

Einzelhandelskonzept

Einzelhandelsentwicklungskonzept und Auswirkungsanalyse für ein Ansiedlungsvorhaben in Denkendorf

für die
RATISBONA Handelsimmobilien
Industriepark Ponholz 1
93142 Maxhütte-Haidhof

Ihre Ansprechpartner
Dipl. Geograph Markus Wotruba
(Gesamtleitung)

Tel +49 89 55118-176
Fax +49 89 55118-153
E-Mail wotruba@bbe.de

M.Sc. Marina Deisenberger
(Projektleitung)

Tel +49 89 55118-187
Fax +49 89 55118-153
E-Mail deisenberger@bbe.de

BBE Handelsberatung GmbH
Briener Straße 45
80333 München
Deutschland

© 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 Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangssituation und Zielsetzung	5
2. Methodik.....	6
3. Makrostandort Denkendorf	7
4. Nachfrageanalyse und Einzugsgebiet	10
5. Angebotssituation in Denkendorf	13
6. Zusammenfassende SWOT-Analyse.....	18
7. Auswirkungsanalyse für das Ansiedlungsvorhaben	19
7.1. Projektplanung und Projektdaten	19
7.2. Mikrostandortanalyse	20
7.3. Angebotssituation im Untersuchungsraum.....	22
7.3.1. Regionale Angebotssituation	23
7.3.2. Zusammenfassung zur Angebotssituation.....	26
7.4. Planungsrechtliche Beurteilungsgrundlagen	27
7.5. Umsatzprognose	29
7.5.1. Flächenleistung	29
7.5.2. Marktpotenzial und Marktanteilskonzept	30
7.6. Methodische Vorgehensweise.....	33
7.7. Umsatzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen	34
7.7.1. Sortiment Lebensmittel	34
7.7.2. Sortiment Drogeriewaren	36
7.8. Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche	38
8. Einzelhandelskonzept Denkendorf.....	41
8.1. Standortkonzept	43
8.2. Sortimentskonzept - Denkendorfer Liste	46
9. Zusammenfassung / Kernaussagen.....	48
10. Anhang	49

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Lage der Gemeinde.....	7
Abbildung 2: Lage der Gemeinde Denkendorf und zentralörtliche Gliederung.....	8
Abbildung 3: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von Denkendorf sowie im Umland	9
Abbildung 4: Einzugsgebiet von Denkendorf	12
Abbildung 5: Räumliche Verteilung des Einzelhandels im Kernort Denkendorf (ohne Ortsteile)	13
Abbildung 6: Verkaufsflächenanteile je Sortimentsbereich in Denkendorf	15
Abbildung 7: Standort des Vorhabens.....	19
Abbildung 8: Ansichten des Planstandortes und Standortumfeld	20
Abbildung 9: Fußläufige und verkehrliche Erreichbarkeit des Planstandortes.....	21
Abbildung 10: Regionale Angebotssituation (Auswahl)	22
Abbildung 11: Nahversorgungsangebote im Einzugsgebiet (Auswahl)	23
Abbildung 12: Nahversorgungsangebote im Einzugsgebiet (Auswahl)	25
Abbildung 13: Umsatzanteile von Einzelhändlern nach Entfernung (in %).....	41
Abbildung 14: Kundenbedürfnisse	42
Abbildung 15: Standortkonzept Denkendorf und Nutzungen in Ortsmitte	45
Abbildung 16: Denkendorfer Liste	47

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Sozioökonomische Rahmendaten des Vorhabenstandorts	7
Tabelle 2: Sortimentsspezifische Kaufkraft der Gemeinde Denkendorf	10
Tabelle 3: Kennzahlen des Einzelhandels in Denkendorf.....	13
Tabelle 4: Verkaufsfläche, Umsatz und Umsatz-Kaufkraft-Relation in Denkendorf *	14
Tabelle 5: Angebot nach Standortlagen	15
Tabelle 6: Angebotssituation nach Lagen	26
Tabelle 7: Orientierungswerte der Umsatzverlagerungen bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben	27
Tabelle 8: Prospektive Raumleistung.....	30
Tabelle 9: Marktpotenzial Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren im Einzugsgebiet.....	31
Tabelle 10: Marktanteilsprognose in den Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren.....	32
Tabelle 11: Umsatzherkunft Lebensmittel	34
Tabelle 12: Umsatzumlenkung Lebensmittelmarkt	35
Tabelle 13: Umsatzherkunft Drogerie- und Parfümeriewaren	36
Tabelle 14: Umsatzverteilung Drogerie- und Parfümeriewaren	37

Anlagen

Anlage 1: Erhebungsmethodik bzw. Gliederung des Einzelhandelsangebots in Denkendorf	49
Anlage 2: Definitionen der Betriebstypen	50

1. Ausgangssituation und Zielsetzung

Die Gemeinde Denkendorf im Landkreis Eichstätt verfügt über rund 4.900 Einwohner. Der Einzelhandel verteilt sich auf das Ortszentrum (Edeka) und die Fachmarktlage "An der Römersäule" (Aldi, Rewe).

Denkendorf verfügt über ein Integriertes Stadtentwicklungskonzept (ISEK) aus dem August 2018. Dort wird bereits beschrieben, dass das Fachmarktzentrum ungünstig liegt und erste Anzeichen eines trading-down zeigt. Für das Ortszentrum werden erhebliche Defizite in Gestaltung und Aufenthaltsqualität (vgl. ISEK, 13) bescheinigt. Als Maßnahme werden die Erarbeitung eines "Gesamtkonzepts für Versorgung bzw. Einzelhandel und Dienstleistungen - für mehr Planungs- und Investitionssicherheit" und ein "Konzept zur Neuordnung der Einzelhandelsstrukturen im Gewerbegebiet im Zuge der Gewerbegebietserweiterung" empfohlen.

