

Auswirkungsanalyse

Verlagerung des REWE-Lebensmittelmarktes in 36272 Niederaula in die Schlitzer Straße 38

Auftraggeber:

BA Projekt GmbH & Co.KG
Am Schloß 3
97084 Würzburg

Projektleitung:

Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Gesamtleitung:

Dr. Ulrich Kollatz

BBE Handelsberatung GmbH

Futterstraße 14

99084 Erfurt

Telefon +49 361 7780660

E-Mail vlcek@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

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

Diese Ausarbeitungen fallen unter § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Berlin · Köln · Stuttgart · Leipzig · Erfurt

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangssituation / Projektdaten	3
2. Standortrahmendaten Niederaula	6
3. Einzelhandelsstrukturen in Niederaula	9
3.1. Einzelhandelsbestand, Sortimentsstruktur und räumliche Verteilung	9
3.2. Zentrale Versorgungsbereiche	12
4. Projektstandort	15
5. Markt-/ Wettbewerbsanalyse	18
5.1. Einzugsgebiet	18
5.2. Marktpotenzial	21
5.3. Angebot	22
6. Städtebauliche Bewertung des REWE-Vorhabens	24
6.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen	24
6.2. Umsatzprognose	26
6.3. Umsatzherkunft	30
6.4. Wirkungsprognose	31
6.4.1. Methodische Vorgehensweise	31
6.4.2. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen im Einzugsgebiet	32
6.4.3. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen außerhalb des Einzugsgebiets	36
6.4.4. Auswirkungen bei Wiederbelegung des REWE-Marktes in der Hattenbacher Straße 5a	39
6.4.5. Nachbelegung des REWE-Marktes in der Hattenbacher Straße 5a	42
7. Zusammenfassung	44

1. Ausgangssituation / Projektdaten

Die Handelskette REWE betreibt in der hessischen Marktgemeinde **Niederaula** und hier in der Hattenbacher Straße 5a seit über 30 Jahren einen Lebensmittelmarkt. REWE stellt arbeitsteilig mit dem Discounter Lidl einen Träger der lokalen Grundversorgung für Niederaula dar.

Der **REWE-Markt** erfüllt auf Grund seiner unattraktiven Außen- und Innengestaltung nicht mehr die qualitativen Ansprüche an einen modernen Lebensmittelmarkt. Die Supermarktfläche ist verwinkelt, zudem liegt der Markt räumlich von dem REWE-Getränkemarkt getrennt. Der Betrieb weist nur eine limitierte Parkplatzzahl auf, zudem ist die dem Markt vorgelagerte Stellplatzanlage flächenseitig zu klein; ebenso zeigt sich die beengte An-/ Abfahrt von der Schlitzer Straße bzw. auch der Hattenbacher Straße suboptimal.

Im Fazit entspricht die Filiale nicht mehr den qualitativen Anforderungen an einen **marktüblichen Vollsortimentsmarkt** bzw. den vertriebsseitigen Maßgaben des Betreibers, wenngleich die summierte Verkaufsfläche des Super- und des Getränkemarktes mit rd. 1.970 m² eine marktübliche Dimensionierung besitzt.

Am Bestandsstandort ist eine Erweiterung bezüglich des fehlenden Flächenangebots bzw. des Einschlusses des REWE-Standortes durch umgebende Bebauung nicht möglich, daher plant REWE eine **Verlagerung des Marktes** auf eine naheliegende Potenzialfläche an der Schlitzer Straße; etwa 150 Meter südwestlich vom Bestandsstandort entfernt. Das Areal wurde ursprünglich als Ziegelei genutzt.

Abbildung 1: Objektsituation auf dem Planareal in der Schlitzer Straße 38 in Niederaula



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Der neue REWE-Markt soll auf einer Fläche von etwa 1.985 m² entstehen. Der Betrieb setzt sich aus der eigentlichen Marktfläche (inkl. Windfang) zusammen, hier wird zukünftig auch eine Fleischertheke integriert. In der Vorkassenzone wird ein Bäckerei-Café eingerichtet, bestehend aus dem Backshop (rd. 35 m²) und einem Sitzbereich (rd. 36 m²). Der summierte Flächenaufwuchs des Vorhabens beträgt knapp 20 m².

Tabelle 1: Flächenbilanz der geplanten Umstrukturierung des REWE-Marktes in Niederaula

	IST-Fläche m ²	PLAN-Fläche m ²	Veränderung m ²
REWE-Supermarkt / Getränkemarkt	1.882	1.914	+32
Backshop	40	71	+31
Fleischer	44	0	-44
Gesamt	1.966	1.985	+19

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

Auf dem avisierten Baugrundstück wird das derzeit bestehende straßenbegleitende Bestandsgebäude an der Schlitzer Straße abgerissen, ein angrenzendes zeilenförmiges Gebäude wird teilweise zurückgebaut. Der Marktkörper soll im nordöstlichen Bereich des Vorhabenareals platziert werden, dem Eingangsbereich wird die Parkplatzanlage – direkt anfahrbar von der Schlitzer Straße – vorgelagert. Der nachstehende objektbezogene **Lageplan** stellt die neu positionierte REWE-Filiale im räumlichen Kontext dar.

Abbildung 2: Lageplan des verlagerten REWE-Marktes in der Schlitzer Straße 38 in Niederaula



Im Rahmen des Neubaus können die aktuellen betreiberspezifischen, vor allem auch die energetischen Maßgaben von REWE umgesetzt werden. Nach der Inwertsetzung des in Rede stehenden Areals der alten Ziegelei ist von einer städtebaulichen Neuordnung und einer **optischen Aufwertung** dieses Gebietes auszugehen, das in exponierter Lage im südwestlichen Ortseingangsbereich von Niederaula verortet ist.

Neben der Verbesserung der äußeren und inneren Betriebsoptik des REWE-Marktes kann in dem neuen Marktgebäude die Warenpräsentation auf einer zusammenhängenden Fläche erfolgen, dadurch werden auch die **innerbetrieblichen Abläufe** optimiert. Dies führt zu Einsparungen bei Logistik-, Lager- und Personalkosten, da auf Grund der zusammenliegenden Fläche von Super- und Getränkemarkt keine Doppelstrukturen mehr notwendig sind.

Die skizzierte Verlagerung des REWE-Marktes zielt hauptsächlich auf eine optische und funktionale Erhöhung des Marktes und eine **langfristige Standortsicherung** ab, um so die Wettbewerbsfähigkeit dieser Filiale in Niederaula dauerhaft zu erhalten. Insgesamt reagiert das avisierte Vorhaben auf die aktuellen Markterfordernisse im Lebensmittelhandel.

Für das angefragte Bauvorhaben soll ein **Bebauungsplan** aufgestellt werden, um die planungsrechtlichen Voraussetzungen für den Neubau dieses großflächigen Lebensmittelmarktes zu schaffen. Im Rahmen des Bebauungsplanverfahrens ist aufzuzeigen, inwieweit von dem großflächigen Vorhaben¹ Auswirkungen auf

- die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsgebiet und
- die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche²

in Niederaula oder in anderen Orten im Sinne von **§ 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO** anzunehmen sind.

Die **Nachbelegung des REWE-Marktes** am Bestandsstandort Hattenbacher Straße 5a durch einen anderen Lebensmittelmarkt ist prinzipiell baurechtlich möglich, da die ausgesprochene Baugenehmigung für den Super- und auch den Getränkemarkt mit der angedachten Betreiberaufgabe nicht unwirksam wird; die Baugenehmigung bleibt durch den Auszug unangetastet. Der Markteigentümer kann einen neuen Mieter aus dem Lebensmittelhandel akquirieren; sofern sich ein anderer Betreiber in die Baugenehmigung einpasst, ist die Wiederaufnahme eines entsprechenden Marktes möglich.

Darüber hinaus ist an dem Supermarktstandort gemäß einem rechtsgültigen Bebauungsplan³ die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes mit bis zu 1.600 m² Verkaufsfläche prinzipiell zulässig.⁴ Daher sind die Auswirkungen bei Nachbelegung des REWE-Marktes am Bestandsstandort Hattenbacher Straße 5a zu ermitteln, wobei der Betreiber REWE bis zum Jahr 2031 ein festes Mietverhältnis hat. REWE schließt in dieser Zeit **eine Untervermietung an einen Lebensmittelhändler** aus, vielmehr wird sich REWE um eine branchenfremde Vermietung bemühen.

Die Ergebnisse einer entsprechenden Untersuchung – im Dezember 2024 durchgeführt – werden im Folgenden dargestellt und beschrieben. Das Gutachten soll als **Entscheidungsgrundlage für Gremien und Behörden** sowie als Abwägungsgrundlage in dem einzuleitenden Planungs- und Genehmigungsverfahren dienen.

1 Einzelhandelsbetriebe sind großflächig im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 BauNVO, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten (vgl. Urteil BVerwG [4 C 10.04] vom 24.11.2005).

2 Niederaula besitzt kein Einzelhandels- oder Zentrenkonzept. Somit werden (faktische) zentrale Versorgungsbereiche im Rahmen einer Vorortanalyse identifiziert.

3 vgl. Bebauungsplan Nr. 26 Sondergebiet großflächiger Einzelhandel „Über dem Mittelweg“ im OT Niederaula der Gem. Niederaula, gesatz am 18.10.1999.

4 Der Getränkemarkt befindet sich im unbeplanten Innenbereich, die Genehmigung erfolgte nach § 34 BauGB.

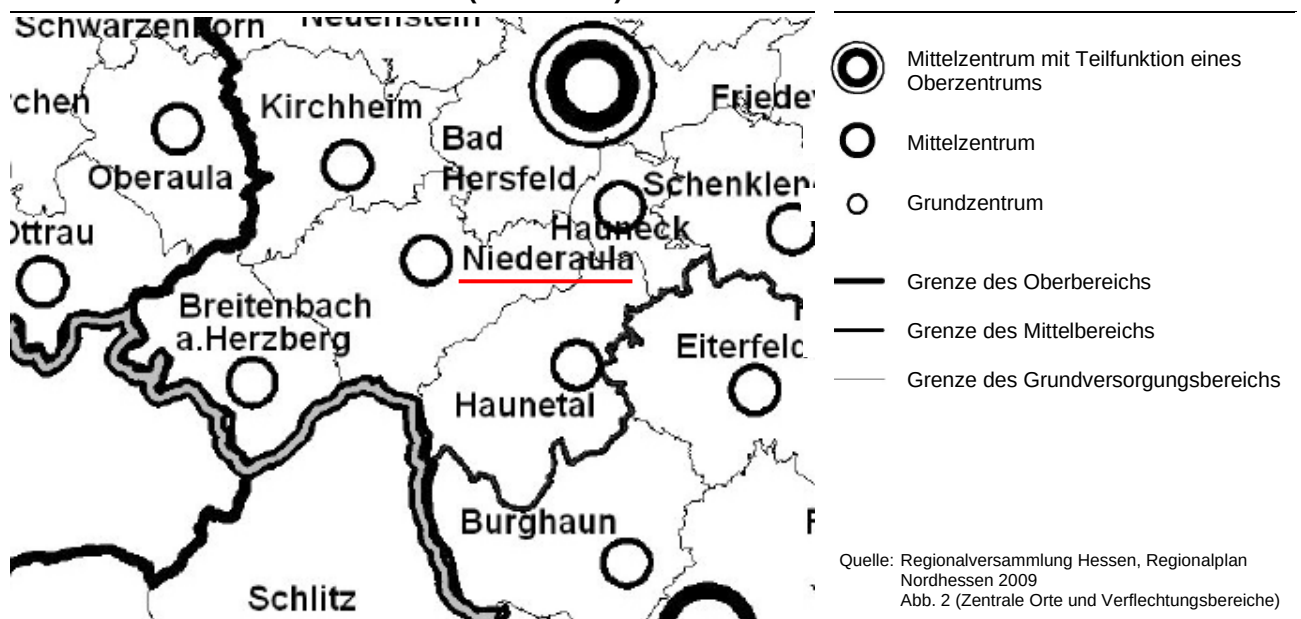
2. Standortrahmendaten Niederaula

Die Marktgemeinde Niederaula ist in Bezug auf ihre **geographische Lage** im nordöstlichen Teil des Landes Hessen und hier im Landkreis Hersfeld-Rotenburg verortet. Die Lage von Niederaula ist durch die räumliche Nähe zu Bad Hersfeld – knapp über 10 Kilometer entfernt – geprägt, wobei die Kreisstadt einen wichtigen Wirtschafts-, Handels- und Verwaltungsstandort für die umliegende Region darstellt und somit auch diverse Verflechtungen und Austauschbeziehungen nach Niederaula bestehen.

Die **Siedlungsstruktur** von Niederaula (rd. 5.300 Einwohner) besteht aus einem weitgehend zusammenhängenden Kernort und sieben dezentralen Ortsteilen. Im kleinstädtisch geprägten Kernort Niederaula wohnen rd. 2.500 Personen⁵ und folglich etwa 46 % der gesamtörtlichen Bevölkerung; die dezentralen Ortsteile sind ländlich geprägt und verfügen über eine geringe Bebauungsdichte.

Die Gemeinde Niederaula bzw. der Kernort wird in der **Regionalplanung** als Grundzentrum⁶ ausgewiesen. Diese Orte sollen zur Konzentration von Einrichtungen der gemeindlichen Grundversorgung dienen und die Einwohner des Nahbereichs mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs versorgen. Der ausgewiesene Grundversorgungsbereich entspricht dem Gemeindegebiet, so dass Niederaula die Eigenversorgung seiner Bevölkerung übernehmen sollte.

Karte 1: Raumstruktur Nordhessen (Ausschnitt)



Im Umland von Niederaula liegen mit Hauneck, Haunetal, Schlitz, Breitenbach am Herzberg und Kirchheim in etwa vergleichbar große Orte, die ebenfalls als Grundzentrum ausgewiesen sind. Der höherrangige zentrale Ort Bad Hersfeld grenzt direkt nordöstlich an die Gemarkungsgrenze von Niederaula an.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** von Niederaula erfolgt über die Autobahn A7; Anschlussstellen sind zwischen Niederaula und Niederjossa sowie nördlich der Gemeinde in Kirchheim eingerichtet. Durch Niederaula verläuft die Bundesstraße B62 und verbindet die Gemeinde mit Bad Hersfeld und mit Alsfeld, weiterhin führt die B454 von Niederaula zum Autobahndreieck Kirchheim. Niederaula ist ferner über Landes- und Kreisstraßen mit umliegenden Orten in der Region verknüpft, die auch eine Verbindung des Kernortes mit den dezentralen Ortsteilen sicherstellen. Im Fazit ist für Niederaula eine sehr gute infrastrukturelle Anbindung zu konstatieren.

⁵ Quelle: GfK GeoMarketing GmbH, Einwohner auf Straßenabschnittsebene 2023.

⁶ vgl. Regionalversammlung Nordhessen, Regionalplan Nordhessen 2009, Punkt 2.3.

Die Erschließung des Gemeindegebietes durch den **ÖPNV** wird über Regionalbuslinien sichergestellt. Die Regionalbusse fahren Haltepunkte sowohl im Kernort als auch in peripheren Ortsteilen an und gewährleisten die Anbindung an umliegende Kommunen. Die Regionalbusse stellen die einzigen öffentlichen Verkehrsmittel dar, da Niederaula nicht mehr an den Schienenpersonennahverkehr angeschlossen ist.

In Niederaula leben rd. 5.300 Personen. Die **Einwohnerentwicklung** war in der letzten Dekade mit -2,0 % rückläufig und verlief konträr zu dem Bevölkerungsaufwuchs im Landkreis Hersfeld-Rotenburg (+1,4 %) und zur landesweiten Entwicklung in Hessen (+6,2 %).

Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung von Niederaula im Vergleich

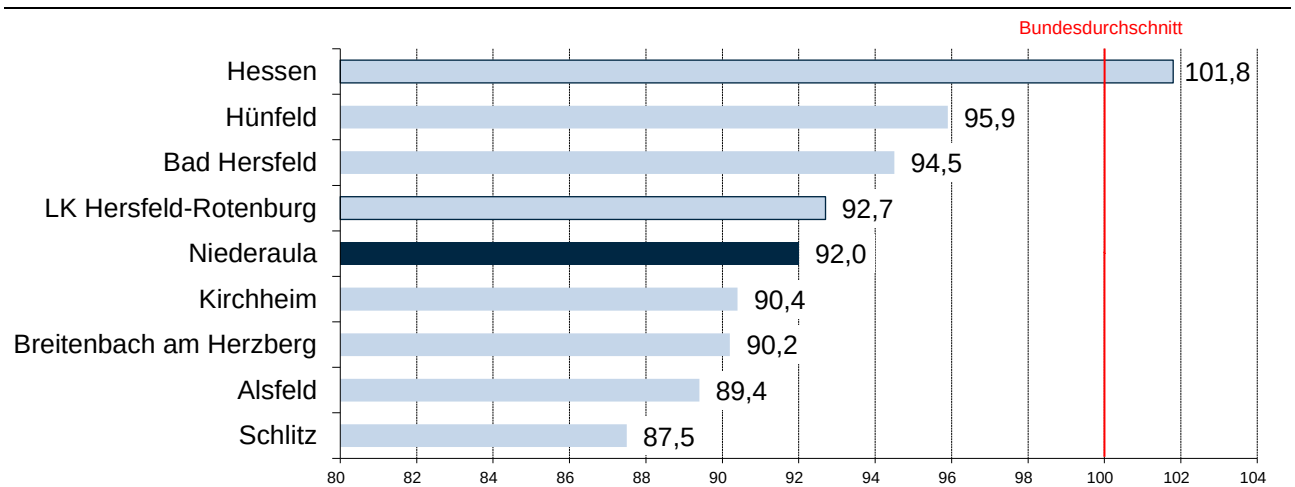
	Einwohner		Veränderung	Einwohner		Veränderung
	2013	2023		2035		
	abs.	abs.	%	abs.		%
Niederaula	5.417	5.306	-2,0	5.000		-5,8
LK Hersfeld-Rotenburg	119.651	121.348	+1,4	113.100		-6,8
Hessen	6.045.425	6.420.729	+6,2	6.353.000		-1,1

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Bevölkerung der hessischen Gemeinden am 31.12.2013 + 31.12.2023
Hessen-Agentur, Gemeindeblatt Niederaula (632011)

In Zukunft wird sich die Bevölkerungszahl in Niederaula weiter rückläufig entwickeln; die **prognostizierte Einwohnerzahl** soll im Jahr 2035 etwa 5.000 Personen betragen. Der Rückgang von -5,8 % ist in etwa mit der Entwicklung im Landkreis Hersfeld-Rotenburg (-6,8 %) vergleichbar, wobei der Einwohnerrückgang über dem hessischen Landestrend (-1,1 %) liegen wird. Aus der vorgenannten Entwicklung lassen sich keine nachfrageseitigen Impulse für den örtlichen Einzelhandel ableiten.

Für den Handel stellt das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** einen wichtigen Faktor dar, der durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt wird. Die Kennziffer gibt – unabhängig von der Größe einer Stadt bzw. einer Region – das verfügbare Pro-Kopf-Einkommen im Verhältnis zum Gesamteinkommen der Bundesrepublik an, das nach Abzug einzelhandelsfremder Aufwendungen (z.B. Miete, Vorsorge, Versicherungen, Dienstleistungen, Reisen) potenziell für die Ausgaben im Einzelhandel verfügbar ist.

Abbildung 3: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern



Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2023

Im nationalen Vergleich weist Niederaula eine niedrige einzelhandelsrelevante Kaufkraft auf, die mit 92,0 % unter dem bundesdeutschen Referenzwert (100,0 %) rangiert. Folglich steht dem lokalen Einzelhandel in Niederaula ein im Bundesvergleich geringeres Ausgabenvolumen zur Verfügung. Der einzelhandelsrelevante

Kaufkraftindex von Niederaula fällt auch im regionalen Vergleich unterdurchschnittlich aus, da die örtliche Kaufkraft der Kommune sowohl unter dem Mittelwert des Landkreises Hersfeld-Rotenburg (92,7 %) als auch unter dem hessischen Landesdurchschnitt (101,8 %) liegt.

Die **Pendler** können ein zusätzliches Potenzial für den Einzelhandel darstellen, da auch Besorgungen auf dem Arbeitsweg und am Arbeitsort getätigt werden. Mit einem Pendlersaldo von +73 Personen⁷ besitzt Niederaula mehr Ein- als Auspendler, so dass auf Grund der positiven Arbeitsplatzzentralität – wenn auch sehr geringe – zusätzliche Kaufkraftpotenziale für die Gemeinde zu erwarten sind.

⁷ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Gemeindedaten der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten nach Wohn- und Arbeitsort 2023.

3. Einzelhandelsstrukturen in Niederaula

3.1. Einzelhandelsbestand, Sortimentsstruktur und räumliche Verteilung

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden im Dezember 2024 alle Handelsbetriebe und deren Verkaufsflächen in Niederaula erfasst⁸ und gemäß ihrem Umsatzschwerpunkt der jeweiligen Einzelhandelsbranche zugeordnet. Das **flächenseitige Angebot** der 20 Handelsbetriebe beläuft sich auf rd. 5.700 m², was einer Verkaufsflächendichte rd. 1,1 m² je Einwohner entspricht. Diese einwohnerbezogene Flächenausstattung liegt – unabhängig einer branchenspezifischen Betrachtung – unter dem bundesdeutschen Ausstattungswert⁹ von rd. 1,5 m² je Einwohner.

