweiterung ist nicht vorgesehen.
- 
 Die übrigen landesplanerischen Vorgaben für großflächige Einzelhandelsbetriebe werden, mit Ausnahme des Integrationsgebotes (siehe nachfolgendes Unterkapitel) eingehalten.

## 2. Integrationsgebot

Im LEP Hessen 2020 wird Folgendes zum Integrationsgebot (Z 6-3) ausgeführt:<sup>22</sup>

*Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO dürfen nur in den im Regionalplan festgelegten Vorranggebieten Siedlung an städtebaulich integrierten Standorten dargestellt bzw. festgesetzt werden. Ausnahmen sind möglich, soweit diese im unmittelbaren räumlichen Zusammenhang mit städtebaulich integrierten Standorten festgelegt werden (teilintegrierte Standorte). [...].*

Der Vorhabenstandort liegt innerhalb einer im Regionalplan Südhessen / RegFNP 2010 ausgewiesenen „Gewerblichen Baufläche, Bestand“, was aus regionalplanerischer Sicht einem „Vorranggebiet Industrie und Gewerbe, Bestand“ entspricht. Im direkten Umfeld überwiegen Gewerbenutzungen, sodass zudem keine städtebaulich integrierte Lage gem. Z 6-3 LEP Hessen 2020 vorliegt. **Somit werden die Anforderungen des Integrationsgebotes nicht eingehalten.** Fraglich ist daher, ob eine teilintegrierte Lage vorliegt und der Vorhabenstandort im unmittelbaren räumlichen Zusammenhang mit städtebaulich integrierten Standorten steht. In diesem Zusammenhang sind folgende Argumente anzubringen, die für eine teilintegrierte Lage und somit ein positiv verlaufendes Zielabweichungsverfahren sprechen:

- 
 Der Vorhabenstandort befindet sich in unmittelbarer Nähe zu größeren Wohnquartieren (Wohnquartier Rudolf-Selzer-Straße und südliche Wohnsiedlungsbereiche des Stadtteils Hausen-Arnzbach). Zwar werden diese durch städtebauliche Barrieren (Hauptverkehrsachse, Eisenbahnlinie) vom Vorhabenstandort getrennt. Allerdings existiert eine Querungsmöglichkeit in Form einer Unterführung auf Höhe des Eisenbachs bzw. der Breslauer Straße. Somit ist der Vorhabenstandort aus Richtung der genannten

<sup>22</sup> Quelle: ebd.

Wohnquartiere auch fußläufig bzw. mit dem Fahrrad zu erreichen – die fußläufige Entfernung zum Aldi-Markt beträgt je nach Lage in den genannten Wohnquartieren zwischen 500 und 1.000 m.

- /// Direkt vor der Aldi-Filiale an der Rudolf-Diesel-Straße befindet sich die Bushaltestelle Gewerbegebiet Burgweg. Damit besteht eine sehr gute Anbindung des Vorhabenstandortes an das örtliche ÖPNV-Netz.

### 3. Kongruenzgebot

Basierend auf der aus der Umsatzprognose ableitbaren Umsatzherkunft sowie den landesplanerischen Vorgaben lässt sich das Kongruenzgebot wie folgt bewerten:

- /// Das Einzugsgebiet des erweiterten Aldi-Marktes beschränkt sich auf den Siedlungsbereich der Stadt Neu-Anspach.
- /// Basierend auf der Umsatzprognose und der daraus ableitbaren Umsatzherkunft ist festzuhalten, dass bei dem erweiterten Aldi-Lebensmitteldiscounter ca. 85 % des Umsatzes aus Neu-Anspach selbst stammen. Ca. 15 % des Umsatzes entfällt auf Streukunden aus den umliegenden Städten und Gemeinden (v. a. Usingen, Schmitten, Werheim), sodass der Standort kaum eine überörtliche Wirkung entfalten wird.

**Das Kongruenzgebot ist als erfüllt zu bewerten.**

### 4. Beeinträchtigungsverbot

Die voranstehenden Berechnungen zur Umsatzumverteilung sowie die potenziellen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen haben nachgewiesen, dass das **Beeinträchtigungsverbot eindeutig eingehalten** wird. Die Umverteilungsquote in Neu-Anspach liegt insgesamt bei max. 3 % (in den sonstigen Lagen Neu-Anspachs) und somit in einem unkritischen Bereich. Auch im Umland von Neu-Anspach sind keine negativen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen festzuhalten.