Das Gemeindegebiet unterteilt sich in den Hauptort und mehrere Ortsteile, die vom Hauptort durch die Autobahn A9 getrennt sind. Die parallel verlaufende Bahntrasse (ICE, Nahverkehr) ist im Gemeindegebiet überwiegend unterirdisch geführt.

Aus planerischer Sicht muss es das prioritäre Ziel sein, die Nahversorgung in Denkendorf auch in Zukunft zu sichern. Zu einer starken, zukunftsfähigen Nahversorgung gehört ein gutes Angebot an Lebensmittel- und Drogeriemärkten für die Grundversorgung. Die Kombination aus einem Supermarkt, einem Discounter und einem Drogeriemarkt hat sich als besonders vorteilhaft für die Kunden herausgestellt.

Idealerweise sollte das Angebot so situiert sein, dass es für die Kunden aus allen Ortsteilen gut erreichbar ist.

Die Ratisbona plant vor diesem Hintergrund die Umsiedlung des bestehenden peripher gelegenen Aldi-Discount-Marktes und eines im Ortszentrum gelegenen Edeka-Marktes auf ein neues Grundstück an der Hauptstraße. Der Standort soll durch einen Drogeriemarkt ergänzt werden. Der Planstandort ist fußläufig aus dem Ortszentrum erreichbar und grenzt an die bestehende Wohnbebauung an.

In der vorliegenden Auswirkungsanalyse erfolgt eine qualifizierte Einschätzung über die zu erwartenden Auswirkungen des Vorhabens, insbesondere mit Blick auf Umsatzverteilungen gegenüber zentralen Versorgungsbereichen.

Im Zuge der umfassenden **Auswirkungsanalyse** werden insbesondere folgende Fragestellungen thematisiert:

- Welche einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen herrschen vor (Soziodemographie, Arbeitsmarkt, Pendler, Erreichbarkeit, etc.)?
- Welche angebots- und nachfrageseitigen Strukturdaten sind für den Einzelhandel vor Ort von Bedeutung (Makrostandortanalyse)?
- Wie gestaltet sich der Mikrostandort des Vorhabens?
- Welchen Einzugsbereich hat das geplante Vorhaben?
- Wie ist das Vorhaben hinsichtlich seiner Auswirkungen zu bewerten? Welche Auswirkungen sind auf Versorgungszentren in der Ansiedlungsgemeinde und in benachbarten Gemeinden zu erwarten?

Zudem wird das Vorhaben in ein Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Denkendorf integriert, mit dem Ziel, die Nahversorgung langfristig sicher zu stellen. Das Einzelhandelskonzept basiert auf dem vorliegenden ISEK der Gemeinde Denkendorf.

Mit der Erarbeitung eines Einzelhandelskonzeptes werden bzgl. des Einzelhandels u. a. folgende Fragen beantwortet:

- Wie gestaltet sich die Angebots- und Nachfragesituation auf gesamtgemeindlicher Ebene in qualitativer und quantitativer Hinsicht?
- Wie gestalten sich die (Nah-)Versorgungsstrukturen in Denkendorf?

- Wie kann die Nahversorgung in Denkendorf gesichert werden?
- Welche Vor- und Nachteile ergeben sich aus dem Vorhaben der Ratisbona für die Versorgung der Bevölkerung in den Ortsteilen?

Die Aussagen vorliegender Analysen basieren auf einer aktuellen Vor-Ort-Erhebung der relevanten Angebots- bzw. Wettbewerbssituation durch Besichtigung des Ansiedlungsstandortes und aller Wettbewerbsbetriebe im potenziellen Einzugsgebiet. Die Planunterlagen wurden durch den Auftraggeber bereitgestellt. Grundlage für die Berechnung der Nachfragesituation stellen die aktuellen Kaufkraftdaten von BBE!CIMA!MB-Research, die Verbrauchsausgaben des Instituts für Handelsforschung Köln sowie aktuelle Einwohnerdaten der amtlichen Statistik dar.

2. Methodik

Bei der Erstellung der Einzelhandelsanalyse für die Gemeinde Denkendorf wurde auf den vorhandenen Daten und Analysen aus dem Integrierten Stadtentwicklungskonzept aufgebaut, die durch eigene Erhebungen ergänzt wurden. Bei der Erstellung eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes wird ein wesentliches Augenmerk auf die Abgrenzung und Begründung schutzwürdiger Standortbereiche gelegt. Mit Blick auf die Digitalisierung geht es nicht mehr nur um quantitative Wachstumsstrategien, sondern um Konzentration auf (über-) lebensfähige Versorgungsschwerpunkte und deren qualitative Aufwertung.

Entsprechend zielen die durchgeführten Analysen stärker auf strukturelle und funktionale Aspekte ab. Weiterhin stellt jedoch die aktuelle Bewertung der Angebotsstrukturen und der Nachfragepotenziale in der Gemeinde Denkendorf eine wesentliche Grundlage dar. Daher wurden die nachfolgend skizzierten Arbeitsschritte durchgeführt:

Begehung und Erfassung aller projektrelevanten Wettbewerbsstandorte und Anbieter

Alle Betriebsstätten des Einzelhandels im engeren Sinne¹ und des Ladenhandwerks in der Gemeinde Denkendorf wurden im Rahmen einer Begehung hinsichtlich ihrer wesentlichen Merkmale (Standort, Name, Verkaufsfläche und Sortiment) erfasst. Die Erhebung wurde durch die Bearbeiter im Juli 2019 durchgeführt. Dabei wurde nach insgesamt 24 Hauptsortimentsgruppen differenziert. Auf Basis dieser Erhebungsdaten und unter Verwendung aktueller Veröffentlichungen (u. a. der BBE Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel) wurde eine Umsatzprognose für den Einzelhandel in Denkendorf für das Jahr 2019 errechnet.