Tabelle 3: Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in Niederaula

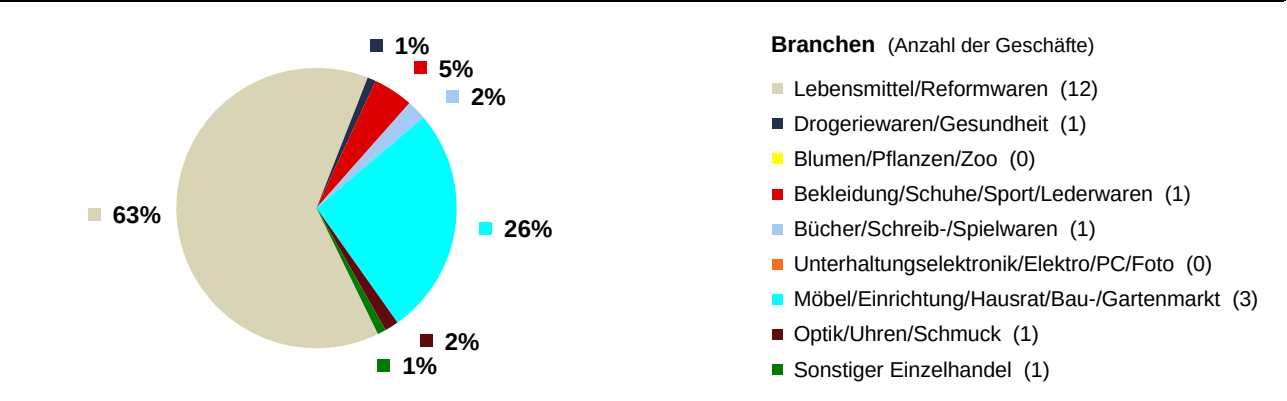
	Verkaufsfläche	Betriebe	Ø Betriebsgröße	Verkaufsflächendichte
	m²	abs.	m²/Betrieb	m²/Einwohner
Niederaula	5.740	20	~290	1,08

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebung, Dezember 2024

Zentrale Orte weisen oft eine über dem Bundesdurchschnitt liegende Verkaufsflächendichte auf, da solche Orte auch eine Versorgungsfunktion für ihren umliegenden Raum besitzen und meist höhere Flächenangebote vorhalten. Unter Beachtung der Flächendichte ist für Niederaula primär keine größere **gemeindeübergreifende Ausstrahlung** des lokalen Einzelhandels erkennbar, wenngleich einzelne Betriebe eine überörtliche Strahlkraft ausbilden.

Die **Einzelhandelsstruktur** von Niederaula zeigt eine – für kleinere Kommunen übliche – flächenseitige Dominanz des Lebensmittelhandels (ca. 3.600 m² VK). Einen weiteren Angebotsschwerpunkt bildet mit rd. 1.500 m² die Bau-/Gartenmarkt- bzw. Einrichtungsbranche, geprägt durch einen größeren Baumarkt. Die wenigen Betriebe in den restlichen Branchen nehmen jeweils einen geringen Anteil an der gesamtörtlich gemessenen Verkaufsfläche ein, tragen jedoch in ihrem jeweiligen Segment zu einer anteiligen Grundversorgung bei.

Abbildung 4: Einzelhandelsstruktur Niederaula



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Dezember 2024

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

9 Quelle: Statista GmbH Hamburg 2024, Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland 2023.

Nachstehend erfolgt überblicksartig eine **kartographische Darstellung** des strukturprägenden Einzelhandelsbestandes in Niederaula, wobei die örtlichen Handelsbetriebe vornehmlich im Kernort konzentriert sind.

Karte 2: Strukturprägende Handelslagen/ -betriebe in Niederaula



Mit Blick auf die **räumliche Verteilung** des Handels existiert in der Ortsmitte – dies ist der Kreuzungsbereich Hauptstraße/Bahnhofstraße/Schlitzer Straße/Ziegenhainer Straße („Eckstock“) – nur ein geringes Angebot, das sich auf sechs Betriebe mit einer summierten Verkaufsfläche von knapp 400 m² beschränkt. Eine komprimierte Einzelhandelslage ist nicht ausgebildet, es fehlen profilbildende Magnetbetriebe und die Angebotsmasse fällt niedrig aus. Der innerörtliche Handel in Niederaula besitzt – wie in vergleichbaren Gemeinden – nur eine limitierte Strahlkraft.

Im östlichen Ortsgebiet von Niederaula befindet sich an der Hersfelder Straße eine kleinere Fachmarkt-agglomeration, geprägt durch Lidl, Logo Getränke, NKD, einen Raumausstatter und zwei Ladenhandwerker. Diese Einkaufsdestination beherbergt rd. 2.000 m² Verkaufsfläche.

Außerhalb der beiden umseitig skizzierten Handelslagen sind weitere Unternehmen in Streulagen verortet; der summierte Flächenbestand der acht Betriebe erreicht rd. 3.300 m². Das Angebot wird durch den Super- und Getränkemarkt der REWE, den Sonderpreisbaumarkt und den Garten-/Zoofachmarkt Landfuxx geprägt, ferner sind vereinzelte kleinformative Betriebe vorzufinden.

Abschließend wird in der Tabelle 4 synoptisch die **Standortstruktur des Einzelhandels** der Marktgemeinde Niederaula abgebildet.

Tabelle 4: Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Niederaula

	Verkaufsfläche		Geschäfte		Ø Betriebsgröße
	m ²	%	abs.	%	m ² /Betrieb
Ortsmitte	390	7	6	30	~70
Handelsagglomeration Hersfelder Straße	2.050	36	6	30	~340
Streulagen	3.300	57	8	40	~410
Gesamt	5.740	100	20	100	~290

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Dezember 2024

3.2. Zentrale Versorgungsbereiche

Die Gemeinde Niederaula besitzt kein **Einzelhandels- oder Zentrenkonzept**, in welchem die städtebaulichen Zielvorstellungen der Kommune zur Einzelhandelsentwicklung definiert wären. Auf Grund des Fehlens eines solchen städtebaulichen Entwicklungskonzeptes sind demzufolge keine zentralen Versorgungsbereiche ausgewiesen.

Bei **zentralen Versorgungsbereichen** handelt es sich um räumlich abgrenzbare Bereiche, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine maßgebliche Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Neben Handelsbetrieben sollte der zentrale Versorgungsbereich auch Dienstleistungsbetriebe und sonstige Nutzungen aufweisen, welche die Handelsfunktion ergänzen, so dass dieser Bereich einen funktionalen Mittelpunkt darstellt. Idealerweise sind zentrale Versorgungsbereiche – vor allem mit dem ÖPNV und für Fußgänger – verkehrsgünstig erreichbar. Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt eine städtebaulich integrierte Lage voraus.¹⁰

Einem zentralen Versorgungsbereich muss ferner die städtebauliche Funktion eines Zentrums zukommen, das die kompetente Versorgung des Gemeindegebiets oder zumindest eines größeren räumlichen Teilbereichs mit einem umfassenden Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs und mit Dienstleistungen funktionsgerecht sicherstellen kann.

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

In der folgenden Karte 3 wird das Handelsangebot in der **Ortsmitte** von Niederaula im Bereich der Eckstock-Kreuzung abgebildet, das sich auf sechs Einzelhandelsbetriebe beschränkt.

Karte 3: Handelsbestand in der Ortsmitte von Niederaula



¹⁰ vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007, vgl. Urteil BVerwG [4 C 2.08] vom 17.12.2009.

Mit Blick auf den Handelsbesatz zeigt sich in der Ortsmitte von Niederaula eine geringe flächenseitige Angebotsmasse von rd. 400 m² Verkaufsfläche, die einen Anteil von lediglich 7 % der gesamtörtlichen Einzelhandelsfläche einnimmt (vgl. Tab. 4). Das Angebot umfasst sechs Handelsbetriebe.

Unter Berücksichtigung der Positionierung und der Leistungsfähigkeit können diese Betriebe sowohl einzeln als auch im Standortverbund keine vollumfassende Versorgungsfunktion übernehmen; von dem Handelsbestand wird allenfalls ein limitiertes Warenspektrum angerissen. Das Angebot der Geschäfte wird durch vereinzelte komplementäre Betriebe (Dienstleistungsangebote, Kleingastronomie) arrondiert, was die Angebotsmasse bzw. die Funktionalität der Ortsmitte – wenn auch geringfügig – erhöht.

In der Niederaulaer Ortsmitte sind – wie auch in vergleichbar großen Gemeinden – keine größeren profilbildenden Magnetbetriebe vorzufinden, die üblicherweise prägend für eine Einkaufsinnenstadt sind (z.B. der Branchen Drogeriewaren, Mode, Schuhe, Sport, Haushaltswaren, Schreibwaren, Spielwaren, Bücher). Unter versorgungsstrukturellen Aspekten ist kein umfänglicher innenstadttypischer Handelsbesatz ausgeprägt.¹¹

Der Ortskern zeigt sich mit seinem Standortmuster nicht als verdichtetes Handelszentrum; es besteht keine zusammenhängende Einkaufslage (vgl. vorstehende Karte 3). Diese wäre gegeben, wenn sich beispielsweise Handels- und Dienstleistungsbetriebe um einen zentralen Platz gruppieren oder beidseitig an einer Einkaufsstraße verortet wären und eine durchgängige Schaufensterfront bilden; eine solch verdichtete Handelslage ist jedoch – auf Grund des geringen Angebots an Handelsbetrieben – nicht ausgeprägt.

Darüber hinaus ist die Ortsmitte durch eine sehr hohe Verkehrsbelastung geprägt, da an der Eckstock-Kreuzung drei Bundesstraßen und eine Kreisstraße radial zusammenlaufen; es zeigt sich eine geringe Aufenthaltsqualität dieses Bereiches. Zusammengefasst besitzt der Niederaulaer Ortskern **nicht die Merkmale eines zentralen Versorgungsbereiches**.

Abbildung 5: Exemplarische städtebauliche Situation in der Niederaulaer Ortsmitte



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Die **Entwicklung eines zentralen Versorgungsbereiches** ist aus gutachterlicher Sicht faktisch nicht möglich. Aktuell stehen in der skizzierten Ortsmitte zwar vereinzelte Ladenlokale¹² leer; eine verstärkte Nutzung dieses Bereiches mit Einzelhandel ist jedoch nicht realistisch, da die meisten Wohn- und Geschäftshäuser nur über kleine Flächen verfügen und für einen Großteil von modernen Handelskonzepten flächenseitig zu niedrig ausfallen. Demnach bestehen keine größeren Angebotsreserven – speziell für großformatige Handelsbetriebe – im Bestand.

¹¹ In der Ortsmitte sind zwei Bäcker, eine Apotheke, ein Optiker, ein Schreibwarengeschäft und ein Autoteilehandel ansässig.

¹² Eine größere Potenzialfläche ist augenscheinlich der Leerstand in der Hauptstraße 3-5.

In Bezug auf mögliche Potenzialflächen stehen offensichtlich in dem vorstehend skizzierten Bereich keine größeren Freiflächen für eine Bebauung und Nutzung mit Einzelhandel zur Verfügung. Es ist eine fast durchgehende Bebauung mit Wohn- und Geschäftshäusern vorhanden, so dass die Errichtung von größeren Handelsbetrieben – insbesondere auch eines großflächigen Lebensmittelmarktes – faktisch nicht möglich ist.

Eine zukünftige Innenentwicklung mit Handel ist auch unter Berücksichtigung der Nachfrageseite nur schwerlich umsetzbar, da die geringe Mantelbevölkerung in Niederaula und das hieraus resultierende niedrige Marktpotenzial einen limitierenden Faktor für den Einzelhandel darstellt. Die lokale Nachfrageplattform reicht in vielen Branchen nicht aus, einen existenzsichernden Umsatz zu erwirtschaften. Demzufolge sind der Ansiedlung von größeren Einzelhandelsbetrieben mit innenstadtrelevanten Sortimenten grundsätzlich deutliche Grenzen gesetzt, so dass sich marktfähige Einzelhandelsstrukturen und somit ebenfalls ein zentraler Versorgungsbereich nicht ausprägen kann.

Im Fazit der vorstehenden Diskussion kann in Niederaula – ebenso in den dezentralen Ortsteilen – kein faktischer innerörtlicher zentraler Versorgungsbereich identifiziert werden. Die prospektive Ausprägung eines solchen Bereichs erscheint auf Grund des geringen Ist-Besatzes an Handelsbetrieben, fehlender größerer Leerstands- und Potenzialflächen und auf Grund der niedrigen und nicht ausdehnbaren lokalen Nachfrageplattform praktisch ausgeschlossen. Demnach wird in Niederaula auch zukünftig keine maßgebliche innerörtliche Einzelhandelsentwicklung für eine komplexe und zentral-liegende Versorgung stattfinden können.¹³

Neben dem Vorhandensein eines Innenstadtzentrums wurde die Existenz von **weiteren zentralen Versorgungsbereichen** einer niedrigeren Hierarchiestufe geprüft. Es ist zu konstatieren, dass im gesamten Gemeindegebiet kein Nahversorgungszentrum vorhanden ist. Dies resultiert aus dem Fehlen eines umfänglichen und komprimierten, auf die Nahversorgung fokussierten Angebots in einer wohnsiedlungsintegrierten Lage. Dieses ist in den bestehenden Wohnquartieren nicht vorhanden, wenngleich mit REWE und Lidl zwei Lebensmittelmärkte vorzufinden sind. Diese Betriebe stellen jedoch hinsichtlich ihres Handelsbesatzes und der nicht-wohnsiedlungsintegrierten Lage kein Nahversorgungszentrum¹⁴ dar, wenngleich diese Märkte eine wichtige Grundversorgungsfunktion für Niederaula übernehmen.

13 Sollte dennoch ein zentraler Versorgungsbereich ausgewiesen werden, so wäre dies in einem lokalen Einzelhandels-/ Zentrenkonzept zu verankern. Insbesondere wären hier realistische und umsetzbare Optionen für eine Weiterentwicklung des Ortskerns hin zu einem zentralen Versorgungsbereich aufzuzeigen.

14 Nahversorgungszentren offerieren vorwiegend Waren des kurzfristigen Bedarfs. Der Einzelhandel wird durch Dienstleistungen und ggf. Gastronomieangebote ergänzt, so dass eine gewisse Funktionsbündelung besteht. Diese Versorgungsbereiche besitzen im Vergleich zu Innenstadtzentren einen kleineren Einzugsbereich, der i.d.R. Stadtquartiere oder Wohnortlagen umfasst. Meist sind diese Versorgungszentren durch einen „Frequenzbringer“ gekennzeichnet, um welchen sich diverse andere Einzelhandelsanbieter mit einem ergänzenden, ggf. auch konkurrierenden Angebot gruppieren. Diese Versorgungsbereiche müssen ein umfassendes Nahversorgungsangebot vorhalten, wobei ein Supermarkt oder Discounter i.d.R. als Magnetbetrieb unverzichtbar ist. Ferner muss ein Nahversorgungszentrum auch einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben. vgl. Urteile BVerwG [4 C 1.08] und [4 C 2.08] vom 17.12.2009.
Ein als zentraler Versorgungsbereich zu qualifizierendes Grund- oder Nahversorgungszentrum setzt voraus, dass mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und/oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind. vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7 A 964/05] vom 11.12.2006.

4. Projektstandort

Der **REWE-Planstandort** ist im südwestlichen Ortsgebiet von Niederaula (vgl. auch Karte 2) adressiert. Die Fläche ist u.a. durch die Gebäude einer vormaligen Ziegelei bzw. eines Baustoffhandels der Firma Zange belegt. Der Laufweg zur Ortsmitte (Kreuzung Eckstock) beträgt knapp 500 Meter, der REWE-Bestandsmarkt ist etwa 150 Meter entfernt.

Das **Standortumfeld** ist in nördlicher Richtung durch die Gebäude der vorstehend benannten bzw. bereits geschlossenen Ziegelei geprägt, in diesem Bereich ist weiterhin ein Gewerbebetrieb für Verkehrssicherungssysteme (AVS) etabliert. Nordöstlich des Planstandortes zeigt sich zwischen Jahnstraße und Grüner Weg eine lockere Bebauung mit freistehenden Wohnhäusern.

Östlich des Baugrundstücks verläuft die Schlitzer Straße, zwischen diesem Straßenzug und einem Bahnleiskörper liegen ungenutzte bzw. brachgefallene Gebäude der Raiffeisen Handelsgesellschaft. Weiterhin sind hier begrünte Freiflächen vorzufinden.

Südlich des Vorhabenstandortes ist der Sonderpreis Baumarkt situiert. Im Zufahrtsbereich zu dem Baumarkt befindet sich dreigeschossiges Wohnhaus (das Erdgeschoss unterliegt augenscheinlich einer Büronutzung), hieran schließt sich eine Geschäftsstelle der Diakonie an.

Karte 4: Mikroörtliche Lage des REWE-Planstandortes in Niederaula (Skizzierung)



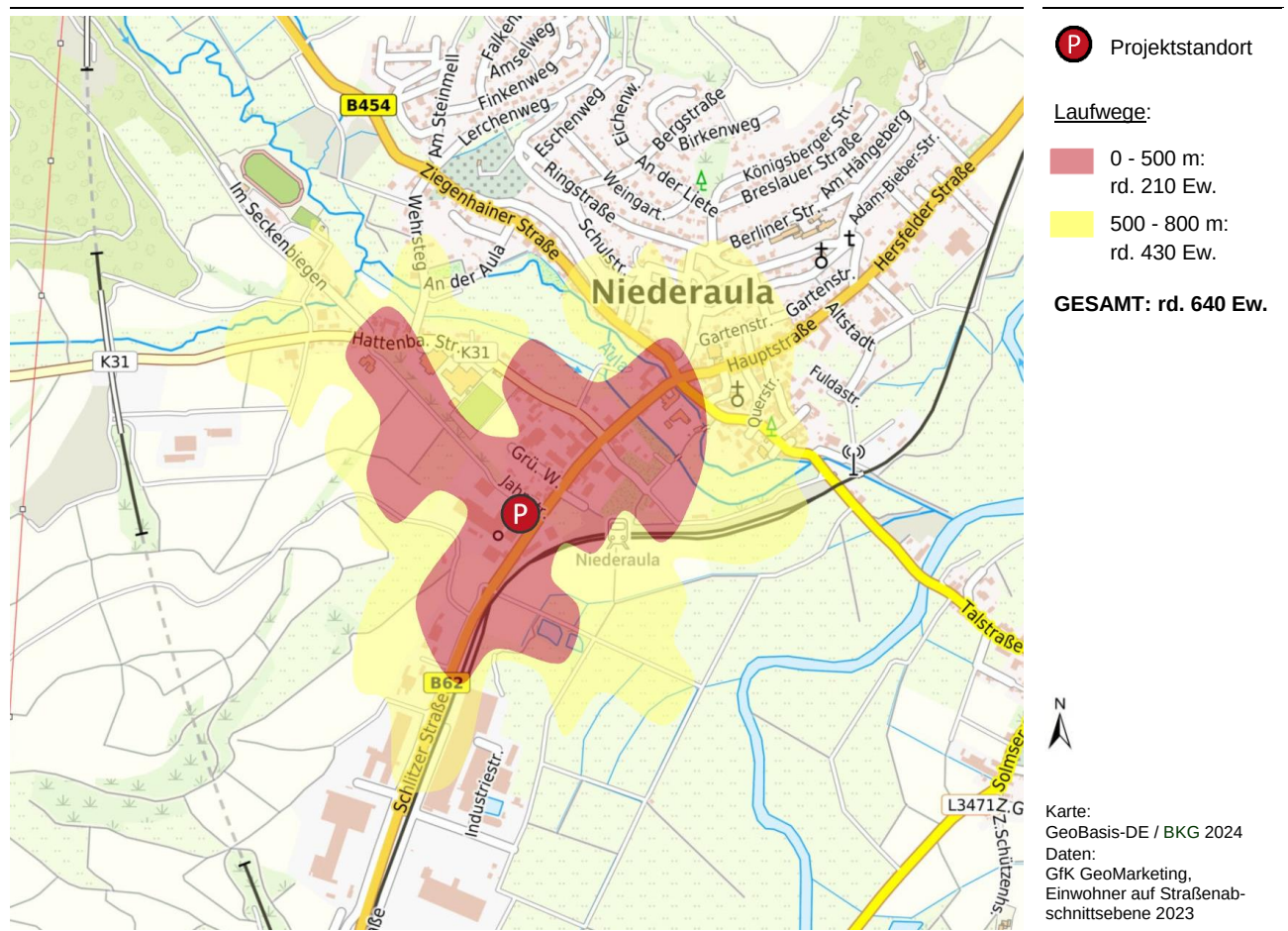
Der Projektstandort ist auf Grund der Lage an der Schlitzer Straße – als Bundesstraße (B62) ausgewiesen – durch eine gute **verkehrliche Erreichbarkeit** geprägt. Die Anfahrt des Marktstandortes ist sowohl aus dem gesamten Siedlungsgebiet von Niederaula als auch aus den dezentralen Ortsteilen¹⁵ zügig möglich. Die Zu- und Abfahrt zu den Parkplätzen des avisierten Marktstandortes erfolgt direkt von der Schlitzer Straße über eine vorhandene Zuwegung; die geplante Parkplatzanlage weist mit 111 Stellplätzen eine großzügige Dimensionierung auf.

Der REWE-Planstandort besitzt keinen direkten **ÖPNV-Anschluss**. Der nächstliegende Bushaltepunkt ist am Rathaus eingerichtet, etwa 400 Meter von dem geplanten REWE-Standort entfernt. Die Haltestelle („Niederaula, Rathaus“) wird von allen lokal verkehrenden Regionalbuslinien angefahren.