### 5. Vereinbarkeit mit dem Einzelhandelskonzept der Stadt Neu Anspach 2015

Der Vorhabenstandort befindet sich außerhalb eines der beiden definierten zentralen Versorgungsbereiche in Neu Anspach. Im Einzelhandelskonzept wird dem Standortbereich im Gewerbegebiet Burgweg jedoch eine wichtige Versorgungsfunktion für die Stadt Neu-Anspach eingeräumt, weshalb dieser auch als „Standortbereich für die Nahversorgung“ anerkannt wird. Durch die geplante geringfügige Erweiterung und Modernisierung des Lebensmitteldiscounters kann sich der Anbieter zukunftsfähig aufstellen, womit der Versorgungsstandort langfristig gesichert wird.

**Das Vorhaben ist mit den Vorgaben aus dem Einzelhandelskonzept der Stadt Neu Anspach somit vereinbar.**

## VII. Zusammenfassung

Zusammenfassende Bewertung des Vorhabens	
Grundlagen	
<b>Planvorhaben / Planstandort</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Erweiterung eines bestehenden Aldi-Lebensmitteldiscounters von rd. 1.000 m<sup>2</sup> auf rd. 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche</li> <li>▪ Vorhabenstandort im Gewerbegebiet Burgweg im Norden des Stadtteils Anspach</li> <li>▪ RegFNP: „Gewerblichen Baufläche, Bestand“</li> </ul>
<b>Rechtsrahmen und Untersuchung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Auswirkungsanalyse nach § 11 Abs. 3 BauNVO</li> </ul>
<b>Einzugsgebiet und Kaufkraftpotenzial</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Einzugsgebiet: Stadt Neu-Anspach mit ca. 14.359 Einwohnern</li> <li>▪ Kaufkraftpotenzial im Nahrungs- und Genussmittelsegment in Neu-Anspach: ca. 46,1 Mio. €</li> </ul>
<b>Wettbewerb im Untersuchungsraum</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Hauptwettbewerber in Neu-Anspach:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Rewe (ZVB Neue Mitte), Penny, nahkauf (ZVB Ortskern Anspach), Lidl, Edeka Kauffmann (sonstige Lagen)</li> </ul> </li> <li>▪ Weitere Wettbewerber:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lebensmittelmärkte in Usingen (u.a. Aldi, Lidl), Schmitten (u.a. Lidl, Rewe) und Werheim (u. a. Rewe)</li> </ul> </li> </ul>
<b>Umsatzerwartung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Umsatzleistung bei ca. 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche: ca. 11,3 Mio. €, davon ca. 9,0 – 9,1 Mio. € Lebensmittel und ca. 2,2 – 2,3 Mio. € Nichtlebensmittel</li> <li>▪ umverteilungsrelevant nur zusätzlicher Umsatz infolge der Erweiterung des Aldi-Marktes: ca. 1,2 Mio. €, davon ca. 0,9 – 1,0 Mio. € bei Nahrungs- und Genussmitteln</li> </ul>
<b>mögliche Umverteilungswirkungen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Umsatzumverteilung in Neu-Anspach: max. 1 – 2 % im ZVB Neue Mitte, max. 2 % im ZVB Ortskern Anspach und max. 3 % in sonstigen Lagen Neu-Anspachs</li> <li>▪ Aus den Wettbewerbswirkungen gehen weder städtebauliche noch versorgungsstrukturelle Folgewirkungen in Neu-Anspach sowie im Umland einher.</li> </ul>
<b>Übereinstimmungen mit den Zielen der Landesplanung</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Es liegt ein Verstoß gegenüber dem Zentralitäts- und Integrationsgebot vor. In beiden Fällen gibt es jedoch auch verschiedene Argumente, die im Zuge eines möglichen Zielabweichungsverfahrens berücksichtigt werden sollten.</li> <li>▪ Die weiteren Vorgaben (Kongruenzgebot und Beeinträchtigungsverbot) werden vollständig erfüllt.</li> </ul>

GMA-Zusammenstellung 2024

## Verzeichnisse

## Seite

### Übersichtenverzeichnis

Übersicht 1	Sortimentskonzept der Stadt Neu-Anspach	8
-------------	---	---

### Fotoverzeichnis

Foto 1:	Zu erweiternde Aldi-Filiale an der Rudolf-Diesel-Straße mit vorgelagerter Stellplatzanlage	14
Foto 2:	Zufahrt Rudolf-Diesel-Straße	14

### Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage und zentralörtliche Struktur in der Region	13
Karte 2:	Mikrostandort Rudolf-Diesel-Straße	16
Karte 3:	Einzugsgebiet der zu erweiternden Aldi-Filiale in Neu-Anspach und wesentliche Lebensmittelmärkte im Umland	18
Karte 4:	Zentrenstruktur und Hauptwettbewerber in Neu-Anspach	22

### Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Typische Sortimentsstruktur von Lebensmittelmärkten	11
Tabelle 2:	Marktanteile und Umsatz des Vorhabens (Aldi mit 1.200 m <sup>2</sup> VK)	23
Tabelle 3:	Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben bei Nahrungs- und Genussmitteln	26