Nachfrageanalyse

Die Daten zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial in der Gemeinde Denkendorf werden von der BBE Handelsberatung auf Basis der aktuellen BBE-IfH-Verbrauchsausgaben und der regionalen bzw. lokalen sortimentspezifischen Kaufkraft ermittelt (BBE!CIMA!MB-Research-Kaufkraftindices).

Weitere Grundlagen

Der Ausarbeitung wurden im Wesentlichen folgende Unterlagen zu Grunde gelegt:

- Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP 2018)
- Regionalplan Ingolstadt (2013)
- Integriertes Städtebauliches Entwicklungskonzept Gemeinde Denkendorf (2018)
- Statistische Daten der Gemeinde Denkendorf und des Statistischen Landesamtes Bayern

¹ ohne Kraftfahrzeughandel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren

3. Makrostandort Denkendorf

Im Folgenden werden einzelhandelsrelevante Rahmendaten dargestellt, die zur Beurteilung des Vorhabens notwendig sind. Dazu zählen soziodemographische sowie nachfrage- und angebotsseitige Strukturdaten des Ortes, in dem der Standort liegt.

Tabelle 1: Sozioökonomische Rahmendaten des Vorhabenstandorts

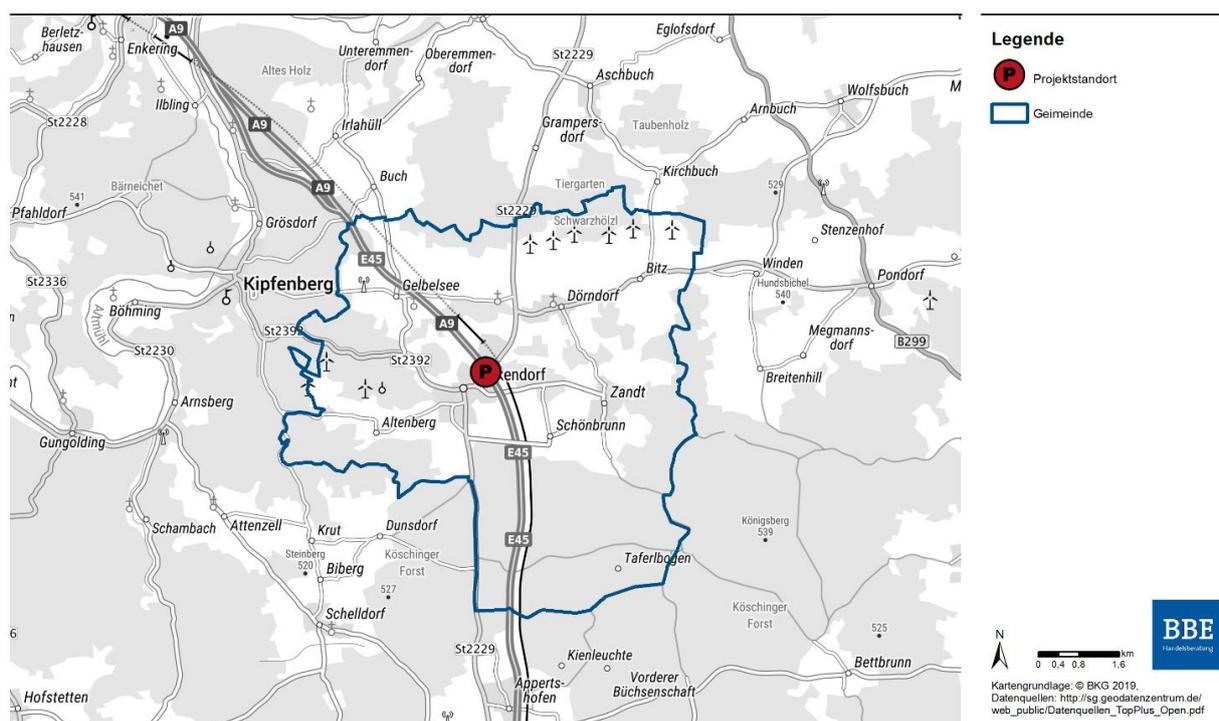
Einwohnerzahl ¹ (31.12.2018)	■ 4.902
Bevölkerungsentwicklung ¹ (2008-2018)	■ + 11,4 %
Bevölkerungsprognose 2018-2028 ¹	■ + 5 % (auf rd. 5.150 Einwohner)
Pendlersaldo ¹ (2018)	■ - 400
Gästeübernachtungen (2018) ¹	■ 64.065
Übernachtungen je 1.000 EW (2018) ¹	■ 13.027
Zentralörtliche Einstufung ²	■ Grundzentrum in der Region Ingolstadt
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2019) ³	■ 105,4

¹ Statistisches Landesamt Bayern ² Planungsverband Region Ingolstadt ³ BEICIMA/MB-Research

Geographische Lage und Erreichbarkeit

Denkendorf ist eine Gemeinde im oberbayerischen Landkreis Eichstätt. Die Gemeinde liegt rund 20 Kilometer nördlich von Ingolstadt im Naturpark Altmühltal. Zu Denkendorf gehören die Ortsteile Altenberg, Bitz, Denkendorf, Dörndorf, Gelbelsee, Riedelshof, Schönbrunn und Zandt.