Die **fußläufige Erreichbarkeit** des neuen REWE-Standortes erfolgt über einen straßenbegleitenden Fußweg entlang der Schlitzer Straße, der als kombinierter Fuß-/ Fahrradweg ausgebaut wurde. Folglich ist eine zügige Erreichbarkeit des Standortes aus der Ortsmitte auch für nicht-motorisierte Verbraucher möglich.

Der geplante Marktstandort kann in seinem **fußläufigen Nahbereich**¹⁶ auf das Bevölkerungspotenzial des südlichen und auch des zentralen Ortsgebietes zurückgreifen. Die Ortsmitte ist durch eine verdichtete und mehrgeschossige Wohnbebauung geprägt, im Umfeld des REWE-Vorhabenstandortes zeigt sich eine gemischte Nutzungsstruktur mit Wohnen, Gewerbe und Dienstleistungsbetrieben.

Karte 5: Fußläufiger Nahbereich des REWE-Planstandortes



15 Die Erreichbarkeit aus den dezentralen Ortsteilen von Niederaula spielt eine wichtige Rolle, da in diesen Gemeindeteilen – hier wohnen rd. 54 % der Gesamtbevölkerung von Niederaula – keine Lebensmittelanbieter ansässig sind und die Nachfrage i.d.R. im Kernort getätigt wird.

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

Im engeren fußläufigen Nahbereich (Laufwege bis 500 m) des REWE-Planstandortes leben etwa 200 Einwohner, im gesamten Nahbereich (Laufwege bis 800 m) wohnen rd. 600 Personen. Die Einwohner in dem Nahbereich entsprechen ca. 26 % der Bewohner¹⁷ von Niederaula. Somit kann der Lebensmittelmarkt – trotz seiner städtebaulichen Randlage – für einen nicht unwesentlichen Teil der örtlichen Bevölkerung eine qualifizierte Nahversorgung anbieten.

In Bezug auf seine **Einzelhandelsfunktion** kann der REWE-Markt eine Nahversorgung für Niederaula sicherstellen und besitzt – wie bereits bisher – eine Grundversorgungsfunktion. Dieser Fakt leitet sich u.a. aus der Einstufung des Sortimentes ab, da REWE Warengruppen mit einer hohen und wiederkehrenden Nachfragehäufigkeit führt; das Kernsortiment des Supermarktes setzt sich größtenteils aus dem kurzfristigen bzw. periodischen Bedarf (Food und Non-Food I, d.h. Lebensmittel, Drogeriewaren, Tiernahrung – sog. nahversorgungsrelevante Sortimente) zusammen und belegt den Großteil der Verkaufsfläche. Demzufolge unterliegt das Sortiment einer häufigen bzw. permanenten Nachfrage („täglicher Bedarf“), so dass das Angebot des REWE-Marktes der Grundversorgung¹⁸ der Bevölkerung dient.

Neben der Fristigkeit des Sortiments ist die räumliche Dimension zu beachten. Die Nahversorgungsfunktion des REWE-Marktes erstreckt sich auf das südliche und auch zentrale Ortsgebiet. Der REWE-Standort verfügt in seinem Nahbereich mit rd. 600 Einwohnern (vgl. Karte 5) über ein verhältnismäßig hohes Konsumentenpotenzial und kann für die umliegend wohnenden Verbraucher eine fußläufige und qualifizierte Nahversorgung anbieten. Demzufolge ist dem REWE-Markt – trotz seiner Lage außerhalb des unmittelbaren Ortskerns – eine verbrauchernahe Grundversorgungsfunktion zuzusprechen.¹⁹

17 Im Kernort Niederaula wohnen rd. 2.500 Personen (vgl. Seite 7).

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

19 In diesem Zusammenhang ist auch auf ein Urteil des Verwaltungsgerichts Sigmariningen vom 18.05.2017 zu verweisen, in welchem die verbrauchernahe Versorgungsfunktion von Märkten in Kommunen im ländlichen Raum beleuchtet wurde. Die Tatsache, dass sich ein Lebensmittelmarkt in einer Ortsrandlage befindet, ändere nichts an seiner Nahversorgungsfunktion, denn:

„Es ist kleinen Ortschaften eigentümlich, dass die Ansiedlung eines modernen Einzelhandelsbetriebes mit den erforderlichen Flächen (auch nicht großflächigen) in der Ortsmitte häufig rein faktisch nicht gelingen kann.“

Weiterhin führt das VG Sigmariningen zur Nahversorgung in ländlich geprägten Gemeinden aus:

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

5. Markt-/ Wettbewerbsanalyse

5.1. Einzugsgebiet

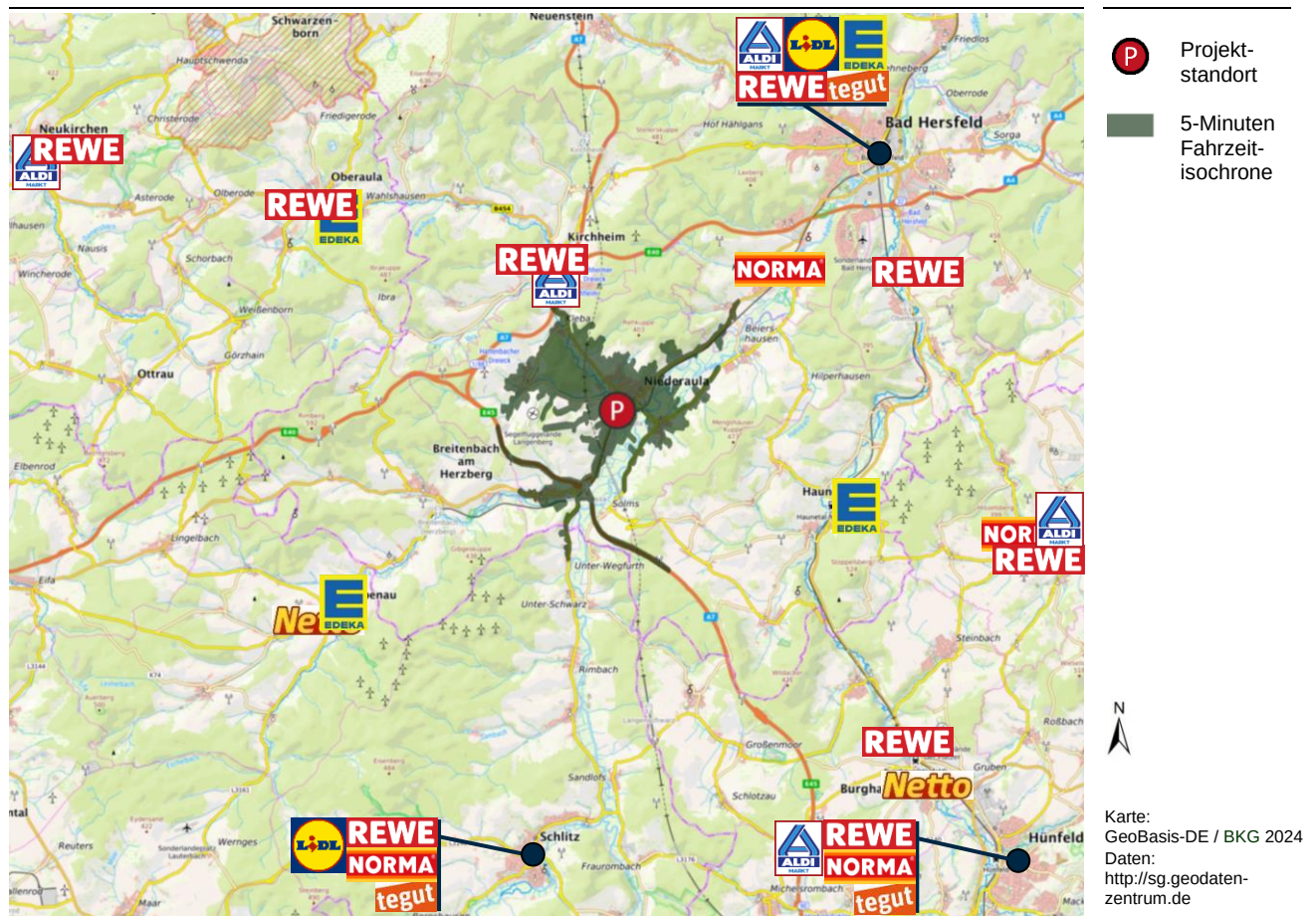
Als Einzugsgebiet wird ein räumlich abgegrenzter Bereich definiert, aus dem Konsumenten regelmäßig Versorgungsangebote eines Handelsbetriebs in Anspruch nehmen. In diesem Bereich ist jedoch von keiner ausschließlichen Einkaufsorientierung nur zu einem Handelsunternehmen auszugehen, da sich Verbraucher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

Zur **Abgrenzung des Einzugsgebiets** des REWE-Marktes sind folgende Kriterien eingeflossen:

- die Fristigkeit der Nachfrage nach Lebensmitteln und der hierfür in Kauf genommene Zeitaufwand,²⁰
- die Zeit- und Wegedistanzen zum Erreichen des REWE-Standortes und die Verkehrsanbindung,
- die Standortqualität des Projektstandortes und die Strahlkraft des REWE-Marktes,
- bereits bestehende Kundenverflechtungen des REWE-Marktes und
- das konkurrierende Angebot an Lebensmittelmärkten im regionalen Umfeld von Niederaula.

Von besonderer Bedeutung für die Abgrenzung des Einzugsgebiets ist neben der Erreichbarkeit vor allem die Angebotslage im Lebensmittelhandel im Umland von Niederaula. Die aufgezeigten Anbieter stellen dabei einen begrenzenden Faktor für das Einzugsgebiet des prüfungsrelevanten REWE-Marktes dar.

Karte 6: Wettbewerbsstandorte im Umland von Niederaula und 5-Minuten-Fahrzeitzone



²⁰ Verbraucher akzeptieren zum Lebensmitteleinkauf i.d.R. eine Entfernung zwischen Wohnung und Einkaufsort von rd. 5 -10 Auto-Minuten.

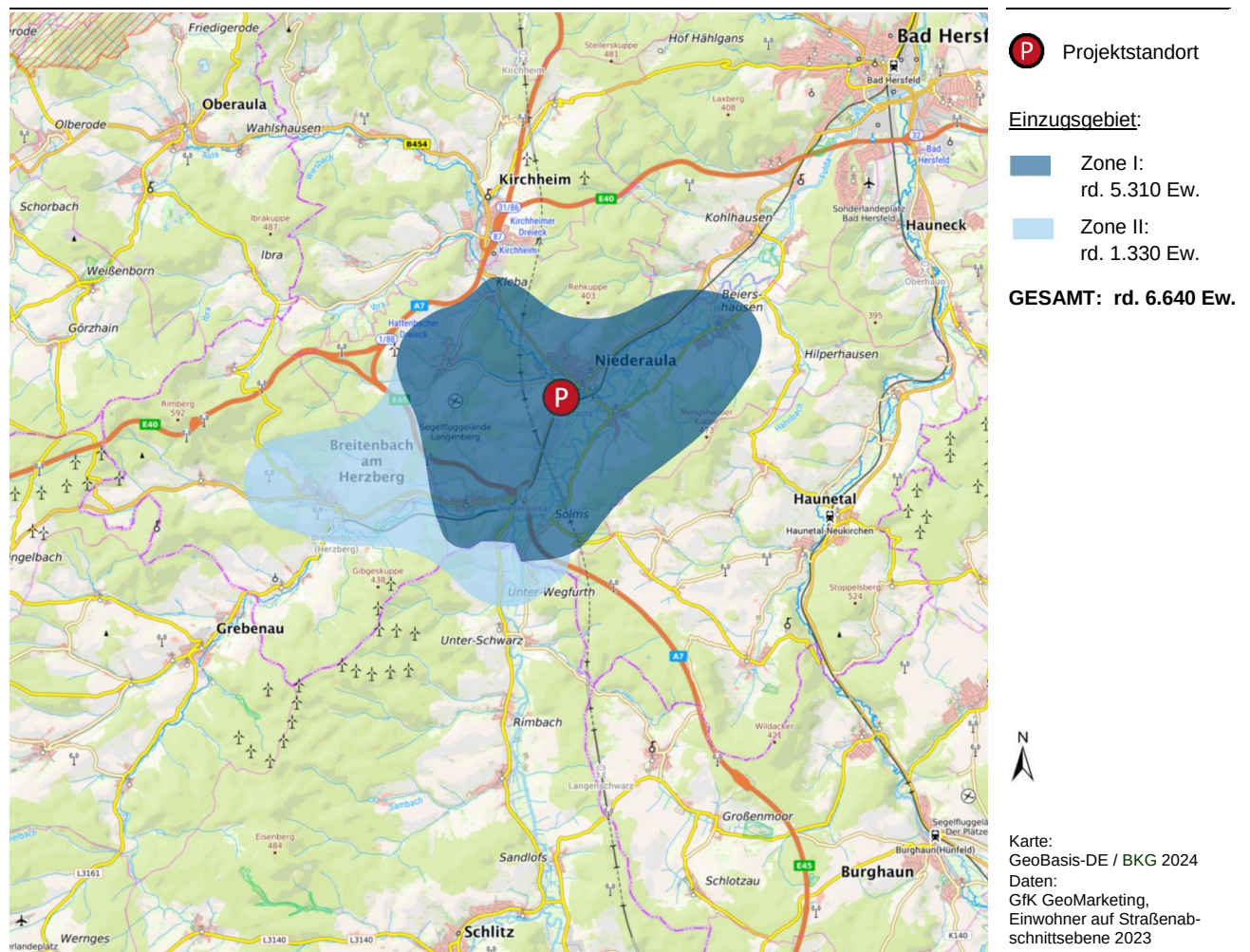
Als **Konkurrenzorte** – die das Einzugsgebiet des Niederaulaer REWE-Marktes auch bereits heute limitieren – sind umliegende Kommunen einzustufen, die hinsichtlich Struktur und Angebot eine adäquate Ausstattung an Lebensmittelmärkten besitzen. Von besonderer Bedeutung sind Orte mit einem angebotsaffinen Supermarkt oder einem Discounter.

Die wesentlichen Konkurrenzorte für den Niederaulaer Lebensmittelhandel sind Bad Hersfeld, Alsfeld sowie Schlitz und Hünfeld mit einem jeweils umfänglichen Lebensmittelangebot, darunter auch mit angebotsgleichen REWE-Märkten. Darüber hinaus sind in umliegenden Gemeinden wie Kirchheim oder Grebenau ebenfalls leistungsfähige Lebensmittelmärkte aktiv.

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

Unter besonderer Berücksichtigung der Zeit-/ Wegedistanzen zum Erreichen des REWE-Planstandortes, aber auch der bewegten Topographie im Umland von Niederaula und bestehender Zäsuren sowie der skizzierten regionalen Angebotssituation wird in Folge das **Einzugsgebiet** des REWE-Marktes nach den zu erwartenden Intensitätsabstufungen hinsichtlich der Kundenbindung zonierte.

Karte 7: Zonierung des Einzugsgebiets des verlagerten REWE-Marktes



Das Kerneinzugsgebiet (Zone I) des zu prüfenden REWE-Marktes bezieht sich auf die Gemeinde Niederaula mit rd. 5.300 Personen. Das erweiterte Einzugsgebiet (Zone II) umfasst die Ortsteile Breitenbach und Oberjossa (zugehörig zur Gemeinde Breitenbach am Herzberg) sowie Untere Wegfurth (zu Schlitz). Aus diesen Orten – hier existiert kein größerer Lebensmittelanbieter – ist der REWE-Markt zügig anfahrbar und stellt bereits auch schon heute die Lebensmittelversorgung mit sicher. In dem Einzugsgebiet der Zone II wohnen rd. 1.300 Personen, dementsprechend kann der REWE-Markt in Summe auf ein Konsumentenpotenzial von etwa 6.600 Personen zurückgreifen.

Grundlegend sind Einzugsgebiete nicht als statische Gebilde anzusehen, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil stammt. Mögliche diffuse Zuflüsse von außerhalb liegen in der Natur der Sache; der aufgezeigte Marktbereich der REWE-Filiale endet deshalb nicht punktgenau an der dargestellten Grenze. Für den Lebensmittelmarkt ist mit weiteren Erlösen zu rechnen, die aus sog. **Streuumsätzen** (diffuse Umsätze ohne direkten Ortsbezug, vor allem durch das große Gewerbe-/ Industriegebiet südlich von Niederaula in Richtung Autobahn A7) resultieren.

Diese Erlöse ergeben sich von Zufallskunden oder von aperiodisch einkaufenden Verbrauchern. Die umliegenden Gebiete außerhalb des abgegrenzten Einzugsbereichs sind jedoch nicht zum festen Marktgebiet des REWE-Marktes zu zählen, da die Verflechtungsintensität signifikant nachlässt und bereits mit verstärkten Einflüssen von konkurrierenden Lebensmittelmärkten im Umfeld von Niederaula (vgl. Karte 6) zu rechnen ist.

5.2. Marktpotenzial

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

Der Durchschnittswert der Verbrauchsausgaben wird mit der **sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffer** an die Verhältnisse im Einzugsgebiet angepasst. Die sortimentsspezifische Kaufkraft spiegelt die Nachfrage der privaten Haushalte für spezielle Sortimente im Einzelhandel wider. Sie weicht von der einzelhandels-relevanten Kaufkraft ab, die zusammenfassend die Ausgaben über alle Sortimente im Einzelhandel darstellt (vgl. Abb. 3). Durch die sortimentsspezifische Kaufkraft werden die unterschiedlichen Elastizitäten innerhalb der einzelnen Handelsbranchen – im vorliegenden Fall für die Lebensmittelbranche – abgebildet.²¹

Die beiden vorstehenden Determinanten werden mit dem **Einwohnerpotenzial** in dem abgegrenzten Einzugsgebiet des REWE-Marktes multipliziert, so dass sich das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen nach Lebensmitteln in dem zonierte Marktgebiet errechnet.

Tabelle 5: Marktpotenzial der projektrelevanten Branche Lebensmittel im Einzugsgebiet

	Einwohner	Verbrauchs- ausgaben p.a.	sortimentsspez. Kaufkraftindex ²²	Marktpotenzial
	abs.	EUR p.P.	%	Mio. EUR p.a.
Zone I	5.310	2.748	92,5	13,50
Zone II	1.330	2.748	90,8	3,32
Summe	6.640			16,82

Quelle: Institut für Handelsforschung Köln, Marktvolumina 2023

MB-Research Nürnberg, Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern 2023 für die Branche Nahrungs- und Genussmittel für Niederaula sowie Breitenbach am Herzberg und Schlitz

Basierend auf dem Konsumentenpotenzial, den jährlichen Verbrauchsausgaben und unter Berücksichtigung des sortimentsspezifischen Kaufkraftniveaus errechnet sich in dem Marktbereich des REWE-Marktes eine jährliche **Nachfrageplattform nach Lebensmitteln** in Höhe von rd. 16,8 Mio. EUR.

21 Hinsichtlich der unterschiedlichen demographischen und einkommensseitigen Bestimmungswerte weichen die sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffern innerhalb der einzelnen Branchen ab und stimmen auch mit der durchschnittlichen Kaufkraft einer Kommune oder einer Region nicht überein. Im vorliegenden Fall liegt die sortimentsspezifische Kaufkraft nach Lebensmitteln z.B. in Niederaula mit 92,5 % über der allgemeinen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von 92,0 % (vgl. Abb. 3).

22 Die sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffer der Zone II des Einzugsgebietes wurde aus den mit der Einwohnerzahl gewichteten Kaufkraftwerten der einzelnen Orte gebildet.

5.3. Angebot

In **Niederaula** sind aktuell zwölf Lebensmittelanbieter auf einer Verkaufsfläche von rd. 3.600 m² aktiv. Im Verhältnis zur örtlichen Bevölkerungszahl (rd. 5.310 Ew.) errechnet sich eine einwohnerbezogene Flächen-dichte von 0,68 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner, die im bundesweiten Vergleich als hoch, für örtliche Verhältnisse als üblich einzustufen ist.²³

Die flächenseitige Betriebstypenstruktur (vgl. Anlage 1) wird in Niederaula durch die Betriebsform *Supermarkt* geprägt, da REWE auf einer Verkaufsfläche von knapp 1.200 m² präsent ist. Der Markt offeriert ein kundenattraktives und qualitativ höherwertiges Lebensmittelvollsortiment; REWE stellt mit Blick auf seinen Vollsortimentsanspruch²⁴ einen wichtigen qualitativen Baustein der örtlichen Grundversorgung dar.

Mit dem Lidl-Markt ist in Niederaula ein *Discounter* ansässig. Der Discountmarkt deckt auf knapp über 1.000 m² ein preisorientiertes Warenssegment ab, die standardisierte Angebotspalette ist im Wesentlichen auf Lebensmittelteilsortimente bzw. sogenannte Schnelldreher begrenzt.

In Niederaula sind zwei *Getränkemärkte* (REWE, Logo) aktiv, die das Angebot in den Warengruppen alkoholische und nicht-alkoholische Getränke auf einer Verkaufsfläche von insgesamt etwa 1.000 m² kompetent abdecken.

Abbildung 6: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Niederaula



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Neben den genannten Unternehmen sind in Niederaula sechs *Nahrungsmittelhandwerker* (Bäcker, Fleischer) vorzufinden, welche die Lebensmittelversorgung im Frischebereich komplettieren. Insgesamt präsentieren sich die Ladenhandwerker attraktiv und marktgerecht und belegen eine summierte Verkaufsfläche von knapp über 300 m². Ergänzend zu den vorstehend benannten Unternehmen sind zwei *Tankstellenshops* ansässig, die ausgewählte Warengruppen des Lebensmittelsortiments anbieten.