Abbildung 1: Lage der Gemeinde



Quelle: BKG 2019; BBE Handelsberatung, eigene Darstellung.

Ansiedlungsvorhaben Denkendorf

Die Gemeinde ist überregional über die Ausfahrt 59 Denkendorf der Autobahn A 9 (München – Berlin) angebunden. Die regionale Verkehrserschließung erfolgt über die Staatsstraße St2392, die eine direkte Verkehrsverbindung in die Nachbargemeinde Kipfenberg darstellt, über die Staatsstraße St2229, die in Norden Richtung Beilngries führt und im Süden Richtung Stammham sowie über die St2392 Richtung Pondorf (Gemeinde Altmannstein).

Aufgrund der Lage an der Autobahn und in der Tourismusregion Naturpark Altmühltal profitiert Denkendorf signifikant vom Tourismus. Im Gemeindegebiet liegt das modern gestaltete Dinosauriermuseum Altmühltal, welches den Tourismuspreis 2018 des ADAC gewonnen hat und über eine überregionale Anziehungskraft verfügt. Auch die touristisch attraktive Stadt Eichstätt mit dem Jura-Museum liegt nur etwa 25 km entfernt. Mit jährlich rd. 64.000 Gästeübernachtungen in 12 Beherbergungsbetrieben, weist die Gemeinde Denkendorf mit rd. 13.000 Übernachtungen je 1.000 Einwohnern im Jahr 2018 (bayerischer Durchschnitt: 7.570) ein hohes touristisches Potenzial auf. Hieraus ergeben sich auch touristische Kaufkraftpotenziale.

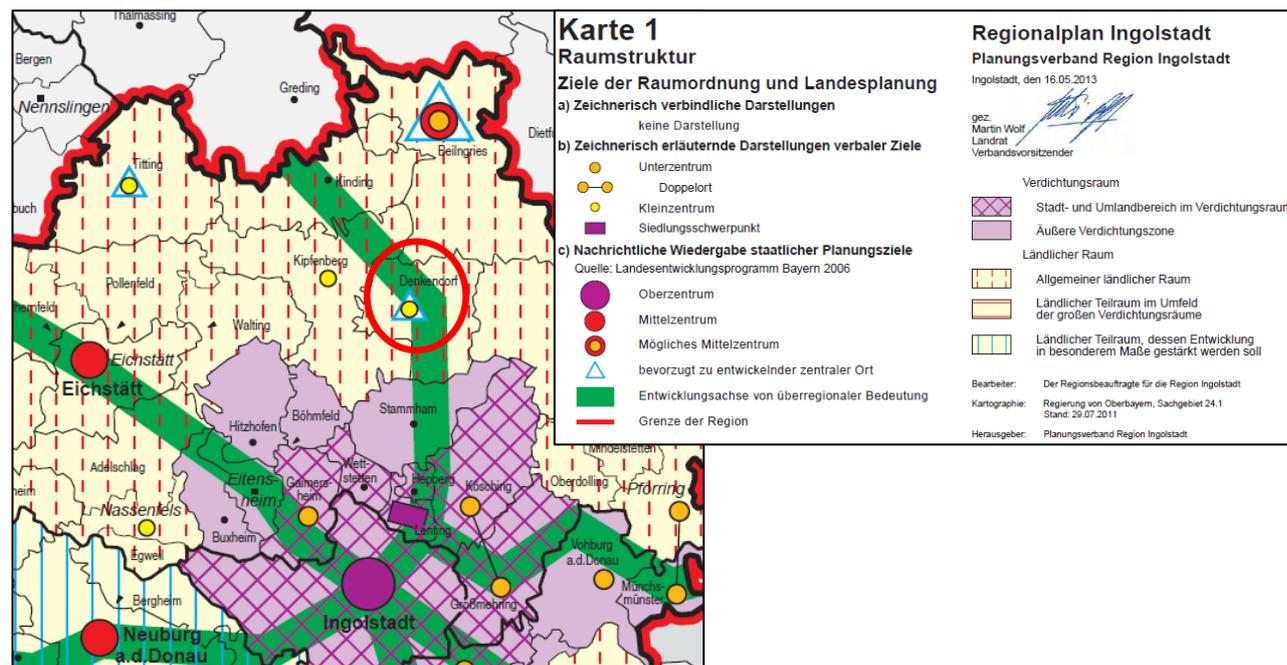
Ingolstadt ist innerhalb von rd. 20 Minuten mit dem Pkw zu erreichen. Im öffentlichen Personennahverkehr wird die Gemeinde Denkendorf durch die Verkehrsbetriebe der RBA Regionalbus Augsburg erschlossen. Die Gemeinde wird durch die Buslinien 9226 Ingolstadt – Beilngries und 9237 Mindelstetten – Eichstätt bedient. Haltestellen befinden sich in der Hauptstraße und in der Meierhofstraße.

Landesplanerische Einstufung

Gemäß dem Regionalplan der Region Ingolstadt (10) liegt die Gemeinde Denkendorf im „Allgemeinen ländlichen Raum“. Die Gemeinde stellt ein bevorzugt zu entwickelndes Grundzentrum dar und befindet sich auf einer Entwicklungsachse von überregionaler Bedeutung. Als Grundzentrum soll Denkendorf die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des Grundbedarfs (täglich Bedarf) übernehmen. Explizit wird im Regionalplan darauf hingewiesen, dass in Denkendorf auf eine Stärkung der Einkaufszentralität hinzuwirken sei.

Nächstgelegene Mittelzentren sind die Städte Beilngries und Eichstätt. Grundzentren sind die Gemeinden Kösching und Kipfenberg. Das Regionalzentrum bildet die Stadt Ingolstadt (im Regionalplan von 2013 ist die Stadt Ingolstadt noch als Oberzentrum dargestellt).

Abbildung 2: Lage der Gemeinde Denkendorf und zentralörtliche Gliederung

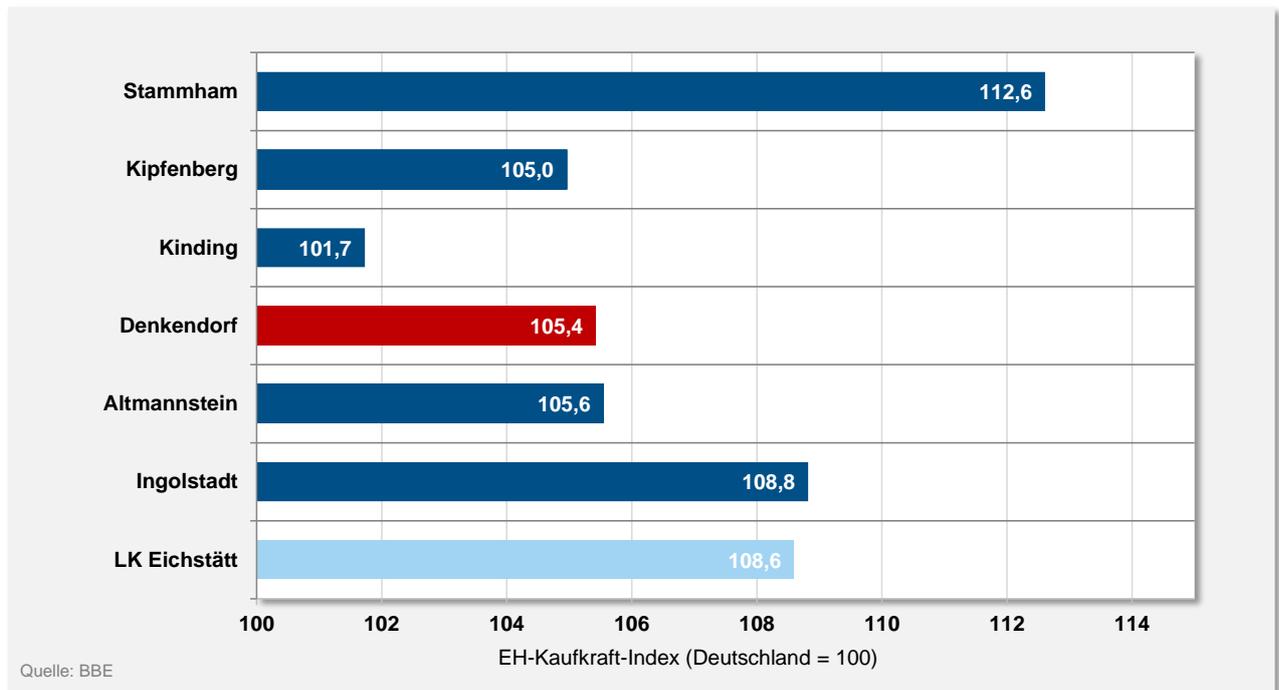


Quelle: Regionaler Planungsverband Ingolstadt, Karte 1 Raumstruktur.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft für die Gemeinde Denkendorf beträgt 105,4 (D= 100). Sie liegt somit unter dem Wert des Landkreises Eichstätt (108,6), aber über dem bundesweiten Durchschnittswert (100). Dies bedeutet, dass den Einwohnern Denkendorfs im Vergleich zu Gesamtdeutschland ein um rd. 5,4 % höheren Betrag für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.

Abbildung 3: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von Denkendorf sowie im Umland



Quelle: BBE|CIMA|MB-Research (Stand 2019).

Fazit zum Makrostandort Denkendorf

- Der Vorhabenstandort befindet sich in der Gemeinde Denkendorf im Landkreis Eichstätt im ländlichen Raum.
- Aktuell leben rund 4.902 Menschen in der Gemeinde. Die vergangene positive Bevölkerungsentwicklung wird sich auch zukünftig fortsetzen.
- Die Gemeinde Denkendorf ist trotz ihrer ländlichen Lage sehr gut über die Autobahn A9 sowie die Staatsstraßen an die nahegelegenen Mittel- und Oberzentren angebunden.
- Aufgrund dieser Lage an der Autobahn existiert in der Gemeinde ein hohes touristisches Potenzial mit rd. 64.000 Gästeübernachten pro Jahr.
- Es besteht eine im Bundesvergleich und auch im regionalen Vergleich leicht überdurchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft.
- Zusammenfassend sind der Gemeinde Denkendorf grundsätzlich sehr gute Rahmenbedingungen zu attestieren.

4. Nachfrageanalyse und Einzugsgebiet

In Denkendorf verfügen die Einwohner über eine leicht überdurchschnittliche Kaufkraft. Die Einwohnerzahl, die gleichzeitig die Basis des Kaufkraftpotenzials bildet, stieg in den letzten Jahren an. Dieser Trend wird sich auch zukünftig fortsetzen.