Abbildung 7: Sonstige Lebensmittelanbieter in Niederaula (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

²³ Die bundesdurchschnittliche einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt bei ca. 0,43 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt laut Ausstattungskennziffern der BBE Handelsberatung in vergleichbaren Gemeinden bei ca. 0,55 bis 0,70 m² Verkaufsfläche je Einwohner. Die angegebenen Werte dienen lediglich als Orientierungsgröße, nicht als Zielwerte.

²⁴ Ein Vollsortimentsmarkt deckt nahezu alle Warengruppen innerhalb des Lebensmittelsortiments ab, er ermöglicht eine fast lückenlose Versorgung. Als Ergänzungssortimente werden auch Drogeriewaren und Tiernahrung geführt.

Im **überörtlichen Einzugsgebiet** ist in der Gemeinde Breitenbach am Herzberg (nur die Ortsteile im Einzugsgebiet) ein Angebot von zwei Ladenhandwerkern und einem Hofladen vorhanden. Die genannten Betriebe können nur eine eingeschränkte Versorgung im Frischesegment übernehmen, weitere Angebote sind seit der Schließung von zwei SB-Geschäften²⁵ in Breitenbach nicht mehr vorzufinden.

In der Tabelle 6 wird das Lebensmittelangebot in dem untersuchten Einzugsgebiet – differenziert nach Betrieben, Verkaufsflächen und generiertem Umsatz²⁶ – nach **Versorgungslagen** synoptisch dargestellt. Hierbei wird nach dem Angebot in der Ortsmitte (diese stellt keinen zentralen Versorgungsbereich dar) und den sonstigen Lagen in Niederaula sowie Betrieben im überörtlichen Einzugsgebiet unterschieden.

Tabelle 6: Angebotsnetz des Lebensmitteleinzelhandels im Einzugsgebiet

	Betriebe	Verkaufsfläche	Umsatz	Raumleistung
	abs.	m ²	Mio. EUR	EUR/m ²
Niederaula - Ortsmitte	2	60	0,38	6.330
Niederaula - Streulagen	10	3.570	15,84	4.440
Überörtliches Einzugsgebiet	3	80	0,54	6.750
Gesamt	15	3.710	16,76	4.520

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen

Die Raumleistung innerhalb der einzelnen Handelslagen zeigt sich eine übliche lagebedingte Differenz, wobei z.B. Kleinbetriebsformen oder auch Discounter im Vergleich zu anderen Betriebstypen grundsätzlich eine höhere Flächenleistung generieren.

Die **Umsatz-Kaufkraft-Relation** (Kaufkraftbindungsquote) drückt das Verhältnis zwischen den erzielten Umsätzen mit Lebensmitteln²⁷ und dem vorhandenen Nachfragevolumen (vgl. Tab. 5) aus. Durch die Gegenüberstellung können Aussagen abgeleitet werden, ob per Saldo Kaufkraftzuflüsse (>100 %) oder Kaufkraftabflüsse (<100 %) im Lebensmittelhandel aus dem Einzugsgebiet existieren.

Tabelle 7: Zentralität des Sortiments Lebensmittel in dem untersuchten Einzugsgebiet

	Marktpotenzial	Lebensmittelumsätze	Zentralität	Kaufkraftzu-/abfluss
	Mio. EUR	Mio. EUR	%	Mio. EUR
Einzugsgebiet	16,82	15,11	90	-1,71

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Auf Basis des sortimentspezifischen Nachfragevolumens und der betriebs- bzw. ortstypischen Einzelhandelsumsätze mit Lebensmitteln – ohne Non-Food – errechnet sich für den Lebensmittelhandel in dem Einzugsgebiet eine Zentralität von 90 %. Demnach können die Lebensmittelanbieter den Großteil der lokalen Kaufkraft binden, es zeigt sich jedoch ein **Kaufkraftabfluss von ca. 1,7 Mio. EUR** an andere Angebotsstandorte außerhalb des Einzugsgebiets.

²⁵ Vormalig waren in der Hauptstraße in Breitenbach mit einem nahkauf- und einem Gutkauf-Markt zwei größere SB-Geschäfte ansässig.

²⁶ Die Bewertung des Umsatzes (Brutto-Jahresumsatz) jedes einzelnen Lebensmittelanbieters erfolgt auf Grundlage der ortstypischen Raumleistung, die mit der Verkaufsfläche des jeweiligen Betriebes multipliziert wird. Die Kennwerte der Raumleistung werden aus den Erfahrungen der einzelnen spezialisierten BBE-Branchenberater abgeleitet. Ferner werden diese Raumleistungen auch mit der aktuellen Handelsliteratur oder mit Veröffentlichungen von Großbetriebsformen abgeglichen.

Durch die Vor-Ort-Begehung jedes einzelnen Geschäftes werden in der Umsatzbewertung ebenfalls qualitative Aspekte, die Wettbewerbsfähigkeit der einzelnen Anbieter oder mikroräumliche bzw. lageseitige Standortbedingungen berücksichtigt.

²⁷ Hier wird nur der Umsatz mit Lebensmitteln betrachtet, d.h. die Erlöse mit Non-Food-Waren werden herausgerechnet. Aus diesem Grund stimmen die Gesamterlöse der Betriebe des Lebensmittelhandels (vgl. Tab. 6) mit deren ausschließlichen Lebensmittelumsätzen (vgl. Tab. 7) nicht überein.

6. Städtebauliche Bewertung des REWE-Vorhabens

6.1. Rechtliche Beurteilungsgrundlagen

Für das Areal des angefragten REWE-Marktes soll ein **Bebauungsplan** aufgestellt werden, um so die planungsrechtlichen Voraussetzungen für die Ansiedlung dieses großflächigen Lebensmittelmarktes zu schaffen. Im Rahmen des Bebauungsplanverfahrens ist zu untersuchen, ob von dem Projektvorhaben nicht nur unwesentliche Auswirkungen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung ausgehen. Insbesondere ist zu prüfen, welche Auswirkungen

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

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

Ein fest definierter Schwellenwert für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss, ab dessen Höhe mit schädlichen Auswirkungen zu rechnen wäre, ist gesetzlich nicht vorgegeben.²⁸ In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis hat sich – abgeleitet aus der Zulässigkeit von Vorhaben nach § 34 Abs. 3 BauGB – als **quantitative Orientierungsgröße** etabliert, dass bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust i.d.R. ab 10 %, bei anderen Sortimenten ab 20 % zu Geschäftsaufgaben führen kann und als abwägungsrelevant angesehen wird.²⁹

Tabelle 8: Orientierungswerte der Umsatzzumverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben

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

Quelle: eigene Darstellung nach: Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Langzeitstudie im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg (1998)³⁰

28 Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil zu dieser Thematik aus: „Auch in der obergerichtlichen Rechtsprechung wird die Frage, ob und gegebenenfalls bei welchen Prozentsätzen ein prognostizierter Kaufkraftabzug den Schluss auf negative städtebauliche Folgen für die davon betroffene Gemeinde zulässt, mit unterschiedlichen Ergebnissen diskutiert. Der Bandbreite der angenommenen Werte, die von mindestens 10 % bis hin zu etwa 30 % reicht, ist allerdings die Tendenz zu entnehmen, dass erst Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig angesehen werden.“
vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10A 1676/08] vom 30.09.2009.

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

30 Eine DSSW-Studie aus dem Jahr 2017 hat bestätigt, dass sich für die Bewertung des Beeinträchtigungsverbotes grundsätzlich die Orientierung an den Schwellenwerten der Umverteilungsquoten bewährt hat.
vgl. DSSW-Studie, Langzeitwirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe (Kurzfassung), 2017.

Unter Berücksichtigung des Gebots der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche i.S.d. § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB kommt es jedoch nicht auf die in vorstehender Tabelle 8 benannten Schädlichkeitswerte an, sondern dass unter Beachtung des „Entwicklungsaspekts“ eine Umsatsumverlagerung auch unterhalb der zitierten Schädlichkeitsschwelle von 10 % abwägungsrelevant ist. Der benannte Richtwert ist daher schematisch und beachtet nicht die Situation im Einzelfall. Die städtebauliche Verträglichkeit ist auch aus den **individuellen lokalen Gegebenheiten** betroffener Bereiche und deren Stabilität abzuleiten. Daher müssen weitere Aspekte (u.a. Sortimentsausrichtung betroffener Betriebe, qualitative Aspekte, städtebauliche Gegebenheiten, Einzelhandelsstruktur, etwaige Vorschädigungen von Versorgungsbereichen) in die Bewertung mit einbezogen werden.

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

Mögliche Umsatsumlenkungen, die keine negativen Folgen haben, sind bezüglich der Beurteilung der **baurechtlichen Genehmigungsfähigkeit** hinzunehmen, da Genehmigungsverfahren kein Instrument zur Wettbewerbssteuerung darstellen sollen. Potenzielle Auswirkungen dürfen nicht unter dem Aspekt des Wettbewerbsschutzes gesehen werden, zumal das Bauplanungsrecht nicht die Wahrung von Wettbewerbsinteressen im Blick hat, sondern sich in dieser Hinsicht neutral verhält. Selbst ein größerer Umsatzverlust in einzelnen Branchen gilt als unschädlich, solange der gesamte zentrale Versorgungsbereich nicht in eine kritische Lage versetzt wird.

Derartige Versorgungsbereiche sind i.d.R. in städtebaulichen Konzepten definiert und sind nachvollziehbar³² an den eindeutigen Verhältnissen vor Ort zu identifizieren. Diese Bereiche können neben der besonders zu schützenden Innenstadt auch Stadtteil-, Quartiers- und Ortsteilzentren umfassen. Im vorliegenden Fall besitzt **Niederaula** kein Einzelhandelskonzept, so dass in Ermangelung eines städtebaulichen Entwicklungskonzepts keine zentralen Versorgungsbereiche ausgewiesen sind. Solche Versorgungsbereiche konnten auch nach einer Ortsbegehung (vgl. Pkt. 3.2) nicht identifiziert werden, so dass Auswirkungen auf solche schutzwürdigen Bereiche auf Grund des Nichtvorhandenseins auszuschließen sind.

Nach einer Ortsbegehung der einzelnen **Gemeinden im überörtlichen Einzugsgebiet** ist hier kein zentraler Versorgungsbereich erkennbar. In den Ortsteilen Breitenbach und Oberjossa (zu Breitenbach am Herzberg) sowie Untere Wegfurth (zu Schlitz) ist nur ein rudimentäres Handelsangebot ohne städtebauliches Gewicht vorzufinden; eine zusammenhängende Geschäftslage ist in den Ortskernen dieser Gemeinden nicht ausgebildet. Im Ergebnis sind daher Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche auf Grund des Fehlens solcher schützenswerten Bereiche auch in den Orten im überörtlichen Einzugsgebiet bereits an dieser Stelle auszuschließen, so dass die Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung zu thematisieren sind.

31. Das OVG Nordrhein-Westfalen führt in einem Urteil zu dieser Thematik aus: „Ein bestimmter Schwellenwert für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss ist gesetzlich nicht vorgegeben. Prozentual ermittelte – und prognostisch nur bedingt verlässlich greifbare – Umsatsumverteilungssätze lassen nicht lediglich einen einzigen logischen Schluss zu. In der Tendenz kann – faustformelartig – davon ausgegangen werden, dass erst Umsatzverluste ab einer Größenordnung von mehr als 10 % als gewichtig anzusehen sind. Allerdings bietet das 10 %-Kriterium nicht mehr als einen Anhalt. Es muss im Zusammenhang mit den sonstigen Einzelfallumständen gewertet werden.“ vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [2 D 63/11.NE] vom 09.11.2012.

32. vgl. Beschluss BVerwG [4 B 5.09] vom 12.02.2009.

6.2. Umsatzprognose

Für die Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen eines Handelsbetriebs ist der Umsatz relevant, da dieser in Form von Umsatzumlenkungen wettbewerbswirksam wird. Nachfolgend wird für den zu verlagernden Lebensmittelmarkt an dem neuen Planstandort eine Umsatzherkunftsprognose auf Basis des potenziell erzielbaren Marktanteils im Einzugsgebiet (= **Marktanteilskonzept**³³) erstellt. Auf Grundlage

- der Lagequalität des Projektstandortes,
- der Größe, des Betriebstyps und der spezifischen Leistungsfähigkeit des Betreibers,
- der lokalen Nachfrageplattform und
- der Wettbewerbsintensität in dem Einzugsgebiet

ist für den angefragten Lebensmittelmarkt mit einem jährlichen Zielumsatz zwischen 7,6 und 8,0 Mio. EUR zu kalkulieren. Die folgende Tabelle stellt die **Umsatzprognose** (vgl. Karte 7 i.V.m. Tab. 5) des REWE-Marktes in seinem Einzugsgebiet dar, wobei für die weiteren Berechnungen im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung mit dem maximal zu erwartenden Umsatz des Betriebes gerechnet wird.

Tabelle 9: Marktanteilsprognose der prüfungsrelevanten REWE-Filiale

Sortiment	Einzugsgebiet	Marktpotenzial Mio. EUR	Ø Marktanteil ³⁴		Umsatz	
			min. / max.		min.	max.
			%		Mio. EUR p.a.	Mio. EUR p.a.
Food	Zone I	13,50	~40 / ~42		5,40	5,67
	Zone II	3,32	~33 / ~35		1,09	1,16
	<i>Zwischensumme</i>	<i>16,82</i>	<i>~39 / ~41</i>		<i>6,49</i>	<i>6,83</i>
Non-Food					0,72	0,76
	<i>Zwischensumme</i>				<i>7,21</i>	<i>7,59</i>
Streuumsätze					0,39	0,39
Gesamt					7,60	7,98

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnung

Im Kerneinzugsgebiet des Supermarktes (Zone I) ist von einem maximalen Marktanteil von rd. 42 % des Nachfragevolumens für Lebensmittel auszugehen; der hier generierte Lebensmittelumsatz wird bei etwa 5,7 Mio. EUR liegen. Eine höhere Marktdurchdringung ist nicht möglich, da sich Konsumenten nicht ausschließlich in einem Supermarkt bzw. in der REWE-Filiale versorgen, sondern auch andere Betriebe zur Deckung ihrer Nachfrage aufsuchen. Eine Erhöhung des REWE-Marktanteils ist objektiv nicht möglich.³⁵

33 „Bei der Marktanteilmethode werden für ein Planvorhaben Marktanteile geschätzt, die es in einzelnen Zonen seines Einzugsgebietes voraussichtlich erzielen kann, d.h. Anteile, die das Vorhaben voraussichtlich an der in diesen Zonen vorhandenen Kaufkraft an sich ziehen kann (auch als Kaufkraftbindungsquoten bezeichnet), woraus sich sein Umsatz ableiten lässt.“

vgl. Qualitätskriterien für Einzelhandelsgutachten der Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. (gif), Juli 2020, Seite 143.

„Für jede Zone wird abgeschätzt, welche Kaufkraftabschöpfung realistisch erscheint. Der sich so ergebende Umsatz für das Objekt wird mit Benchmarks zur Flächenproduktivität verglichen, wobei dies der Kontrolle und Plausibilisierung dient.“

vgl. Qualitätskriterien für Einzelhandelsgutachten der Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. (gif), Juli 2020, Seite 145.

34 Die Marktanteile wurden jeweils separat für die einzelnen Ortsteile im Einzugsgebiet der Zone II prognostiziert. Der in der Tabelle 9 ausgewiesene Marktanteil stellt somit einen aggregierten Wert dar.

35 Der Marktanteil des REWE-Marktes orientiert sich an dem durchschnittlichen Umsatzanteil von Super- und Verbrauchermärkten in Deutschland, die eine Marktdurchdringung von rd. 42 % erreichen. Lebensmitteldiscounter erzielen einen Marktanteil von rd. 46 %, SB-Warenhäuser von rd. 9 % und sonstige Lebensmittelanbieter von rd. 3 %.

Quelle: HDE Zahlenspiegel 2024; Umsatz, Anzahl und Verkaufsfläche der Lebensmittelgeschäfte in Deutschland 2023.

Im Einzugsgebiet der Zone II ist von einer nachlassenden Marktdurchdringung auszugehen, da die Konsumenten aus diesem Bereich auch zu anderen Versorgungsstandorten im regionalen Umfeld von Niederaula tendieren (vgl. Karte 6). In dem skizzierten Marktbereich ist mit einem durchschnittlichen Marktanteil von maximal rd. 35 % zu rechnen, dies entspricht einem zu erwartenden Jahresumsatz mit Lebensmitteln von rd. 1,2 Mio. EUR.

Neben den Umsätzen aus dem Kernsortiment Lebensmittel in Höhe von rd. 6,8 Mio. EUR werden von dem Supermarkt weitere Erlöse mit den Randsortimenten des Non-Food I und II (vgl. Anlage 2) generiert; die jährlichen Erträge werden bei knapp 0,8 Mio. EUR liegen.

Die Non-Food-Randsortimente nehmen bei vergleichbaren REWE-Märkten durchschnittlich ca. 10 % der Verkaufsfläche ein. Der Non-Food-Bereich setzt sich neben festen Non-Food I-Artikeln (Drogeriewaren, Tiernahrung, ca. 6 %) zu einem weiteren Teil aus Angeboten verschiedenster Sortimente des Non-Food II (ca. 4 %) zusammen, wobei der Flächenanteil der Non-Food I-Abteilung überwiegt. Damit belegen

- die *nahversorgungsrelevanten Sortimente* (Food und Non-Food I, d.h. Lebensmittel, Drogeriewaren, Tiernahrung) rd. 96 % der Verkaufsfläche und
- die *nicht-nahversorgungsrelevanten Sortimente* (Non-Food II) rd. 4 % der Verkaufsfläche.

Bei den Non-Food II-Sortimenten handelt es sich bei REWE um unterschiedliche und flächenseitig unwe-sentlich ausgeprägte Warengruppen, so dass auf Grund der geringen Größe der jeweiligen sortimentsbezo-genen Verkaufsfläche die konkrete Zuordnung der Flächen und der Umsätze auf einzelne Sortimente nicht sinnvoll ist.

Die Artikel des Non-Food II stellen zudem nur eine Ergänzung des Hauptsortiments Lebensmittel dar, da die-ses Segment innerhalb eines REWE-Marktes flächen- und umsatzmäßig wesentlich dem Kernsortiment un-tergeordnet ist. Grundsätzlich verzichten Supermarktanbieter auf wöchentlich wechselnde Aktionsartikel aus dem Non-Food II-Bereich, wie dies beispielsweise bei Discountern (z.B. Aldi, Lidl) üblich ist.

Zuzüglich zu den vorstehenden Umsätzen ist mit Erlösen von knapp 0,4 Mio. EUR (rd. 5 % des Gesamtum-satzes) aus diffusen Zuflüssen zu rechnen. Diese Streuumsätze³⁶ resultieren von Kunden außerhalb des Ein-zugsgebiets und sind auf Zufallskunden, aperiodisch einkaufende Verbraucher (z.B. bei Werbeaktionen) bzw. auch auf die verkehrsgünstige Lage des REWE-Standortes zurückzuführen.

Auf Basis der Umsatzprognose und der angestrebten Verkaufsfläche wird die **Raumleistung** berechnet und Vergleichswerten gegenübergestellt. Somit kann eine Plausibilitätsprüfung erfolgen, inwieweit die Umsatz-prognose für den zu prüfenden Supermarkt belastbar ist und realitätsnahe Planzahlen vorliegen.

Tabelle 10: Prospektive Raumleistung des REWE-Marktes

Branche	Betriebstyp	Umsatzprognose	Verkaufsfläche	Raumleistung
		Mio. EUR	m ²	EUR/m ²
Lebensmittel	Supermarkt	7,98	1.914	4.170

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die ausgewiesene Raumleistung des REWE-Marktes von knapp 4.200 EUR/m² bewegt sich im unteren Be-reich bundesdurchschnittlicher Vergleichswerte, da Supermärkte i.d.R. eine Flächenleistung zwischen 4.200 bis 5.200 EUR/m² erzielen.³⁷ Ein höherer Umsatz ist für den REWE-Markt jedoch auf Grund

- der im Bundesvergleich niedrigeren einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Niederaula (92,0 %, vgl. Abb. 3) und des daraus folgenden geringeren (absoluten) Nachfragepotenzials,
- des Wettbewerbsdrucks durch einen weiteren leistungsstarken Lebensmittelmarkt in Niederaula,

³⁶ Dies sind Umsätze, welche durch Kunden von außerhalb des Einzugsgebiets zufließen. Streuumsätze resultieren aus keinen dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen und können hinsichtlich der Herkunft nicht genau lokalisiert werden.

³⁷ Quelle: BBE / IPH / IFH Köln, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandel 2024, Seite 16 - vgl. Anlage 3.

- des begrenzten und auch zukünftig nicht ausdehnbaren Einzugsgebiets sowie
- eines nicht wesentlich zu steigenden Marktanteils³⁸ des REWE-Marktes

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

Bezüglich der Raumleistung ist unter betreiberspezifischer Sicht zu konstatieren, dass REWE bundesweit einen Raumleistungswert³⁹ von ca. 4.670 EUR/m² erzielt. Demnach liegt der Planwert für diesen Markt um knapp 11 % unterhalb der bundesüblichen Raumleistung des Betreibers.

Der benannte statistische Vergleichswert der Raumleistung bezieht sich allerdings auf eine durchschnittliche Verkaufsfläche⁴⁰ aller deutschen REWE-Filialen von 1.548 m² je Markt. Da im (Lebensmittel-)Handel bei einer ansteigenden Verkaufsfläche die Raumleistung – wie auch in der Rechtsprechung anerkannt⁴¹ – nicht proportional mitwächst, sondern tendenziell absinkt, kann eine bundesdurchschnittliche Raumleistung nicht auf jede Geschäftsfläche übertragen werden.

Insbesondere kann bei einer höheren Verkaufsfläche wie im vorliegenden Fall – die Verkaufsfläche des geplanten REWE-Marktes liegt mit 1.914 m² um +24 % (+366 m²) über der üblichen REWE-Fläche (1.548 m²) – nicht von einer bundesweit vergleichbaren Raumleistung ausgegangen werden. Die niedrigere Raumleistung von knapp 4.200 EUR/m² ist daher aus handelsgutachterlicher Sicht plausibel, wobei das Erreichen eines bundesüblichen Raumleistungswertes auch auf Grund der geringeren Kaufkraft vor Ort unwahrscheinlich ist.

Die geringere Raumleistung ist auch durch neue Konzepte der Lebensmittelfilialisten bedingt, die größere Gangbreiten, niedrigere Regalhöhen und großzügigere Laufwege bei einer gleichbleibenden Artikelanzahl⁴² anbieten; somit sinkt die Warendichte je Quadratmeter und in Folge auch die Raumleistung.

Mit Blick auf die Gesamtumsatzleistung des REWE-Marktes ist auf Grund der bereits genannten Faktoren keine weitere Umsatzerhöhung zu erwarten, zumal der Plan-Umsatz des Marktes bereits über dem bundesweiten **Filialumsatz** von REWE rangiert. Die Handelskette erzielt über alle Märkte in Deutschland hinweg einen durchschnittlichen Umsatz von rd. 7,2 Mio. EUR je Filiale.⁴³ Somit ist für die vorstehende Umsatzprognose von knapp 8,0 Mio. EUR bereits ein hoher Umsatzwert zu reklamieren, zumal die unterdurchschnittliche Kaufkraft in Niederaula und auch das Vorhandensein eines leistungsfähigen Lebensmitteldiscountmarktes einen weiteren Umsatzzuwachs nicht zulassen. Für die Berechnung der handelswirtschaftlichen Effekte wird daher bereits ein maximaler Filialumsatz angesetzt.

Abschließend wird die Umsatzschätzung⁴⁴ für den avisierten **Backshop** in der Vorkassenzone des REWE-Marktes vorgenommen. Die Gesamtverkaufsfläche wird ca. 71 m² (vgl. Tab. 1) betragen, wobei auf dieser Fläche ein Sitzbereich installiert wird. Daher wird für die Umsatzschätzung des Backshops eine umsatzrelevante Verkaufsfläche von maximal 50 m² angesetzt, wenngleich die gesamte Fläche des Backshops als

38 Eine vollständige bzw. selbst überwiegende Marktabdeckung durch nur ein Lebensmittelkonzept ist prinzipiell nicht möglich, da sich Konsumenten i.d.R. bei mehreren Betriebsformen (vgl. Anlage 1) versorgen. So wird beispielsweise der Einkauf von Frischeprodukten und qualitativ höherwertigen Lebensmitteln vorwiegend in Supermärkten, der preisorientierte Einkauf bei Discountern, der Einkauf von Bio-Waren in Bio-Märkten und der sog. Wochenendeinkauf oft bei Verbrauchermärkten/SB-Warenhäusern getätigt.

Die Marktdurchdringung eines Supermarktes bzw. auch anderer Lebensmittelkonzepte ist nicht beliebig steigerungsfähig, somit ist eine wesentliche Erhöhung des Marktanteils der zu prüfenden REWE-Filiale – auch zukünftig – nicht realistisch und auch nicht umsetzbar.

39 Quelle: Statista GmbH Hamburg 2024, Bruttoumsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche der führenden Vertriebslinien im Lebensmittelhandel in Deutschland 2023.

40 Quelle: Statista GmbH Hamburg 2024, Durchschnittliche Verkaufsfläche je Filiale ausgewählter Vertriebslinien im Lebensmittelhandel in Deutschland 2023.

41 Eine in erster Linie zum Zwecke einer großzügigeren Warenpräsentation, verbesserten Kundenführung und Optimierung der internen Logistikabläufe angedachte Verkaufsflächenvergrößerung bedingt regelmäßig keine zum Flächenzuwachs proportionale Umsatzsteigerung. Mit einer vergrößerten Verkaufsfläche werden auch nicht nennenswerte Veränderungen der bestehenden Kunden- und Kaufkraftströme einhergehen.

vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [2 A 1510/12] vom 02.12.2013.

42 Grundsätzlich verfügen filialisierte Lebensmittelmärkte über ein einheitliches Sortimentskonzept. Aus internen Organisations- und Strukturgründen ergibt sich aus Verkaufsflächenenerweiterungen keine wesentliche Ausweitung des vorgehaltenen Sortiments.

43 Bei einer durchschnittlichen Filialgröße von rd. 1.548 m² und einer Raumleistung von rd. 4.670 EUR/m² Verkaufsfläche errechnet sich ein bundesweit durchschnittlicher Umsatz je REWE-Filiale von rd. 7,23 Mio. EUR p.a.

44 Die Umsatzprognose des Bäckers erfolgt auf Basis der Plan-Verkaufsfläche, die mit der branchenüblichen Raumleistung multipliziert wird.

Verkaufsfläche zu klassifizieren ist.⁴⁵ Unter Berücksichtigung einer marktüblichen Raumleistung⁴⁶ von rd. 6.000 EUR/m² ist mit Erlösen von rd. 0,3 Mio. EUR p.a. zu rechnen.

Tabelle 11: Umsatzplanung des Backshops

Branche	Betriebstyp	Verkaufsfläche m ²	Raumleistung EUR/m ²	Umsatzprognose Mio. EUR
Lebensmittel	Bäcker	50	6.000	0,30

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

⁴⁵ Zur Verkaufsfläche eines Backshops zählen auch der Sitzbereich, der für die Kunden des Marktes zugänglich ist. vgl. Urteil VGH München [1 N 21.22] vom 07.02.2023.

⁴⁶ Bäcker erreichen eine Flächenleistung zwischen 5.400 und 6.500 EUR/m² (ohne Verzehrflächen/Sitzflächen). vgl. BBE / IPH / IFH Köln, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandel 2024, Seite 16 – vgl. auch Anlage 3.

6.3. Umsatzherkunft

Für die Betrachtung der handelswirtschaftlichen Auswirkungen ist grundsätzlich das Gesamtvorhaben in seiner durch die Erweiterung geänderten Gestalt zu prüfen. Im vorliegenden Fall ist jedoch zu berücksichtigen, dass der bestandskräftig genehmigte REWE-Markt bereits **Teil des lokalen Einzelhandelsangebots** innerhalb seines Marktgebietes ist; dementsprechend ist der mit Abstand überwiegende Anteil der zu betrachtenden REWE-Fläche am Markt etabliert und hat sich sowohl in der handelswirtschaftlichen als auch städtebaulichen Realität niedergeschlagen. Folglich hat sich der Wettbewerb auf diesen Betrieb eingestellt; neue absatzwirtschaftliche Auswirkungen sind durch den bestehenden Super- und Getränkemarkt auszuschließen.

Als Prüfmaßstab ist demzufolge nur der durch die Mehrverkaufsfläche induzierte **Zusatzumsatz** anzusetzen, so dass im Rahmen einer Delta-Betrachtung von dem prognostizierten Gesamtumsatz des Supermarktes (rd. 8,3 Mio. EUR, inkl. Backshop) der aktuelle Bestandsumsatz (rd. 7,4 Mio. EUR) subtrahiert wird.

Tabelle 12: Umsatzherkunft der neu aufgestellten REWE-Filiale

	Umsatzherkunft Mio. EUR
Umsatzprognose (rd. 7,98 Mio. EUR + 0,30 Mio. EUR; vgl. Tab. 9/11)	8,28
davon aus:	
Umsatz REWE-Bestandsbetrieb (inkl. Backshop, Fleischer)	7,40
Umsatzumlenkung zu Lasten von Betrieben im Einzugsgebiet	0,56
Umsatzumlenkung zu Lasten von Betrieben außerhalb des Einzugsgebiets	0,32

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen sind die durch das Vorhaben induzierten **Umsatzumlenkungseffekte für die im Einzugsgebiet ansässigen Betriebe** in Höhe von knapp 0,6 Mio. EUR relevant. Dabei geht der im Realisierungsfall am Standort zu beziffernde Mehrumsatz zwangsläufig Wettbewerbern an anderer Stelle verloren, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern im Einzugsgebiet umgelenkt wird.

Bei einem unter dem Nachfragepotenzial liegenden Angebot resultiert i.d.R. ein Umsatzanteil aus der Reduzierung von Kaufkraftabflüssen. Je geringer das bestehende Angebot an einem Standort in Relation zur dort durch die Verbraucher erzeugten Nachfrage ist, desto höher ist regelmäßig der Umsatzanteil aus der Reduzierung von Kaufkraftabflüssen. Diese Erlöse gehen **Betrieben außerhalb des Einzugsgebiets** verloren.

Auf Grund des limitierten Lebensmittelangebots in den Orten des Einzugsgebiets und der hieraus resultierenden niedrigen Zentralität des Lebensmittelhandels können von den örtlichen Lebensmittelanbietern lediglich rd. 90 % der Nachfrage gebunden werden (vgl. Tab. 7), wobei gerade die Einwohner in den Randbereichen des Einzugsgebiets auch zu Lebensmittelmärkten im Umland von Niederaula tendieren. Demnach geht mit der Angebotsaufwertung in Niederaula und der zu erwartenden Kaufkraftrückholung auch ein Teil des generierten Mehrumsatzes zu Lasten von Betrieben außerhalb des Einzugsgebietes (rd. 0,3 Mio. EUR).

6.4. Wirkungsprognose

6.4.1. Methodische Vorgehensweise

Im Rahmen einer qualifizierten Auswirkungsanalyse ist eine sachgerechte Bewertung der handelswirtschaftlichen Effekte einer Einzelhandelsansiedlung auf die städtebauliche Situation und die Nutzungsstruktur in dem Ansiedlungsort erforderlich. Für die Beurteilung der Auswirkungen ist die Überprüfung möglicher **Umsatzumverlagerungsprozesse** – die im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO aus zentralen Versorgungsbereichen und aus Nahversorgungslagen induziert werden könnten – von entscheidender Bedeutung.

Die Ermittlung der Umsatzabgabe erfolgt unter Anwendung eines Gravitationsmodells⁴⁷, in welches die für den Untersuchungsraum relevanten Berechnungskennwerte einfließen. Die Eingangswerte des Gravitationsmodells sind

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

Mit der Erweiterung des angezeigten Supermarktes wird sich das räumliche Angebotsgefüge in dem Einzugsgebiet nicht verändern, da REWE bereits langjährig in Niederaula situiert ist. Mit dem Hinzutreten der erweiterten Verkaufsfläche werden sich jedoch in Folge **Umsatzumverlagerungen** zu Lasten von einzelnen Standorten bzw. Betrieben in dem Einzugsgebiet ergeben, die auf maximal 0,6 Mio. EUR (vgl. Tab. 12) zu quantifizieren sind (vgl. Punkt 6.4.2). Für die Betriebe außerhalb des Einzugsgebietes ist infolge einer partiellen Kundenrückholung mit einer Umsatzabgabe von rd. 0,3 Mio. EUR zu rechnen (vgl. Punkt 6.4.3).

Das eingesetzte Gravitationsmodell⁴⁸ liefert eine Berechnung der standortspezifischen Auswirkungen, welche dann in einem zweiten Schritt unter Berücksichtigung der **konkreten Standortgegebenheiten** der betroffenen Betriebe bewertet werden. Auf Basis der absatzwirtschaftlichen Untersuchung erfolgt eine Einschätzung von möglichen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen des REWE-Vorhabens.

Die **Nachbelegung des REWE-Marktes** am Altstandort Hattenbacher Straße 5a durch einen anderen Lebensmittelmarkt ist prinzipiell baurechtlich möglich. Im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung wird daher in einer separaten Darstellung (vgl. Punkt 6.4.4) untersucht, welche absatzwirtschaftlichen Auswirkungen bei einer Weiternutzung des derzeitigen REWE-Marktes durch einen vergleichbaren Lebensmittelmarkt zu erwarten wären. Eine derartige Nutzung ist jedoch frühestens ab dem Jahr 2031 möglich, da die Mietvertragsfrist von REWE bis zu diesem Zeitpunkt läuft.

47 Das Gravitationsmodell liefert Wahrscheinlichkeitsaussagen über mögliche Kaufkraftumverteilungen, die durch das Vorhaben ausgelöst werden. Dabei sind die dargestellten Quellen der Umsatzherkunft („Aus welchem Gebiet kommen die künftigen Kunden her“ – vgl. Karte 7 i.V.m. Tab. 9) mit den ausgelösten Umsatzumverteilungen („Wo haben die Kunden bislang eingekauft, welcher Handelsbetrieb bzw. welche Lage wird Umsatz verlieren“ – vgl. Tab. 13) nicht identisch.

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

6.4.2. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen im Einzugsgebiet

Auf Basis der prognostizierten Umsatzumlenkung⁴⁹ von ca. 0,6 Mio. EUR errechnet sich für die Lebensmittelanbieter in dem Einzugsgebiet eine **durchschnittliche Umsatzumlenkungsquote von rd. 6 %** ihres Bestandsumsatzes. Der vorstehende Wert der Umsatzumverlagerung stellt den Durchschnittswert aller Anbieter dar. Insbesondere variiert auf Grund

- der Entfernung betroffener Betriebe zu dem REWE-Markt und
- der Betriebstypenzugehörigkeit

lagespezifisch die prozentuale Umsatzumlenkung der einzelnen Betriebe im Umfeld des REWE-Standortes. Durch die Sortimentszusammensetzung des Supermarktes werden absatzwirtschaftlich in erster Linie jene Unternehmen tangiert, die nahversorgungsrelevante Sortimente mit einem vergleichbaren Betreiberkonzept führen. Somit werden vorwiegend Lebensmittelanbieter betroffen, die als Systemwettbewerber (d.h. Supermärkte/Discounter) einzustufen sind. Andere Anbieter – z.B. Getränkemärkte, Ladenhandwerker oder Spezialgeschäfte – die nur Teilsortimente anbieten, werden deutlich geringere Auswirkungen zu verkraften haben. Ferner werden sich für näher am Projektstandort liegende Lebensmittelanbieter tendenziell höhere Umsatzverluste ergeben, da mit abnehmender Erreichbarkeit und der Zunahme von Einkaufsalternativen im weiteren Umfeld weniger Kunden zu dem Vorhabenstandort tendieren. Dies resultiert aus der Tatsache, dass für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsbetrieben – gerade im Segment Lebensmittel – mit zunehmender Zeitdistanz und dem hiermit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird und zur Deckung der Nachfrage kundenseitig i.d.R. nur geringe Wegedistanzen akzeptiert werden.

Die folgende Tabelle 13 beschreibt die **absatzwirtschaftlichen Auswirkungen** in den einzelnen Lagebereichen des Einzugsgebiets (vgl. Tab. 6).

Tabelle 13: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des erweiterten REWE-Marktes im Einzugsgebiet

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Niederaula - Ortsmitte	0,38	0,01	n.n.
Niederaula - Streulagen	8,44 *	0,54	6,4
Überörtliches Einzugsgebiet	0,54	0,01	n.n.
Gesamt	9,36	0,56	6,0

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

* Anmerkung: Bei dem Umsatz „Niederaula - Streulagen“ wurde der von REWE getätigte Umsatz (rd. 7,4 Mio. EUR, vgl. Tab. 12) subtrahiert, da der Markt naturgemäß nicht von den Umsatzumlenkungen der eigenen Erweiterung betroffen sein kann.

Die Lebensmittelanbieter in dem Einzugsgebiet werden einen annualisierten Umsatzverlust von durchschnittlich rd. 6 % zu verkraften haben, somit ist von einer **Intensivierung des Wettbewerbs** auszugehen. Der Wert der Umsatzumverlagerung liegt mit einem Sicherheitspuffer unter dem Abwägungsschwellenwert der

49 In der Umsatzumverteilungsrechnung sind neben den Food- auch die Non-Food-Sortimente des Supermarktes inbegriffen. In den Non-Food I-Sortimenten werden sich die Umsatzumlenkungen des REWE-Marktes nicht zu Lasten anderer Betriebstypen außerhalb des Lebensmitteleinzelhandels niederschlagen. Diese Sortimente (Drogeriewaren/Tiernahrung) werden i.d.R. in Kombination mit dem Lebensmittel Sortiment nachgefragt, wobei diese Umsätze – wie berechnet – von bestehenden Anbietern des Lebensmittelhandels verlagert werden. Die Umverteilungseffekte des erweiterten REWE-Lebensmittelmarktes sind im Bereich des Non-Food II-Segments (vgl. Anlage 2) auf Grund der unterschiedlichen Sortimente und der geringen Größenordnung des zusätzlichen Umsatzes auf Non-Food-Anbieter außerhalb des Lebensmittelhandels städtebaulich nicht erheblich. Die Non-Food II-Sortimente sind ferner dem Kernsortiment Lebensmittel flächenmäßig untergeordnet, da diese bei REWE lediglich rd. 4 % der Verkaufsfläche einnehmen (vgl. Seite 27).

Des Weiteren stellen diese Waren bei REWE nur einen marginalen Teilausschnitt des jeweiligen Angebots dar, so dass die Sortimentsbreite und -tiefe im Vergleich zu einem Spezialanbieter unterdurchschnittlich ist. In Summe sind schädliche städtebauliche Auswirkungen der nur marginal bzw. anteilig erweiterten Non-Food-Verkaufsfläche auf andere Non-Food-Anbieter auszuschließen. Im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung wurden diese Umsatzverluste ebenfalls zu Lasten der anderen Lebensmittelmärkte angesetzt.

Unverträglichkeit von rd. 10 % (vgl. Tab. 8); dementsprechend sind keine Abschmelzungstendenzen von Bestandsbetrieben abzuleiten; ein Umschlagen von rein wirtschaftlichen zu städtebaulichen Auswirkungen (bspw. Leerstand und daraus folgende Trading-down-Tendenzen) oder negative Effekte auf bestehende Versorgungsstrukturen sind nicht anzunehmen.

Auswirkungen auf die Ortsmitte von Niederaula

Für die absatzwirtschaftlich betroffenen Handelsbetriebe in der Niederaulaer Ortsmitte ergeben sich infolge der REWE-Verlagerung keine messbaren Umsatzrückgänge. Dies resultiert aus der Tatsache, dass in dem Zentrum kein angebotsgleicher Lebensmittelmarkt – der ein möglicher Konkurrenzbetrieb für REWE wäre – vorzufinden ist; die Wettbewerbsadressaten des REWE-Marktes liegen außerhalb der Ortsmitte.

Der absolute Betrag der Umsatzumlenkung liegt mit rd. 0,01 Mio. EUR (vgl. Tab. 13) mit einem hohen Sicherheitsabstand unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze⁵⁰ von 0,10 Mio. EUR; erst ab diesem Schwellenwert zeigen sich tatsächlich messbare Umsatzumverlagerungen. Folglich sind unter Zugrundelegung der prognostischen Marktanalyse keine einzelbetrieblichen Auswirkungen nachweisbar, stattdessen werden die Erlösrückgänge im Rahmen einer üblichen jahreszeitlichen Umsatzschwankung im Lebensmittelhandel liegen und führen nicht zu Ertragseinbrüchen der im Ortskern ansässigen Lebensmittelanbieter.

Das Lebensmittelangebot in der Niederaulaer Ortsmitte wird lediglich durch zwei Bäcker repräsentiert. Diese Ladenhandwerker führen kein der REWE-Filiale vergleichbares Lebensmittelangebot. REWE bietet bei Backwaren ausschließlich preisgünstige SB-Waren aus seiner Bake-off-Station (Prebake-Station)⁵¹ an und unterscheidet sich konzeptionell von einem „klassischen“ Bäcker. Die beiden innerörtlichen Bäcker werden somit absatzwirtschaftlich von dem REWE-Planvorhaben nicht tangiert, da diese Anbieter vor allem durch ihre spezielle Ausrichtung auf Frische, individuellen Geschmack und Service keinen direkten Wettbewerber zu dem Supermarkt darstellen.

Im Rahmen der Verlagerung des Supermarktes wird kein zusätzlicher Bäcker installiert. Es wird wiederum der bereits bestehende Backshop angesiedelt, folglich entsteht für andere Bäcker keine neuartige Konkurrenz. Der Backshop wird in seiner Verkaufsfläche um rd. 31 m² (vgl. Tab. 1) erweitert, wobei dieser Flächenaufwuchs auf einen Sitzbereich zurückzuführen ist. Auf Grund der überschaubar erhöhten Umsätze des Backshops sind keine negativen Auswirkungen auf die beiden innerörtlichen Bäcker zu erwarten.

Der Ortskern in Niederaula ist im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO nicht als zentraler Versorgungsbereich zu kategorisieren (vgl. Pkt. 3.2), durch das Projektvorhaben wird auch einer möglichen Entwicklung der Ortsmitte hin zu einem zentralen Versorgungsbereich nicht entgegengewirkt. Eine Beeinträchtigung der Entwicklung wäre beispielsweise anzunehmen, wenn durch das Projektvorhaben die geplante Realisierung eines vergleichbaren oder eines bereits geplanten Ansiedlungsvorhabens in dem Ortskern gefährdet wäre.