Derzeit verfügen die Einwohner Denkendorfs über ein Kaufkraftpotenzial von rd. 32,6 Mio. € pro Jahr.

Tabelle 2: Sortimentsspezifische Kaufkraft der Gemeinde Denkendorf

Sortimentsgruppe	Pro-Kopf Verbrauchs- ausgaben 2019	Sortimentspezifische Kaufkraftkennziffer	Kaufkraftpotenzial
	in € pro Jahr		in Mio. € pro Jahr
Nahrungs- und Genussmittel	2.418	103,1	12,2
Drogerie-, Parfümeriewaren	352	98,7	1,7
Apotheken	571	90,5	2,5
Sanitätsbedarf, medizinische und orthopädische Artikel, Hörgeräte	104	90,5	0,5
Gesundheit, Körperpflege	1.027	93,3	4,7
Blumen/ Floristik	63	121,5	0,4
zoologischer Bedarf	56	102,6	0,3
Blumen, zoologischer Bedarf	119	112,6	0,7
Kurzfristiger Bedarfsbereich	3.564	100,6	17,6
Bekleidung	526	99,9	2,6
Schuhe	93	107,5	0,5
Lederwaren	25	103,3	0,1
Sport-/ Campingartikel	109	118,5	0,6
Bekleidung, Schuhe, Sport	753	103,7	3,8
Bücher, Zeitschriften	99	100,1	0,5
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	90	100,1	0,4
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	96	121,5	0,6
Bücher, Schreib- und Spielwaren	285	107,3	1,5
Mittelfristiger Bedarfsbereich	1.038	104,7	5,3
Möbel, Einrichtung	535	110,8	2,9
Elektrowaren, Medien, Technik	490	103,4	2,5
Optik, Uhren, Schmuck	124	104,8	0,6
Bau- und Gartenbedarf	438	121,5	2,6
sonstiger Einzelhandel	179	115,3	1,0
Langfristiger Bedarfsbereich	1.766	111,4	9,6
Gesamt	6.368	105,4	32,6

Quelle: BBE Handelsberatung / IFH, BBE/CIMA/MB-Research-Marktdaten, 2019.

Aufgrund der Lage von Denkendorf und der zentralörtlichen Funktion als Grundzentrum wird das Kaufkraftpotenzial durch Einwohner außerhalb der Gemeinde Denkendorf erweitert. Denn die Gemeinde verfügt über ein Einzugsgebiet, das über das Gemeindegebiet hinausgeht.

Ansiedlungsvorhaben Denkendorf

Im Folgenden wird das Einzugsgebiet des Einzelhandelsstandortes Denkendorf abgegrenzt. Dieses Einzugsgebiet entspricht auch dem möglichen Einzugsgebiet des Ansiedlungsvorhabens. Auf Basis des Einzugsgebiets kann das vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen berechnet werden, das einen weiteren wichtigen Bezugspunkt für die nachfolgende Analyse der möglichen Auswirkungen des Vorhabens darstellt. Für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung und damit die Abgrenzung des Einzugsgebietes von Einzelhandelsbetrieben spielen grundsätzlich mehrere Faktoren eine maßgebliche Rolle:

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung im geplanten Sortimentsbereich,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,
- die relevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Wettbewerber im engeren und weiteren (regionalen) Standortumfeld,
- die Attraktivität der Einzelhandelslage, die durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad des Konzepts bzw. der Betreiber bestimmt wird,
- die Qualität des Mikrostandortes, die aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten und aus möglicherweise vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen, ausgehend von den topographischen, infrastrukturellen oder baulichen Gegebenheiten.

Von entscheidender Bedeutung für die Einzugsgebietsabgrenzung des Standortes ist neben der Erreichbarkeit insbesondere die regionale Angebotsstruktur vergleichbarer Lebensmittel- und Drogeriewarenanbieter.

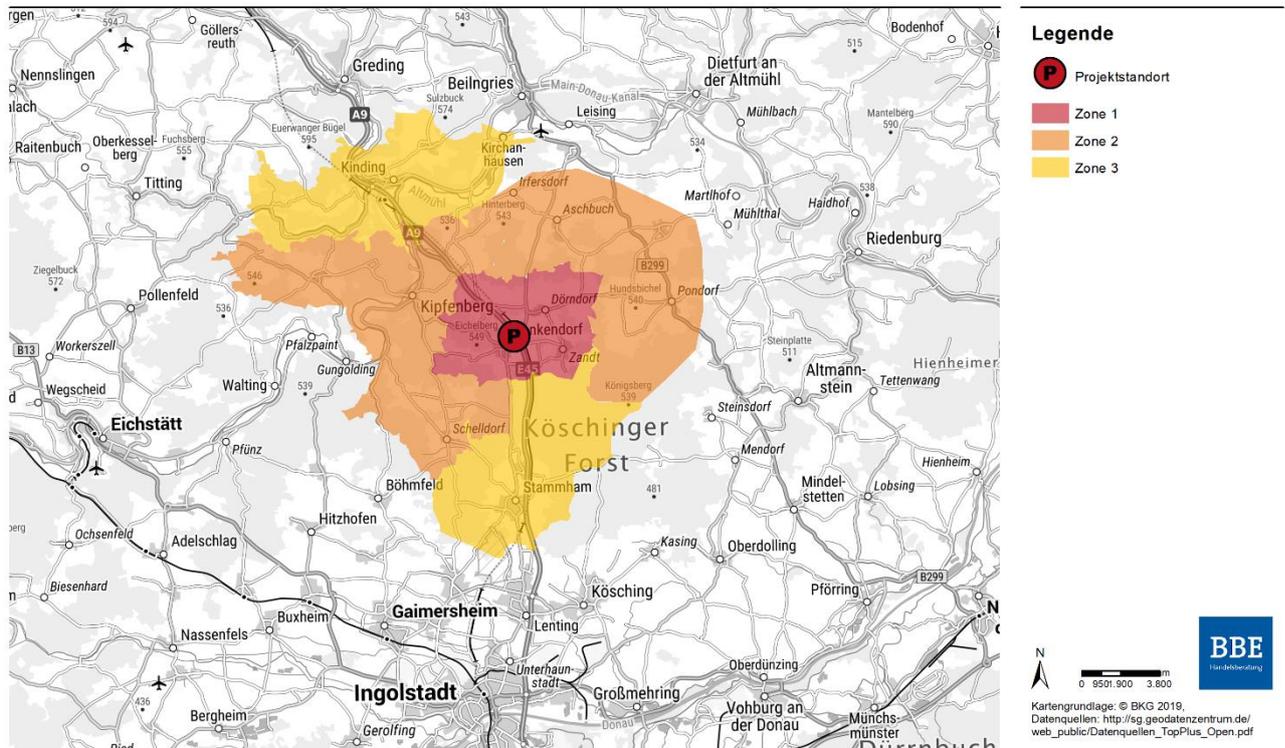
Basierend auf der Erreichbarkeit und der Angebotssituation ist folgendes Einzugsgebiet zu erwarten:

- **Zone I (= Naheinzugsgebiet)** umfasst das Gemeindegebiet Denkendorf mit 4.902 Einwohnern. Hier erreicht das Vorhaben die höchste Marktdurchdringung.
- **Zone II (= Kerneinzugsgebiet)** beinhaltet die umliegende, nah gelegenen Siedlungsbereiche der Nachbargemeinden Denkendorfs. Zone II beinhaltet die Nachbargemeinde Kipfenberg sowie die Beilngrieser Ortsteile Irfersdorf, Aschbuch, Kirchbuch und Grampersdorf sowie die Ortsteile Winden, Pondorf, Breitenhill und Megmannsdorf der Gemeinde Altmannstein. Aufgrund der Nähe zu Denkendorf sind Einkaufstendenzen zu erwarten, weswegen das Vorhaben Marktanteile in Zone II erzielen kann. Allerdings bestehen auch Einkaufstendenzen zu anderen Einkaufsstandorten, weswegen der Marktanteil geringer sein wird als in Zone I. Insgesamt leben in Zone II rd. 8.436 Einwohner.
- **In Zone III (= erweitertes Einzugsgebiet)** umfasst die im Norden und Süden gelegenen Gemeinden Kinding und Stammham, die ebenfalls an der Autobahn A9 gelegen sind. Die Marktdurchdringung ist im Vergleich zu Zone I und Zone II geringer. Dies begründet sich insbesondere durch die zunehmende Entfernung zum Vorhabenstandort sowie durch eigenes Angebot in den Gemeinden und durch Einkaufstendenzen zu anderen Einkaufsstandorten wie z.B. Ingolstadt oder Greding. Die Zone III umfasst ein Bevölkerungspotenzial von 6.604 Einwohner.

Insgesamt kann Denkendorf auf ein Einzugsgebiet mit aktuell 19.942 Einwohnern zurückgreifen. Die nachstehende Abbildung verdeutlicht die Abgrenzung des Einzugsgebietes.

Ansiedlungsvorhaben Denkendorf

Abbildung 4: Einzugsgebiet von Denkendorf



Quelle: BKG 2019, BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung.

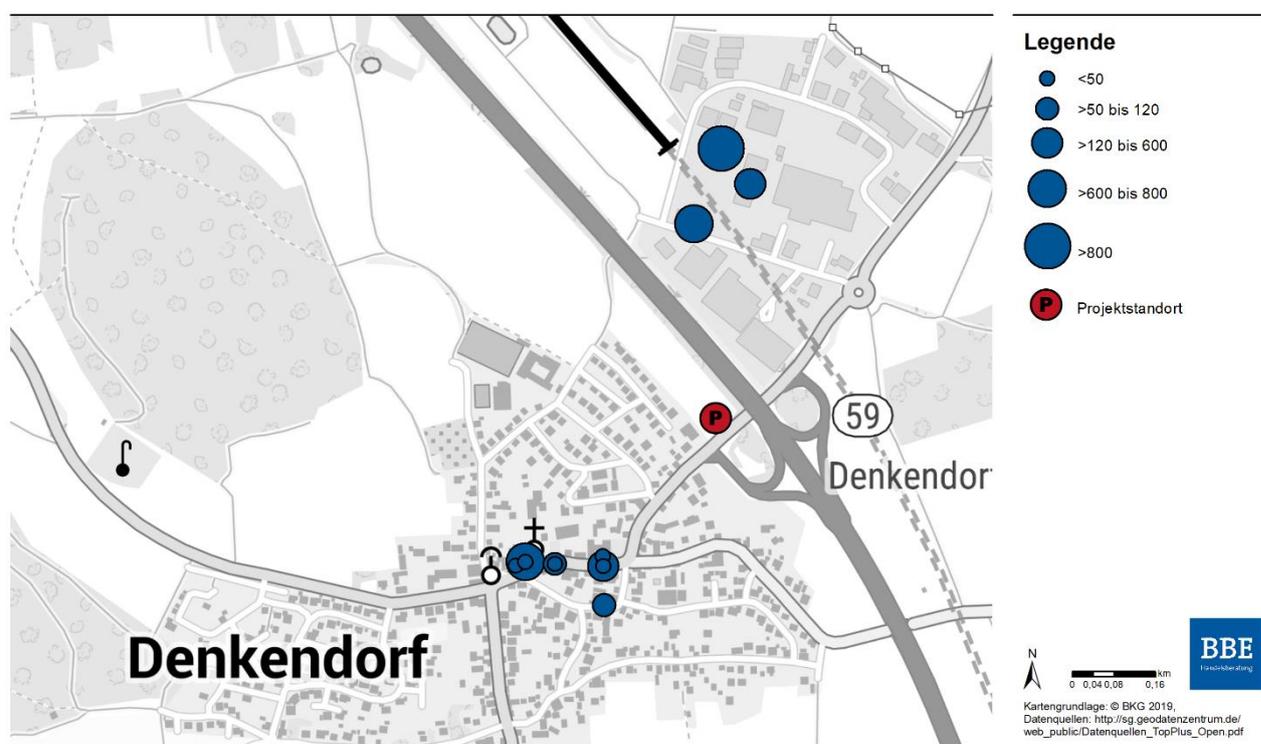
Über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinaus sind in nachgeordnetem Maße zusätzlich Kunden von außerhalb zu erwarten. Dies ist insbesondere auf die verkehrlich gute Erreichbarkeit zurückzuführen. Die Umsätze mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als sogenannter „Streumsatz“ berücksichtigt, der im vorliegenden Fall auf ca. 10 % geschätzt wird. Zudem wird auch touristische Kaufkraft durch das Ansiedlungsvorhaben gebunden.