Innerhalb der Ortsmitte fehlen jedoch die flächenseitigen Ansiedlungsvoraussetzungen für einen großformatigen Lebensmittelmarkt. Der Immobilienbestand setzt sich aus einer kleinteiligen und kompakten Bebauungsstruktur zusammen, wobei *keine Leerstandsfläche* in der von REWE benötigten Größenordnung vorzufinden ist. Es besteht keine großflächige Angebotsreserve, da ausschließlich vereinzelte kleine Ladengeschäfte leer stehen.⁵² Die Nutzung dieser Flächen durch einen Lebensmittelmarkt ist objektiv nicht möglich.

Darüber hinaus sind in der Ortsmitte augenscheinlich *keine Potenzial- oder Freiflächen* (auch keine Baulücken) sichtbar, die für eine Bebauung mit einem großflächigen Lebensmittelmarkt⁵³ infrage kommen würden. Der Bereich um die Eckstock-Kreuzung weist eine geschlossene Gebäudekante auf, ebenso zeigen

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

51 Sogenannte Prebake-Produkte werden in Großbäckereien im Industriemaßstab hergestellt, teilgebacken und tiefgekühlt als Teiglinge an den Handel ausgeliefert und erst dort zu Ende gebacken. Bäckereien stellen dagegen ihre Produkte i.d.R. in Handarbeit her.

52 Beispielhaft wären die Leerstände in der Bahnhofstraße 6 oder in der Hauptstraße 3-5 zu nennen.

53 Die Grundfläche, die für die Ansiedlung eines Lebensmittelsupermarktes benötigt wird, liegt i.d.R. bei minimal rd. 6.000 m². Dieses Flächenpotenzial ist augenscheinlich in der Niederaulaer Ortsmitte nicht vorhanden. Ferner muss der Standort u.a. auf Grund der Logistik eines Lebensmittelmarktes (Lieferverkehr) verkehrlich gut erreichbar sein und erzeugt auch einen hohen An- und Abreiseverkehr.

sich auch in angrenzenden Straßenzügen keine Baulücken oder Freiflächen. Die Ansiedlung eines größeren Lebensmittelmarktes ist demnach in diesem Bereich nicht realistisch.

In Auswertung der vorstehenden Diskussion ist die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes im Ortskern von Niederaula objektiv nicht möglich. Daher wird durch die Verlagerung und die Erweiterung des REWE-Marktes eine potenzielle Entwicklung innerhalb der Ortsmitte nicht konterkariert, diesem Bereich werden keine Entwicklungspotenziale entzogen.

Fazit: Mit der Inbetriebnahme der erweiterten REWE-Fläche sind keine funktionsschädigenden Auswirkungen auf den Niederaulaer Ortskern zu reklamieren, die marginalen Umsatzverluste bleiben ohne städtebauliche Relevanz. Die Ortsmitte stellt im Sinne der Rechtsprechung keinen zentralen Versorgungsbereich dar, auch zukünftig ist die Ausbildung eines Innenstadtzentrums unrealistisch.

Auswirkungen auf Streulagen in Niederaula

Für die Lebensmittelanbieter in Streulagen – d.h. Betriebe außerhalb der Ortsmitte – ergibt sich nach der REWE-Verlagerung ein durchschnittlicher Umsatzverlust von ca. 6 % ihres Bestandsumsatzes (vgl. Tab. 13). Diese Umsatzzumlenkungsquote liegt mit einem Sicherheitsabstand unterhalb des 10 %-igen Abwägschwellenwertes der Unverträglichkeit (vgl. Tab. 8); eine Absiedlung von Unternehmen des Lebensmittelhandels ist daher nicht zu erwarten. Die ausgewiesene Umsatzabgabe wird vor allem die Lidl-Filiale tangieren.

Der Lidl-Markt ist auf Grund der Lage an der Hersfelder Straße durch eine hohe Verkehrsgunst geprägt, der Markt ist sowohl aus dem gesamten Gemeindegebiet als auch aus umliegenden Kommunen zügig erreichbar. Dem Markteingang ist konzeptkonform eine kostenfreie Parkklatzanlage direkt vorgelagert, die von der Hersfelder Straße angefahren werden kann.

Auf Grund der Lage an der Hersfelder Straße – als Bundesstraße (B62) ausgewiesen – besitzt der Lidl-Markt eine Sichtachse zu diesem Straßenzug und somit eine Werbewirksamkeit auf den passierenden Verkehr. Ferner kann Lidl in seinem fußläufigen Nahbereich auf das Bevölkerungspotenzial des östlichen Ortsgebietes von Niederaula zurückgreifen und verfügt bereits im näheren Umfeld über ein relativ hohes Kunden- und auch Nachfragepotenzial.

Der Lidl-Markt befindet sich augenscheinlich in einem guten baulichen Zustand und verfügt mit rd. 1.040 m² über eine konzeptübliche Verkaufsfläche. Der Discountmarkt stellt sich mit Blick auf seinen Außen- und Innenzustand modern dar und besitzt einen marktüblichen Filialauftritt.

Als Vorteil stellt sich die Lage im Standortverbund mit einem Getränkemarkt und einem Fleischer dar, darüber hinaus ist in der Nähe ein kundenattraktives Bäckerei-Café ansässig. An dem Standort ist folglich im Zusammenspiel aller Lebensmittelanbieter eine umfängliche Grundversorgung möglich, wobei auch der NKD-Markt eine gute Ergänzung des discountorientierten Angebots darstellt. Die hohe Frequentierung dieses Standortes deutet zudem auf eine hohe Kundenakzeptanz hin.

Unter Berücksichtigung der verkraftbaren absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ist auch auf die andersartige konzeptionelle Ausrichtung des Discounters Lidl im Vergleich zu dem REWE-Vollsortimentsmarkt hinzuweisen. Ein Discounter fokussiert auf ein schmales Sortiment bei einem hohen Warenumsatz und bietet nur eine Grundpalette für die Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln auf Discountniveau an; das Angebot ist auf ausgewählte Bereiche bzw. Lebensmittelteilsortimente und vorwiegend auf sogenannte Schnelldreher begrenzt. Demgegenüber offeriert ein Supermarkt wie REWE ein breites und umfassendes Angebot⁵⁴ (Vollsortiment), welches eine Betonung auf Frische, Qualität, Sortimentstiefe, Service, Convenience und nicht nur auf den Preis legt.

Beide Betriebsformen stehen grundsätzlich in Konkurrenz zueinander, sprechen aber auf Grund des Preisniveaus und der Sortimentstiefe zum Teil unterschiedliche Zielgruppen an bzw. lösen verschiedene Kaufimpulse aus. Während bei einem Discounter meist preisorientiert der Grundbedarf an Lebensmitteln gedeckt wird, werden bei einem Besuch in einem Supermarkt vorwiegend Frischeprodukte (inkl. Convenience) und

⁵⁴ Die durchschnittliche Artikelzahl liegt in Supermärkten bei 12.000 bis 15.000 Artikeln und somit deutlich über der Auswahlbreite in Discountern mit 2.000 bis 4.000 Artikeln.

qualitativ höherwertige Lebensmittel nachgefragt. Somit findet der Wettbewerb vorwiegend unter systemgleichen Anbietern statt, da ein höherpreisiger und serviceorientierter Supermarkt mit typähnlichen Betrieben stärker als mit discountorientierten Anbietern in Konkurrenz tritt.⁵⁵ Auf Grund der benannten Betriebstypencharakteristika sind daher für Lidl verkraftbare absatzwirtschaftliche Auswirkungen zu reklamieren.

Diese Aussage gilt auch für die Ladenhandwerker in diesem untersuchten Marktbereich. Die fehlenden Auswirkungen auf Bäcker wurden bereits auf Seite 33 thematisiert und treffen auch auf den vorstehend benannten Fleischer neben dem Lidl-Markt zu. Ein Rückzug dieses Betriebes infolge der REWE-Verlagerung ist dabei auszuschließen. Der bereits in der Vorkassenzzone des REWE-Marktes bestehende Fleischer wird zukünftig auf der REWE-Marktfläche in Form einer Bedienungstheke integriert, so dass mit annähernd gleichbleibenden Erlösen zu rechnen ist. Negative Auswirkungen auf andere Mitbewerber sind auszuschließen.

Für den Logo-Getränkemarkt in der Hersfelder Straße sind nur marginale Umsatzrückgänge zu erwarten. Der bestehende REWE-Getränkemarkt wird in den neuen Supermarkt integriert, wobei nicht mit einem erhöhten Getränkeumsatz zu rechnen ist. Zudem kann Logo auf Grund des Standortverbunds mit Lidl und der sich daraus ergebenden Kopplungs- und Synergieeffekte auf eine optimale Lagequalität zurückgreifen.⁵⁶

Für die beiden Tankstellen in Niederaula sind keine messbaren Umsatzverluste zu sehen. Die Betriebe bieten neben Kraftstoffen vor allem Getränke und Tabakwaren und ein Minisortiment an Lebensmitteln an. Eine Beeinträchtigung ergibt sich für diese Anbieter – die im Vergleich zu dem REWE-Markt eine andere Zielkundschaft ansprechen – nicht, da der Hauptteil der Erlöse aus dem Kraftstoffverkauf stammt.

Fazit: Infolge der avisierten REWE-Flächenerweiterung werden keine vorhabeninduzierten schädlichen Auswirkungen auf bestehende Lebensmittelanbieter in Streulagen in Niederaula ausgelöst; ein Abbau von wohnortnahen Versorgungsangeboten ist nicht erkennbar.

Auswirkungen auf Gemeinden im überörtlichen Einzugsgebiet

Für die vereinzelt Lebensmittelanbieter in dem überörtlichen Einzugsgebiet sind die summierten Umsatzverluste auf rd. 0,01 Mio. EUR (vgl. Tab. 13) zu beziffern; dieser Wert liegt deutlich unterhalb der sog. Nachweisbarkeitsgrenze (rd. 0,10 Mio. EUR). Da sich dieser Umverteilungsbetrag zudem noch auf drei Lebensmittelanbieter verteilt, sind keine einzelbetrieblich nachweisbaren Umsatzrückgänge ersichtlich. Somit ist ein Abschmelzen von Lebensmittelanbietern in den Gemeinden außerhalb von Niederaula auszuschließen.

Die geringen Umsatzumverteilungen resultieren hauptsächlich aus dem Fehlen eines Angebotsaffinen Lebensmittelmarktes (vgl. Seite 23), der von der REWE-Erweiterung betroffen sein könnte. Da die Einwohner in den Orten im Einzugsgebiet bereits heute einen Großteil der Nachfrage in Niederaula decken und es sich bei dem REWE-Vorhaben nicht um den Neueintritt eines Lebensmittelmarktes handelt, sind nur äußerst marginale Umsatzabgaben der örtlichen Anbieter zu erwarten. Die bestehenden Betriebe (2 Nahrungsmittelhandwerker + 1 Hofladen) stellen dabei keine direkte Konkurrenz zu dem REWE-Markt dar.

Fazit: Für die Lebensmittelanbieter im überörtlichen Einzugsgebiet ergeben sich infolge der REWE-Markterweiterung keine negativen Auswirkungen; eine Beeinträchtigung der verbrauchernahen Versorgung zeigt sich nicht.

⁵⁵ Dies wird ebenfalls anhand der Tatsache deutlich, dass Supermärkte und Discounter auch gemeinsam Standorte belegen, da die Kopplungs- und Synergieeffekte solcher Standortverbünde höher als die gegenseitigen Kannibalisierungseffekte sind.

⁵⁶ Ein Standortverbund aus einem Discounter und einem Getränkemarkt ermöglicht eine sehr gute Nachfrageabdeckung, da Getränke in Discountern i.d.R. nur auf geringen Flächen mit einer limitierten Auswahlbreite – zudem meist ausschließlich auf einem discountorientierten Preisniveau – angeboten werden.

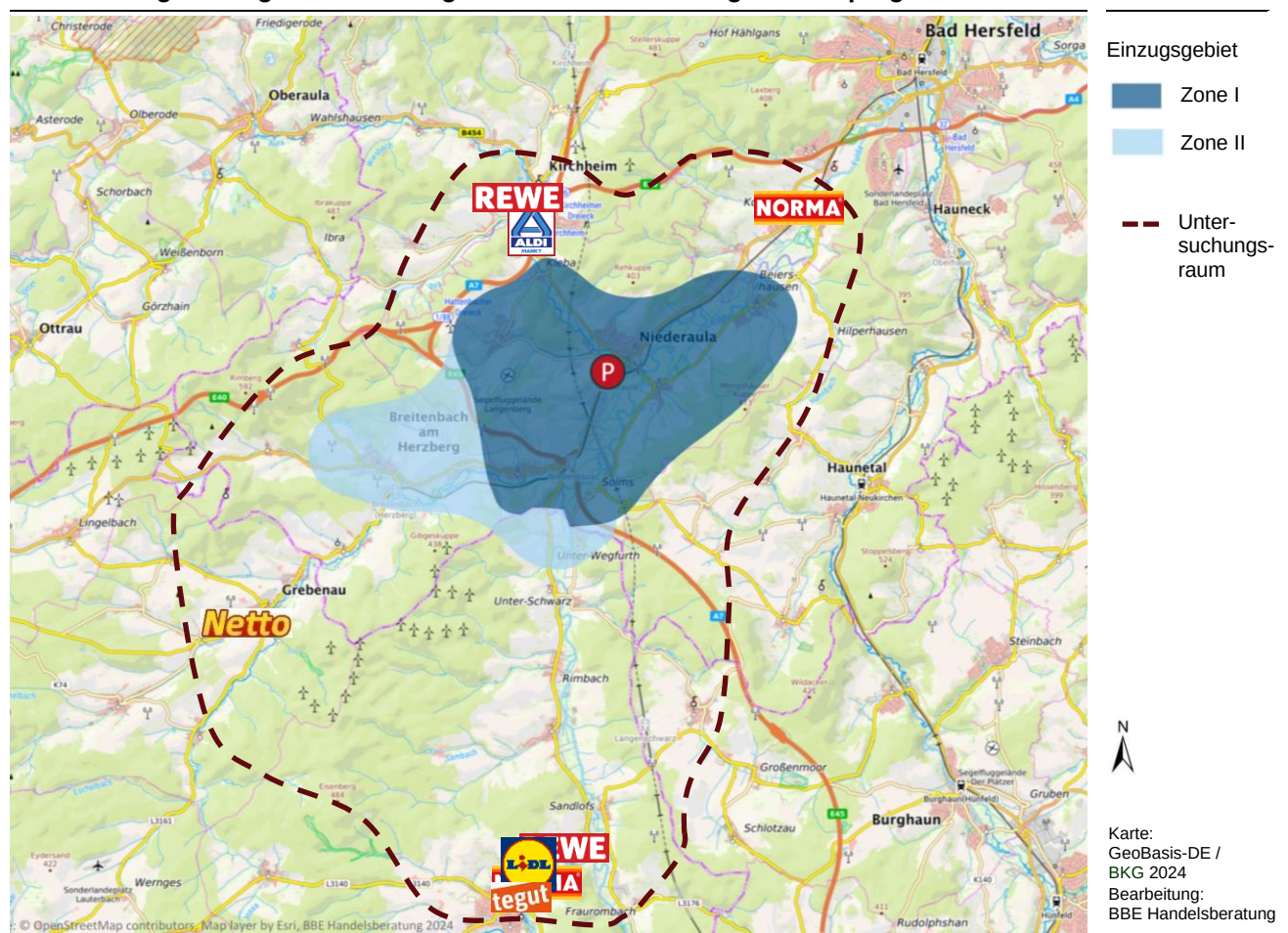
6.4.3. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen außerhalb des Einzugsgebiets

Das Marktgebiet des aufgezeigten REWE-Marktes erstreckt sich über den zonierten Einzugsbereich, der die Gemeinde Niederaula sowie Breitenbach, Oberjossa und Untere Wegfurth umfasst (vgl. Karte 7). Eine Ausweitung des Einzugsgebiets scheidet aus, da zahlreiche Lebensmittelmärkte in umliegenden Orten (vgl. Karte 6) über ein attraktives und auch ein betriebstypengleiches Angebot verfügen, so dass Kunden- und Kaufkraftabflüsse aus diesen Kommunen und aus deren Umfeld nach Niederaula unrealistisch sind.⁵⁷

Derzeit decken Kunden aus dem Einzugsgebiet auch außerhalb dieses Bereiches ihre Nachfrage nach Lebensmitteln, so dass verschiedene Kundenverflechtungen zu Lebensmittelanbietern in umliegenden Orten bestehen; dies betrifft insbesondere Verbraucher in den Randbereichen des Einzugsgebietes. Die abfließende Kaufkraft aus dem Einzugsgebiet ist auf ca. 1,7 Mio. EUR (vgl. Tab. 7) zu quantifizieren, der lokale Lebensmittelhandel kann derzeit rd. 90 % der Lebensmittelkaufkraft vor Ort binden.

Der Kaufkraftabfluss erfolgt vor allem zu attraktiven Lebensmittelanbietern im näheren Umfeld von Niederaula, die eine **qualifizierte und ansprechende Einkaufsalternative** für die eigenen Bewohner darstellen. Hierbei kommen maßgeblich Märkte in Kirchheim, Asbach, Schlitz und in Grebenau in Frage, die vor allem von den Bewohnern in den Randbereichen des Einzugsgebiets zügig angefahren werden können.

Karte 8: Abgrenzung Untersuchungsraum und Skizzierung strukturprägender Lebensmittelmärkte



Im Rahmen der avisierten Erweiterung bzw. Attraktivierung des REWE-Marktes ist mit der **Rückholung von abfließender Kaufkraft** zu rechnen. Die Kunden und die Umsätze, die zukünftig verstärkt in Niederaula gebunden werden, gehen naturgemäß Betrieben außerhalb des Einzugsgebietes verloren. Daher werden die größeren Lebensmittelmärkte in umliegenden Orten betrachtet, die eine qualifizierte Einkaufsalternative für die Bewohner innerhalb des betrachteten Einzugsgebietes darstellen. Andere Lebensmittelanbieter (z.B. Ladenhandwerker, SB-Märkte o.ä.) werden nicht berücksichtigt, da ansonsten auch auf Grund der erweiterten Angebotsbasis eine „Verwässerung“ der nachfolgend berechneten Umsatzumlenkungsquoten zu erwarten wäre.

Die Lebensmittelanbieter außerhalb des zonierten Einzugsgebietes werden in Summe einen annualisierten Umsatzverlust von rd. 0,3 Mio. EUR (vgl. Tab. 12) zu verkraften haben. Auf Basis der Erlöse der betroffenen Lebensmittelmärkte errechnet sich eine durchschnittliche Umsatzumlenkungsquote von deutlich unter 1 %, so dass von einer äußerst geringfügigen bzw. **nicht-spürbaren Intensivierung des Wettbewerbs** auszugehen ist. Der Wert der Umsatzumverlagerung liegt dabei mit einem deutlichen Sicherheitspuffer unter dem Abwägungsschwellenwert der Unverträglichkeit von rd. 10 % (vgl. Tab. 8); dementsprechend sind keine Abschmelzungstendenzen von Bestandsbetrieben in umliegenden Orten abzuleiten.

Tabelle 14: Prognostizierte Umsatzumlenkungen in Orten außerhalb des Einzugsgebiets

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Kirchheim (REWE, Aldi)	13,97	0,12	0,9
Asbach (Norma)	4,89	0,05	n.n.
Schlitz (REWE, tegut, Lidl, Norma)	23,83	0,12	0,5
Grebenau (Netto)	4,79	0,03	n.n.
Gesamt	47,48	0,32	0,7

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen, Erhebung der einzelnen Lebensmittelmärkte im Dezember 2024 / n.n. = nicht nachweisbar

Für alle Lebensmittelmärkte außerhalb des Einzugsgebiets, die partiell auch von Kunden aus diesem Bereich – vor allem aus den Randgebieten – aufgesucht werden, sind auf Basis der eintretenden Kundenrückholung jeweils Umsatzverluste unter 1 % zu erwarten. Folglich ist eine Absiedlung dieser Betriebe infolge der Erweiterung des REWE-Marktes in Niederaula auszuschließen.

Hierbei ist zu beachten, dass auf Basis der Zahl der betroffenen Märkte die jeweiligen einzelbetrieblichen Umsatzverluste deutlich unterhalb der sog. **Nachweisbarkeitsgrenze** von 0,10 Mio. EUR⁵⁸ liegen werden. Folglich werden die Umsatzrückgänge auf Grund der geringen Höhe für die einzelnen Märkte nicht spürbar sein. Im Ergebnis ist eine Absiedlung von Lebensmittelmärkten im weiteren Umfeld des betrachteten Einzugsgebietes daher auszuschließen; Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO auf zentrale Versorgungsbereiche oder auf die verbrauchernahe Versorgung können nicht eintreten.

Die ausgewiesenen Kunden- und auch Umsatzrückholungen sind prinzipiell als „legitim“ einzustufen, da die wirtschaftliche Auslastung sowohl der neu geplanten Lebensmittelverkaufsfläche als auch der bestehenden Lebensmittelanbieter vollständig durch die lokale Nachfrage in dem Einzugsgebiet abgedeckt ist. Dies verdeutlicht die **prospektive Zentralität**, die sich in Anbetracht der zusätzlich zu erwartenden Lebensmittelerlöse von rd. 0,3 Mio. EUR⁵⁹ von 90 % (vgl. Tab. 7) auf dann 92 % erhöhen wird. Somit ist selbst nach der

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

59 Zuzüglich zu den aktuell generierten Lebensmittelumsätzen in Einzugsgebiet (rd. 15,11 Mio. EUR, vgl. Tab. 7) addieren sich die „zurückgeholten“ Lebensmittelumsätze des erweiterten REWE-Marktes (rd. 0,32 Mio. EUR, vgl. Tab. 12; abzgl. Non-Food-Umsätze von rd. 0,03 Mio. EUR = rd. 0,29 Mio. EUR); diese Food-Erlöse stammen aus der Kaufkraftrückholung.

Inbetriebnahme des erweiterten REWE-Marktes keine vollständige Bindung der lokalen Lebensmittelnachfrage vor Ort möglich, eine Überbuchung der örtlichen Lebensmittelkaufkraft ist nicht zu erkennen.

Tabelle 15: Zentralität des Sortiments Lebensmittel im Einzugsgebiet (IST - PLAN)

	Marktpotenzial	realisierte Lebens- mittelumsätze	Zentralität	Kaufkraftzu-/ -abfluss
	Mio. EUR	Mio. EUR	%	Mio. EUR
Einzugsgebiet – IST	16,82	15,11	90	-1,71
Einzugsgebiet – PLAN		15,40	92	-1,42

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Unter Berücksichtigung der Nachfrage nach Lebensmitteln (rd. 16,8 Mio. EUR) und der zu erwartenden Lebensmittelumsätze (rd. 15,4 Mio. EUR) sind zum wirtschaftlichen Betrieb der Lebensmittelflächen in dem Einzugsgebiet **keine zusätzlichen Kundenzuflüsse** von außerhalb dieses Bereiches notwendig. Rein rechnerisch gesehen strahlt der Lebensmittelhandel in dem Einzugsgebiet ausschließlich auf diesen Bereich aus bzw. kann von dem örtlichen Konsumentenpotenzial vollständig „leben“.

Nach der Umsetzung des REWE-Vorhabens ist weiterhin ein „**offenes**“ **Nachfragepotenzial** vorhanden, das von dem lokalen Lebensmittelhandel nicht gebunden werden kann und an umliegende Standorte in der Region abfließt. Dennoch geht mit der Attraktivierung des REWE-Marktes eine – wenn auch geringe – Stärkung der Eigenversorgungsquote innerhalb des Einzugsgebiets auf rd. 92 % einher.

Fazit: Durch die Neupositionierung des REWE-Marktes und der daraus resultierenden verstärkten Kaufkraftbindung werden Umsatzrückholeffekte ausgelöst; diese haben auf Grund der breiten räumlichen Streuung über verschiedene Lebensmittelmärkte in umliegenden Orten und der geringen Höhe keinerlei schädliche Auswirkungen.

Die Höhe der Umsatzrückholung deutet nicht auf überdimensionierte Werte hin, die beispielsweise auf eine über das Einzugsgebiet hinausgehende Versorgungsfunktion der lokalen Lebensmittelanbieter oder auf eine im Verhältnis zur Einwohnerzahl standortunangepassten Verkaufsfläche hinweisen.

6.4.4. Auswirkungen bei Wiederbelegung des REWE-Marktes in der Hattenbacher Straße 5a

Nachstehend werden die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des REWE-Verlagerungsvorhabens ermittelt, sofern eine **Wiederbelegung des bestehenden REWE-Marktes** am Standort Hattenbacher Straße 5a mit einem anderen Supermarkt erfolgen würde. Die Nachbelegung der REWE-Filiale durch einen weiteren Lebensmittelmarkt ist baurechtlich möglich, da die ausgesprochene Baugenehmigung mit der avisierten Betreiberaufgabe nicht unwirksam wird. Der Markteigentümer kann einen neuen Mieter aus dem Lebensmittelhandel akquirieren; sofern sich ein anderer Betreiber in die Baugenehmigung einpasst, ist die Wiederaufnahme eines entsprechenden Marktes – auch auf Basis des rechtsgültigen Bebauungsplans Nr. 26⁶⁰ – möglich. Eine derartige Nutzung ist jedoch frühestens nach Ablauf der REWE-Mietvertragsfrist ab dem Jahr 2031 möglich.

In der folgenden Modellrechnung wird die Verlagerung des REWE-Marktes **methodisch als Neuansiedlung** angenommen. Für die Berechnung werden folgende Prämissen unterstellt:

- Der bestehende REWE-Super- und Getränkemarkt wird mit einem vergleichbaren Lebensmittelmarkt weiter genutzt. Es wird für diese beiden Märkte ein fiktiver Betreiber unterstellt, der die aktuell von REWE generierten Umsätze (rd. 7,4 Mio. EUR, vgl. Tab. 12) am Standort bindet.
- Der REWE-Planumsatz an dem Verlagerungsstandort wird nicht mit knapp 8,0 Mio. EUR (vgl. Tab. 9) angesetzt. Da sich durch die theoretische Weiterbelegung des Standortes Hattenbacher Straße 5a eine veränderte Wettbewerbslage ergibt, würde der verlagerte REWE-Markt geringere Erlöse generieren. Bei einer maximal realisierbaren Marktdurchdringung von knapp 28 % (vormals rd. 41 %) im Einzugsgebiet ergibt sich ein Ziel-Umsatz von rd. 5,5 Mio. EUR⁶¹, zuzüglich der Erlöse des Backshops (rd. 0,3 Mio. EUR, vgl. Tab. 11) errechnet sich ein Gesamtumsatz von rd. 5,8 Mio. EUR.
- Die maßgebliche Umsatzherkunft des verlagerten REWE-Marktes resultiert nicht aus der Umsatzmitnahme von dem Altstandort (vgl. Tab. 12), sondern wird vollständig von anderen Lebensmittelanbietern aus dem Einzugsgebiet – auch von dem theoretisch nachbelegten Markt in der Hattenbacher Straße – rekrutiert. Die Umsatzumverteilungen liegen demnach bei ca. 5,8 Mio. EUR.
- Die Umsätze des neuen REWE-Lebensmittelmarktes gehen einerseits zu Lasten von Anbietern im Einzugsgebiet (rd. 4,7 Mio. EUR), andererseits werden durch die zu erwartenden Kaufkraftrückholungen Umsatzabflüsse von Anbietern außerhalb des Einzugsgebietes (rd. 1,1 Mio. EUR) ausgelöst.

Folgende Tabelle beschreibt die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf die einzelnen Lagen im Einzugsgebiet (vgl. Tab. 6) bei Nachbelegung der bestehenden REWE-Fläche am Standort Hattenbacher Straße 5a mit einem **vergleichbaren Lebensmittelsuper- und Getränkemarkt**.

Tabelle 16: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des REWE-Marktes bei Nachbelegung des Altstandortes durch einen Supermarkt (Worst-Case)

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Niederaula - Ortsmitte	0,38	0,02	n.n.
Niederaula - Streulagen	15,84	4,69	29,6
Überörtliches Einzugsgebiet	0,54	0,02	n.n.
Gesamt	16,76	4,73	28,2

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

60 vgl. Bebauungsplan Nr. 26 Sondergebiet großflächiger Einzelhandel „Über dem Mittelweg“ im OT Niederaula der Gem. Niederaula.

61 Im Einzugsgebiet Zone I ist eine Umsatzbindung von maximal rd. 29 % (rd. 3,91 Mio. EUR), in der Zone II von durchschnittlich rd. 22 % (rd. 0,73 Mio. EUR) zu erwarten. Zuzüglich der Non-Food-Umsätze in Höhe von rd. 0,52 Mio. EUR und Streuumsätzen (rd. 0,39 Mio. EUR) errechnet sich für den neuen REWE-Markt am Standort Schlitzer Straße ein Umsatz von rd. 5,55 Mio. EUR (vgl. Methodik in Tab. 9). Hierzu addieren sich die Erlöse des Backshops von rd. 0,30 Mio. EUR, so dass sich ein Gesamtumsatz von rd. 5,85 Mio. EUR ergibt.

Gemäß der vorstehenden Modellrechnung werden die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf die Lebensmittelanbieter in dem Einzugsgebiet bei einer **Nachnutzung des REWE-Marktes** in der Hattenbacher Straße 5a bei durchschnittlich etwa 28 % liegen. Folglich wären negative Auswirkungen auf den bestehenden Lebensmittelhandel in dem Einzugsgebiet zu erwarten.

Der Wert der Umsatzumverlagerung ist für die Lebensmittelanbieter in der Ortsmitte von Niederaula nicht nachweisbar, da hier – mit Ausnahme von zwei Bäckern – keine dem REWE-Markt vergleichbaren Lebensmittelanbieter verortet sind (vgl. auch Seite 33). Eine Schädigung dieses Bereiches ist auszuschließen.

Für die Streulagen in Niederaula ist ein durchschnittlicher Erlösrückgang von etwa 30 % zu sehen, wobei die Umsatzabgabe vor allen den fiktiven Lebensmittelsuper- und Getränkemarkt am REWE-Altstandort Hattenbacher Straße treffen würde.

Ein fiktiver Betrieb hätte eigens auf Grund der Nähe zu dem neuen und ansprechenden REWE-Markt, der baulich unattraktiven Verkaufsfläche, der geteilten Fläche in einen Super- und einen Getränkemarkt, der eingeschränkten Standortqualität und der insgesamt daraus folgenden unterdurchschnittlichen Leistungsfähigkeit einen sehr hohen Umsatzverlust zu erwarten. Eine Nachbelegung der REWE-Fläche durch einen neuen Super- und Getränkemarkt ist demnach auf Grund der limitierten Umsatzchancen unrealistisch. Diese Ansicht wird auch vom Bestandsmieter REWE vertreten, der eine direkte Nachvermietung an einen Lebensmittelhändler bis zum Ende seiner Mietvertragslaufzeit im Jahr 2031 ausschließt.

In den Gemeinden im überörtlichen Einzugsgebiet ist kein Lebensmittelmarkt ansässig; für die vereinzelt kleinformigen Anbieter zeigen sich keine messbaren Auswirkungen.

Die zu erwartenden Kaufkraftrückholungen (rd. 1,1 Mio. EUR) und die damit ausgelösten Umsatzverluste in Orten außerhalb des Einzugsgebiets (vgl. Tab. 14) würden bei etwa zwei Prozent liegen. Folglich sind für Lebensmittelmärkte in umliegenden Kommunen keine spürbaren Umsatzverluste zu erwarten. Dies ergibt sich aus der breiten räumlichen Streuung über zahlreiche Märkte und aus der geringen einzelbetrieblichen Höhe der Umsatzrückgänge.

Tabelle 17: Umsatzumlenkungen des REWE-Marktes bei Nachbelegung des REWE-Altstandortes außerhalb des Einzugsgebiets

	Bestandsumsatz	Umsatzumlenkung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Orte außerhalb des Einzugsgebiets	47,48	1,12	2,4

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Gemäß der vorstehenden Berechnung ist eine Nachbelegung des REWE-Altstandortes mit einem vergleichbaren Lebensmittelsuper- und Getränkemarkt unwahrscheinlich. Die zu generierenden Erlöse reichen aus gutachterlicher Sicht nicht aus, hier dauerhaft einen vergleichbaren Markt wirtschaftlich rentabel zu betreiben. Es sprechen zudem folgende standort- und objektseitigen **Fakten gegen eine Nachbelegung durch einen neuen Supermarktbetreiber**:

- REWE wird einen modernen Markt errichten und wird sein aktuelles Vertriebskonzept ausrollen; perspektivisch ist von einem ansprechenden und leistungsfähigen Supermarkt auszugehen. Gerade durch diese Konkurrenz ist der Betrieb eines weiteren Supermarktes in unmittelbarer Nachbarschaft nur schwer möglich.
- In die bestehenden Marktimmobilien sind umfängliche Investitionen notwendig, da sich speziell der technische und auch energetische Zustand nicht mehr zeitgemäß darstellen. Im Vergleich zu dem attraktivierten bzw. neuen REWE-Markt müsste das Niveau der beiden Bestandsmärkte deutlich angehoben werden, wozu hohe finanzielle Investitionen speziell in Technik bei Neubezug durch einen neuen Super- und Getränkemarkt notwendig wären. Zudem wäre eine Belegung erst ab dem Jahr 2031 möglich, wobei die Gebäudesubstanz durch die zwischenzeitliche Nutzung weiter beansprucht wird.

- Mit Blick auf den Bauzustand bzw. der notwendigen Zusammenlegung von Super- und Getränkemarkt wäre ein Abriss / Neubau mit entsprechend hohen Kosten nicht auszuschließen. Die Grundfläche an dem Bestandsstandort fällt für einen Neubau mit einer ausreichend dimensionierten Parkplatzanlage jedoch zu gering aus.
- In Niederaula ist mit einem Supermarkt und einem Discounter – unter Berücksichtigung der Ortsgröße – bereits eine übliche Ansiedlungsdichte vorhanden. Auf Grund der limitierten Einwohnerzahl ist die Nachnutzung des REWE-Markts durch einen weiteren Supermarkt unrealistisch, da das Marktpotenzial für den rentablen Betrieb eines zweiten Vollsortimentsmarktes nicht ausreicht. Ein entsprechender Supermarkt könnte keine betriebswirtschaftlich notwendige Marktdurchdringung erzielen.
- Ein neu hinzutretender Supermarkt würde – um mit dem REWE-Markt einen Wettbewerb auf „Augenhöhe“ zu führen – nur eine konzeptkonforme Verkaufsfläche bei einer optimalen Standortqualität akzeptieren. Dies ist bei dem Bestandsobjekt nicht der Fall, da Super- und Getränkemarkt räumlich getrennt liegen, die Parkplatzanlage zu klein und zu beengt ist, die Anfahrt suboptimal ist, der Markt in der „2. Reihe“ liegt und das direkte, gewerblich geprägte Umfeld unattraktiv wirkt. Die Bestandsfläche kommt folglich für eine Nachnutzung durch ein Supermarktkonzept nicht in Frage, zumal auch mit Blick auf die Betreiberverfügbarkeit mit Edeka lediglich ein potenzieller Mieter in Frage kommt.

Fazit: Bei Nachbelegung des REWE-Standortes in der Hattenbacher Straße durch einen neuen Supermarktbetreiber sind hohe absatzwirtschaftliche Auswirkungen für den Bestandshandel in dem Einzugsgebiet – speziell jedoch für einen fiktiven Supermarkt an dem REWE-Altstandort – zu erwarten. Die Nachnutzung dieses Standortes durch einen vergleichbaren Supermarkt ist mit Blick auf die objekt- und auch marktseitigen Gegebenheiten mit sehr hoher Sicherheit auszuschließen, zumal REWE keine Nachvermietung an einen entsprechenden Betreiber⁶² vornehmen wird.

⁶² Naturgemäß wird REWE diesen Markt während der Festmietlaufzeit bis zum Jahr 2031 nicht an einen konkurrierenden Lebensmittelmarkt vermieten.

6.4.5. Nachbelegung des REWE-Marktes in der Hattenbacher Straße 5a

Alternativ zur Nachnutzung der REWE-Fläche durch einen Supermarkt wäre auch die **Belegung durch einen Lebensmitteldiscounter** in Erwägung zu ziehen. Auf Grund der bereits vorstehend aufgeführten Punkte, vor allem aber der suboptimalen Standortqualität (Anfahrbarkeit, Lage in der „2. Reihe“, beengte Parkplatzanlage, unattraktives direktes Umfeld), des unzeitgemäßen energetischen Zustands des Gebäudes und der ausreichenden Angebotsabdeckung durch zwei Lebensmittelmärkte in Niederaula sprechen folgende weitere Argumente gegen die Nachbelegung durch einen Discounter.

- Die Supermarktfäche in der Hattenbacher Straße 5a ist zwar mit rd. 1.200 m² ausreichend groß, jedoch verwinkelt bzw. nicht rechteckig geschnitten, wie von Discountern gefordert.
- In der Region sind alle relevanten Anbieter, d.h. Aldi, Norma, Netto und Lidl bereits mit einem Markt vertreten. Im Falle einer Filialeröffnung würden die naheliegenden Märkte der aufgeführten Betreiber im benachbarten Kirchheim, in Asbach oder in Grebenau selbst kannibalisiert; für Lidl scheidet eine Zweitbelegung in Niederaula aus. Eine Vermietung an Penny – der REWE-Group zugehörig – wird seitens der REWE nicht erfolgen.
- Das Nachfragepotenzial in Niederaula – inklusive des Einzugsgebiets – wird bereits zu einem großen Teil von REWE und von Lidl gebunden; beide Anbieter sind in ihrem jeweiligen Segment als leistungsfähige Marktteilnehmer einzustufen. Ein weiterer Discounter müsste die Kunden und seine Erlöse überwiegend von diesen beiden Betrieben abziehen, was mit Blick auf die limitierte Standortqualität des Marktes in der Hattenbacher Straße und die hohe Leistungskraft von REWE und von Lidl unrealistisch erscheint.

Bei einem möglichen Marktzutritt eines weiteren Discounters an dem REWE-Altstandort in der Hattenbacher Straße wäre mit absatzwirtschaftlichen Auswirkungen zu rechnen, welche die 10 %-Schwelle der Unverträglichkeit übersteigen. In diesem Falle wären jedoch negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in Ermangelung solcher schutzwürdigen Bereiche auszuschließen. Ebenso würden auch negative Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung nicht eintreten, da selbst bei Absiedlung eines Lebensmittelmarktes die jeweils verbleibenden Betriebe die wohnortnahe Grundversorgung in Niederaula weiterhin sicherstellen würden. Grundsätzlich hätte hierbei der **Betrieb in dem nachgenutzten REWE-Markt die schlechtesten Standortvoraussetzungen**, so dass eine Nachbelegung eher unwahrscheinlich ist. Zudem wird seitens der REWE eine direkte Nachvermietung an einen Lebensmittelanbieter ausgeschlossen, folglich wäre frühestens in sechs Jahren, d.h. im Jahr 2031 eine derartige Nutzung möglich.

Im Ergebnis der vorstehenden Diskussion erscheint die Nachnutzung des REWE-Marktes in der Hattenbacher Straße 5a auch durch einen Lebensmitteldiscounter bezüglich der objekt- und der standortseitigen Einschränkungen, auf Grund der wenigen potenziellen Betreiber, aber vor allem der limitierten Umsatzchancen nicht wahrscheinlich. Somit rückt eine **Nachnutzung außerhalb des Lebensmittelhandels** in den Fokus.

Derzeit werden leergezogene Filialen von Lebensmittelmärkten oftmals von **Non-Food-Fachmarktkonzepten** nachgenutzt. Dabei sind vor allem Konzepte der Branchen Bau-/ Gartenmarktartikel, Möbel, Einrichtungsbedarf, Fahrrad, Tiernahrung/ Zoobedarf und vor allem sog. Multisortimentsmärkte zu beobachten. Der Großteil der gängigen Konzepte wird oft auch mit sog. nicht-zentrenrelevanten Waren umgesetzt. Für den REWE-Altstandort könnte eine derartige Nutzung in Frage kommen.

Mit Blick auf eine mögliche Schädigung des Ortskerns ist darauf zu verweisen, dass in dem Bereich der Eckstock-Kreuzung keine größeren Handelsbetriebe ansässig sind. Die wenigen kleinen Läden⁶³ führen hierbei nicht die vorstehend genannten Sortimente. Folglich sind mögliche Auswirkungen mit hoher Sicherheit auszuschließen. Darüber hinaus ist auf die geringe Angebotsdichte in Niederaula (vgl. Pkt. 3.1) allgemein hinzuweisen, so dass ein Hinzutreten von weiteren Handelsbetrieben primär nicht zu Lasten von Bestandsanbietern geht, sondern vor allem die abfließende Kaufkraft reduziert würde.

63 In der Ortsmitte sind zwei Bäcker, eine Apotheke, ein Optiker, ein Schreibwarengeschäft und ein Autoteilehandel ansässig.

Des Weiteren ist eine Nutzung leergezogener Lebensmittelmärkte auch durch **einzelhandelsfremdes Gewerbe** denkbar, da sich diese Handelsimmobilien auf Grund der großzügig dimensionierten und gut zugeschnittenen Flächen (i.d.R. ohne Säulen), der guten Anlieferungs- und Zufahrtsmöglichkeiten, der bestehenden Parkplätze und der guten Anfahrbarkeit beispielsweise auch für

- Handwerksbetriebe (z.B. Elektroinstallationsbetriebe, Heizung-/Sanitärbetriebe, Ausstellungsräume für Fliesenanbieter),
- für sportliche Anlagen (z.B. Fitnessstudio) oder
- sonstige Gewerbebetriebe

nutzen lassen. Auf Grund der Zweitnutzung werden auch deutlich geringere Mieten – im Vergleich zu einem Neubau – aufgerufen. Die vorstehend aufgeführten Standortgegebenheiten treffen für die beiden projektrelevanten REWE-Märkte in der Hattenbacher Straße zu. Damit rückt auch eine Nachnutzung mit einzelhandelsfremdem Gewerbe in den Fokus.⁶⁴

Fazit: Die Nachnutzung des REWE-Altstandortes durch einen Lebensmitteldiscounter ist tendenziell unrealistisch, zumal REWE keine direkte Nachvermietung an einen entsprechenden Betreiber vornehmen wird. Für die Nachbelegung der REWE-Flächen erscheinen Non-Food-Fachmarktkonzepte oder auch einzelhandelsfremde Nutzungen möglich.

64 Dies belegt auch eine Studie der Universität Hamburg und des Instituts für Immobilienwirtschaft (IREBS) an der Universität Regensburg:

"Als Ergebnis der Kommunalbefragung und der Expertengespräche kann in der Tendenz festgehalten werden:

- Tritt trotz einer gewissen Handelsdynamik dennoch ein Leerstand oder ein Nutzungswechsel ein, dann lässt sich dieser meist auf veränderte Standortanforderungen und/oder einen nicht zeitgemäßen Verkaufsflächenzuschnitt der aufgegebenen Immobilie zurückführen.
- Meist dominiert hierbei der Leerstand, d.h. vor allem für „zu klein“ gewordene Supermärkte und Discounter konnte selten eine gleichwertige Nachnutzung durch Lebensmittelmärkte gefunden werden.
- Die Flexibilität des Standortes sowie des Gebäudes sind ein wichtiger Faktor für die langfristige Nutzung eines Lebensmittelmarktes, wobei dies für Discounter ebenso wie für Supermärkte gilt.
- Nachnutzungen zeichnen sich in der Regel durch Trading-Down-Nutzungen aus, d. h. die nachfolgende Nutzung führt in der Tendenz – im Vergleich zur vorherigen Nutzungen durch einen Lebensmittelmarkt – eher zu einer Abwertung des Standortes. Als relevante Nachnutzungen kommen je nach Standort verschiedene Handelsnutzungen, vor allem Fachmärkte für Tiernahrung, Drogeriemärkte oder Sonderpostenmärkte, aber auch Spielcasinos in Frage. Die erfolgreiche Suche von Nachnutzern wird betriebsformenübergreifend vor allem bei „Stand-Alone“ Standorten als besonders schwierig angesehen.
- Ebenso hängt die Möglichkeit der Nachnutzung vor allem von der Siedlungsstruktur (Kreistyp) und der Größenklasse der Standortgemeinde ab: Für kleinere Gemeinden und Städte im Ländlichen Raum (die nicht in Wachstumsregionen bzw. in Gebieten mit positiver Bevölkerungsentwicklung liegen) ist das Leerstandsrisiko besonders groß, wohingegen in Verdichtungsräumen bzw. in Wachstumsregionen genügend Folgenutzungen zur Verfügung stehen."

Quelle: Universität Hamburg / Institut für Immobilienwirtschaft (IREBS) an der Universität Regensburg, Qualifizierte Nahversorgung im Lebensmitteleinzelhandel - Endbericht. Studie im Auftrag des Handelsverbandes Deutschland (HDE) und des Bundesverbandes des Deutschen Lebensmittelhandels (BVL), Hamburg/Regensburg, 26. März 2013.

7. Zusammenfassung

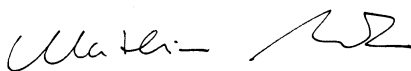
Abschließend werden die wichtigsten Aspekte der vorliegenden Untersuchung zusammengefasst.

- Die Marktgemeinde Niederaula (rd. 5.300 Einwohner) ist im nordosthessischen Raum und hier im Landkreis Hersfeld-Rotenburg verortet; das Umland der Gemeinde ist ländlich geprägt. Niederaula liegt etwa zehn Kilometer von der Kreisstadt Bad Hersfeld entfernt. Die Gemeinde wird als **Grundzentrum** eingestuft.
- In Niederaula agieren 20 Handelsbetriebe auf einer **Verkaufsfläche** von ca. 5.700 m². Die Verkaufsflächendichte von 1,1 m² je Einwohner deutet nicht auf eine gemeindeübergreifende Ausstrahlung des örtlichen Handels hin. Größere flächenseitige Angebote existieren lediglich in der Lebensmittel- und in der Bau-/Gartenmarktbranche.
- In der Ortsmitte von Niederaula ist ein Angebotsbesatz von lediglich sechs Handelsbetrieben mit einer Verkaufsfläche von rd. 400 m² vorzufinden. Auf Grund der geringen Handelsmasse stellt der Bereich um die Eckstock-Kreuzung im Sinne der Rechtsprechung **keinen zentralen Versorgungsbereich** dar.
- Das **Lebensmittelangebot** ist in Niederaula auf rd. 3.600 m² Verkaufsfläche organisiert. Als Träger der Grundversorgung fungieren ein REWE-Supermarkt sowie der Discounter Lidl. Dieses Angebot wird durch zwei Getränkemarkte und Ladenhandwerker arrondiert, so dass für die lokalen Bewohner und die Einwohner im Umland von Niederaula eine ansprechende Auswahlbreite existiert.
- Die Handelskette **REWE** betreibt in westlicher Ortslage in der Hattenbacher Straße einen Super- und einen Getränkemarkt mit zusammen rd. 1.966 m² Verkaufsfläche; die Filiale entspricht nicht den Maßgaben an einen modernen Vollsortimentsmarkt. REWE möchte die Filiale zukunftsfähig aufstellen und plant auf einer naheliegenden Potenzialfläche einen Neubau. Im Rahmen der Verlagerung bzw. des Neubaus können die aktuellen Betreiberanforderungen umgesetzt werden, die Planfläche von rd. 1.985 m² (inkl. Bäcker) liegt nur unwesentlich (+19 m²) über der Bestandsfläche.
- Mit der Neupositionierung von REWE werden tragfähige Angebotsstrukturen geschaffen, das Vorhaben ist als bestands- und **zukunftssichernde Maßnahme** für diesen Markt zu werten. Mit der Ertüchtigung der Filiale wird die Eigenversorgungsquote von Niederaula gesichert.
- Die avisierte Verlagerung und Erweiterung von REWE wird zu **keinem nennenswerten Wechsel bestehender Kunden- und Kaufkraftströme** innerhalb des Einzugsgebiets führen. Die REWE-Filiale ist seit Jahren in Niederaula etabliert; somit haben sich die relevanten Wettbewerbsstrukturen und damit auch die Einkaufsorientierungen der lokalen Verbraucher langfristig herausgebildet, wobei eine maßgebliche Neuorientierung der Einkaufsbeziehungen bezüglich der überschaubar erhöhten Verkaufsfläche von rd. 19 m² unrealistisch ist.
- Der REWE-Planstandort befindet sich im südwestlichen Ortsgebiet und umfasst das Gelände einer vormaligen Ziegelei bzw. eines Baustoffhandels. Im **fußläufigen Nahbereich** (800 m-Laufweg) des Planstandortes leben rd. 600 Einwohner, somit kann der Markt – trotz seiner städtebaulichen Randlage – für ca. 26 % der Bewohner von Niederaula eine fußläufige Grundversorgung anbieten.
- Der **betriebliche Einzugsbereich** von REWE erstreckt sich auch nach der angestrebten Verlagerung über Niederaula und umfasst zusätzlich vereinzelte Gemeinden im westlichen und südlichen Umfeld. Der REWE-Markt kann auf ein Einwohnerpotenzial von rd. 6.600 Personen zurückgreifen, die über ein jährliches Ausgabevolumen für Lebensmittel von ca. 16,8 Mio. EUR verfügen.
- Der projektierte Supermarkt wird im Segment Lebensmittel in seinem Einzugsgebiet einen durchschnittlichen **Marktanteil** von maximal rd. 41 % erzielen. Der jährliche Umsatz des REWE-Marktes wird bei rd. 8,0 Mio. EUR liegen; mit einer Flächenleistung von ca. 4.200 EUR/m² wird – unter Berücksichtigung der Marktgröße – ein standortangepasster bzw. ortsüblicher Wert erreicht.

- Der Großteil der Erlöse des verlagerten REWE-Marktes resultiert aus der Umsatzmitnahme von seinem Altstandort. Der zusätzliche Umsatz des neuen REWE-Marktes wird naturgemäß aus **Verdrängungsumsätzen** zu Lasten von Lebensmittelanbietern aus dem räumlichen Umfeld des REWE-Standortes rekrutiert. Die prognostizierten Umsatzverluste liegen über alle Betriebe in dem Einzugsgebiet hinweg bei durchschnittlich rd. 6 % und erreichen einzelbetrieblich für keinen Anbieter einen Wert, der auf eine Geschäftsaufgabe schließen lässt. Dies trifft sowohl auf Lebensmittelmärkte als auch auf kleinteilige Lebensmittelanbieter in dem Einzugsbereich zu.
- Die Umsatz-Kaufkraft-Relation des Lebensmittelhandels weist in dem betrachteten Einzugsgebiet mit rd. 90 % auf einen Kaufkraftabfluss hin, dieser beträgt rd. 1,7 Mio. EUR. Mit der Umsetzung des Projektvorhabens werden Konsumenten auf Grund des verbesserten Angebots verstärkt ihre Nachfrage vor Ort in dem attraktivierten REWE-Markt tätigen, so dass mit einer **Rückholung von abfließender Kaufkraft** zu rechnen ist. Die Umsätze, die Betrieben außerhalb des Einzugsgebietes verloren gehen, werden bezüglich ihrer sehr geringen Höhe von weit unter 1 % nicht zu einer Absiedlung von Lebensmittelmärkten in umliegenden Orten führen.
- Die Nachbelegung des REWE-Altstandortes in der Hattenbacher Straße 5a durch einen **Supermarkt** ist unrealistisch, was sich aus der unattraktiven Bausubstanz, der räumlichen Trennung von Super- und Getränkemarkt, der beengten und zu kleinen Parkplatzanlage und des limitierten Nachfragepotenzials in Niederaula ableitet. Die Untersuchung der Nachnutzung durch einen neuen Betreiber zeigt, dass für einen solchen fiktiven Markt kein tragfähiger Standortumsatz zu erwarten wäre.
- Die Nachnutzung der REWE-Fläche durch einen **Lebensmitteldiscounter** ist unrealistisch, jedoch nicht auszuschließen. Im Falle der Eröffnung eines entsprechenden Marktes ist mit hohen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen für den Lebensmittelhandel im Einzugsgebiet zu rechnen, negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sind jedoch in Ermangelung solcher schutzwürdigen Bereiche auszuschließen. Ebenso können keine negativen Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung eintreten, da selbst bei Absiedlung eines Marktes in Niederaula die jeweils anderen Lebensmittelmärkte die Versorgung weiter sicherstellen würden. Eine direkte Nachvermietung an einen Lebensmitteldiscounter ist jedoch nicht möglich, da REWE eine Restmietlaufzeit bis zum Jahr 2031 hat und eine branchenfremde Untervermietung beabsichtigt.
- Die **Nachnutzung** des REWE-Altstandorts könnte mit Blick auf das limitierte Einzelhandelsangebot in Niederaula mit einem Non-Food-Fachmarktkonzept oder auch mit einzelhandelsfremden Nutzungen erfolgen und erscheint mit Blick auf die objektseitigen Lagebedingungen realistisch.

Das vorstehende Gutachten dient als Beurteilungsgrundlage für den Planungs- und Genehmigungsprozess des Vorhabens sowie als Abwägungsgrundlage im Bebauungsplanverfahren.

BBE Handelsberatung GmbH



i.V. Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Projektleitung

Erfurt, 16. Dezember 2024

Anlage 1: Definitionen verschiedener Vertriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH)

Convenience- oder Nachbarschaftsladen

- kleinflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 100 bis 400 m²
- eng begrenztes Sortiment an Waren des täglichen Bedarfs zu einem eher hohen Preisniveau
- häufig gekennzeichnet durch ergänzende Dienstleistungen (bspw. Lotto-Toto, Reinigung, Postservice)
- Lage i.d.R. an einem wohnungsnahen oder frequenzintensiven Standort
- Öffnungszeiten bis zu 24 Stunden möglich

Lebensmittel-SB-Markt („Kleiner Supermarkt“)

- „Kleiner Supermarkt“ meist zwischen 400 bis 800 m² Verkaufsfläche mit einem eingeschränkten Sortiment
- in kleinen Orten oder in verdichteten Wohnquartieren von Großstädten anzutreffen, in denen aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein Supermarkt oder Discounter rentabel ist

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

Lebensmittel-Discountmarkt

- meist Betriebsgrößen zwischen 700 und 1.200 m² Verkaufsfläche
- ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl, ab 1.000 Artikel bei Hard-Discountern (z.B. Aldi, Norma), ca. 1.500 bis 2.500 Artikel bei Soft- bzw. Markendiscountern (z.B. Lidl) und ca. 4.000 Artikel bei Supermarkt-Discounter-Hybriden (z.B. Netto Marken-Discount)
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 10 bis 15 % (Non-Food I + II)
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment (ergänzt um Getränke), seit geraumer Zeit kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch, Backwaren)
- ohne Bedienungsabteilungen (Ausnahme: einige Filialen von Netto Marken-Discount) und weiteren Dienstleistungen, preisaggressiv, werbeintensiv

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

Supermarkt

- Betriebsgrößen meist zwischen 1.200 bis 2.000 m², aktuelle Konzepte ab 1.800 m² Verkaufsfläche
- Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, i.d.R. mit Bedientheken
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 5 bis 10 % (Non-Food I + II)
- Standorte in verkehrsgünstigen Lagen mit Wohngebietsorientierung sowie in Einkaufszentren
- als „City-Supermarkt“ in gut hochfrequentierten und verdichteten Stadtteillagen von Großstädten auf geringeren Verkaufsflächen von 400 bis 800 m²
- hohe Kompetenz im Frische-Bereich

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

Verbrauchermarkt („Großer Supermarkt“)

- Verkaufsfläche von 2.500 bis 5.000 m²
- breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche stark ansteigender Flächenanteil an Non-Food-Abteilungen (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz- und mittelfristigen Bedarfs), Non-Food-Umsatzanteil ca. 20 bis 40 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 25 bis 50 %
- autokundenorientierter Standort bzw. in Einkaufszentren
- ab ca. 5.000 m² Übergang zum Betriebstyp SB-Warenhaus

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

SB-Warenhaus

- Verkaufsfläche über 5.000 m²
- neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i.d.R. über 50 %) umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Non-Food-Umsatzanteil ca. 35 bis 50 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 50 bis 60 %
- ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst
- hohe Werbeaktivität, Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik
- autokundenorientierter, häufig peripherer Standort
- häufig als Mittelpunkt einer größeren Fachmarktagglomeration

Beispiele: Globus, Marktkauf

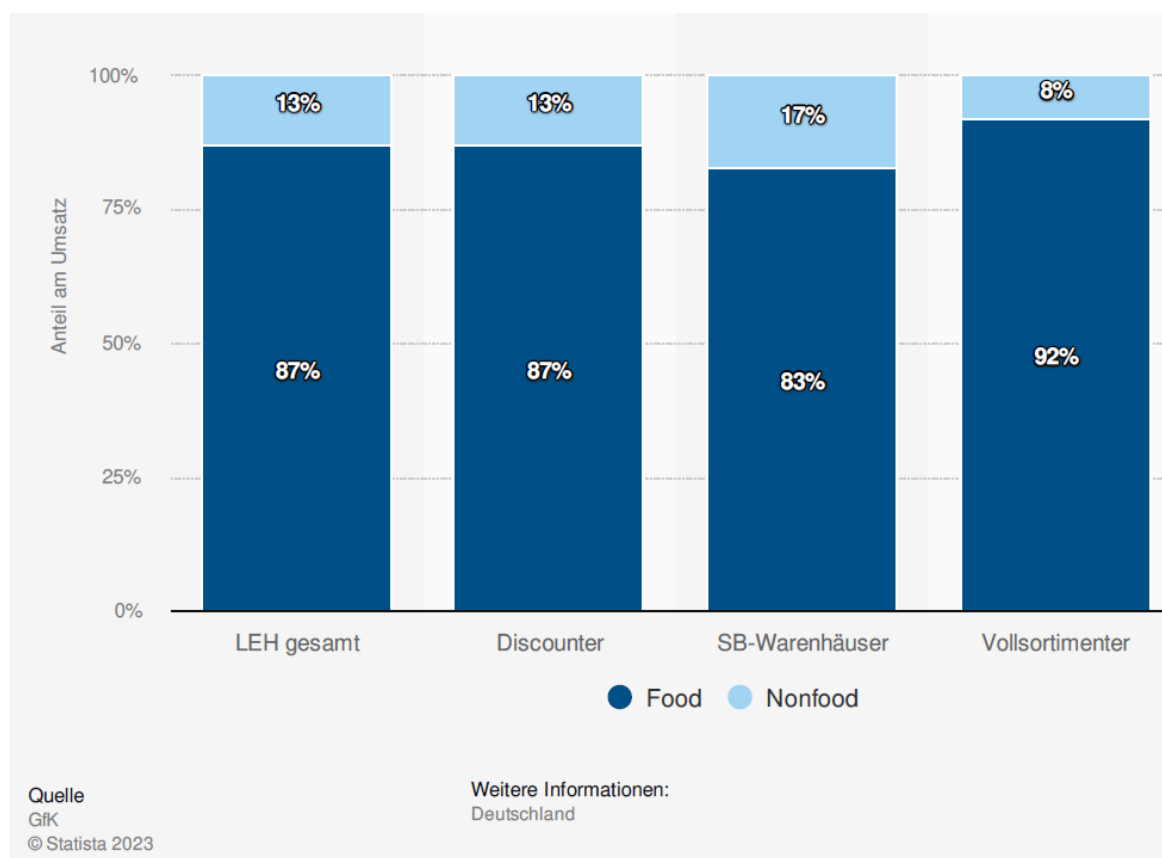
Anlage 2: Differenzierung Non-Food-Sortimente / Umsatzverteilung Food/Non-Food im LEH**Non-Food I**

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

Non-Food II

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

Quelle: EHI Retail Institute Köln, 2006

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

Anlage 3: Bundesdurchschnittliche Raumleistungen im Lebensmittelhandel nach Betriebstypen

Raumleistung (brutto) in € / m ² p.a.			
	Min.	Durchschnitt	Max.
SB-Warenhaus			
nur Food-Abteilung	6.000	6.700	7.500
nur Non-Food-Abteilung	2.000	2.500	3.000
Verbrauchermarkt			
nur Food-Abteilung	5.000	5.600	6.100
nur Non-Food-Abteilung	1.500	2.000	2.500
Großer Supermarkt (ab 2.500 m ² Verkaufsfläche)	4.200	4.800	5.400
Supermarkt (bis 2.500 m ² Verkaufsfläche)	4.200	4.600	5.200
Discounter	4.500	6.000	7.500
SB-Markt	4.300	4.800	5.300
City-Supermarkt	4.500	5.000	5.500
Getränkemarkt	1.600	1.800	2.000
Metzgerei*	8.500	9.200	10.000
Bäckerei*	5.400	6.000	6.500

* ohne Verzehrflächen

Quelle: BBE / IPH / IFH Köln, Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2024

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Flächenbilanz der geplanten Umstrukturierung des REWE-Marktes in Niederaula	3
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung von Niederaula im Vergleich.....	7
Tabelle 3: Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in Niederaula.....	9
Tabelle 4: Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Niederaula.....	11
Tabelle 5: Marktpotenzial der projektrelevanten Branche Lebensmittel im Einzugsgebiet.....	21
Tabelle 6: Angebotsnetz des Lebensmitteleinzelhandels im Einzugsgebiet.....	23
Tabelle 7: Zentralität des Sortiments Lebensmittel in dem untersuchten Einzugsgebiet	23
Tabelle 8: Orientierungswerte der Umsatzumverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben	24
Tabelle 9: Marktanteilsprognose der prüfungsrelevanten REWE-Filiale	26
Tabelle 10: Prospektive Raumleistung des REWE-Marktes	27
Tabelle 11: Umsatzplanung des Backshops	29
Tabelle 12: Umsatzherkunft der neu aufgestellten REWE-Filiale	30
Tabelle 13: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des erweiterten REWE-Marktes im Einzugsgebiet	32
Tabelle 14: Prognostizierte Umsatzumlenkungen in Orten außerhalb des Einzugsgebiets	37
Tabelle 15: Zentralität des Sortiments Lebensmittel im Einzugsgebiet (IST - PLAN).....	38
Tabelle 16: Prognostizierte Umsatzumlenkungen des REWE-Marktes bei Nachbelegung des Altstandortes durch einen Supermarkt (Worst-Case).....	39
Tabelle 17: Umsatzumlenkungen des REWE-Marktes bei Nachbelegung des REWE-Altstandortes außerhalb des Einzugsgebiets.....	40

Kartenverzeichnis

Karte 1: Raumstruktur Nordhessen (Ausschnitt).....	6
Karte 2: Strukturprägende Handelslagen/ -betriebe in Niederaula	10
Karte 3: Handelsbestand in der Ortsmitte von Niederaula.....	12
Karte 4: Mikroörtliche Lage des REWE-Planstandortes in Niederaula (Skizzierung).....	15
Karte 5: Fußläufiger Nahbereich des REWE-Planstandortes	16
Karte 6: Wettbewerbsstandorte im Umland von Niederaula und 5-Minuten-Fahrzeitzone	18
Karte 7: Zonierung des Einzugsgebiets des verlagerten REWE-Marktes	19
Karte 8: Abgrenzung Untersuchungsraum und Skizzierung strukturprägender Lebensmittelmärkte	36

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Objektsituation auf dem Planareal in der Schlitzer Straße 38 in Niederaula	3
Abbildung 2: Lageplan des verlagerten REWE-Marktes in der Schlitzer Straße 38 in Niederaula.....	4
Abbildung 3: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern.....	7
Abbildung 4: Einzelhandelsstruktur Niederaula	9
Abbildung 5: Exemplarische städtebauliche Situation in der Niederaulaer Ortsmitte	13
Abbildung 6: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Niederaula.....	22
Abbildung 7: Sonstige Lebensmittelanbieter in Niederaula (Auswahl)	22

Anlageverzeichnis

Anlage 1: Definitionen verschiedener Vertriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH).....	46
Anlage 2: Differenzierung Non-Food-Sortimente / Umsatzverteilung Food/Non-Food im LEH.....	48
Anlage 3: Bundesdurchschnittliche Raumleistungen im Lebensmittelhandel nach Betriebstypen.....	49