5. Angebotssituation in Denkendorf

Tabelle 3: Kennzahlen des Einzelhandels in Denkendorf

Anzahl Einzelhandelsbetriebe ²	■ 20
Verkaufsfläche	■ 5.870 m ²
Verkaufsfläche / Einwohner	■ rd. 1,2 m ² / Einwohner
Umsatz Einzelhandel insgesamt	■ 20,9 Mio. €
durchschnittliche Flächenleistung	■ rd. 3.600 € / m ²
Umsatz-Kaufkraft-Relation	■ 63

Abbildung 5: Räumliche Verteilung des Einzelhandels im Kernort Denkendorf (ohne Ortsteile)



² Als Einzelhandelsbetriebe werden hier und im Folgenden diejenigen Betriebe bezeichnet, die Waren ausschließlich oder überwiegend an Endverbraucher in Verkaufsräumen verkaufen. Der Gruppe der Ladenhandwerksbetriebe sind die Betriebe des Bäckerei- und Konditorenhandwerks sowie die Metzgereien zuzuordnen. Die Betrachtung beinhaltet Einzelhandelsbetriebe im engeren Sinne. Aus der Betrachtung ausgeklammert werden die Betriebe des Kfz-Handwerks, des Handels mit Mineralölzeugnissen (außer größeren Verkaufsräumen in Tankstellen) und ähnlichen Waren (sogenannte Einzelhandelsbetriebe im weiteren Sinne).

Tabelle 4: Verkaufsfläche, Umsatz und Umsatz-Kaufkraft-Relation in Denkendorf *

Sortimentsgruppe	Verkaufsfläche	Verkaufsflächen- anteil	Umsatz	Umsatz- Kaufkraft- Relation
	in m ²		in Mio. €	
Nahrungs- und Genussmittel	3.640	62,0%	15,4	126%
Drogerie-, Parfümeriewaren	0	0,0%	0,0	0%
Apotheken	50	0,9%	1,3	49%
Sanitätsbedarf, medizinische und orthopädische Artikel, Hörgeräte	0	0,0%	0,0	0%
Gesundheit, Körperpflege	50	0,9%	1,3	25%
Blumen/ Floristik	80	1,4%	0,3	88%
zoologischer Bedarf	0	0,0%	0,0	0%
Blumen, zoologischer Bedarf	80	1,4%	0,3	47%
Kurzfristiger Bedarfsbereich	3.770	64,2%	16,9	94%
Bekleidung	1.140	19,4%	2,0	75%
Schuhe	0	0,0%	0,0	0%
Lederwaren	0	0,0%	0,0	0%
Sport-/ Campingartikel	0	0,0%	0,0	0%
Bekleidung, Schuhe, Sport	1.140	19,4%	2,0	52%
Bücher, Zeitschriften	20	0,3%	0,1	16%
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	0	0,0%	0,0	0%
Spielwaren, Hobby, Musikinstrumente	0	0,0%	0,0	0%
Bücher, Schreib- und Spielwaren	20	0,3%	0,1	5%
Mittelfristiger Bedarfsbereich	1.160	19,8%	2,1	39%
Möbel, Einrichtung	40	0,7%	0,1	3%
Elektrowaren, Medien, Technik	0	0,0%	0,0	0%
Optik, Uhren, Schmuck	80	1,4%	0,5	80%
Bau- und Gartenbedarf	120	2,0%	0,4	14%
sonstiger Einzelhandel	700	11,9%	1,0	94%
Langfristiger Bedarfsbereich	940	16,0%	1,9	20%
Gesamt	5.870	100%	20,9	63%

Quelle: Eigene Erhebung und Berechnung. *) Erfassung der Betriebe mit jeweiligem Hauptsortiment, Randsortimente werden nicht erfasst.

Abbildung 6: Verkaufsflächenanteile je Sortimentsbereich in Denkendorf

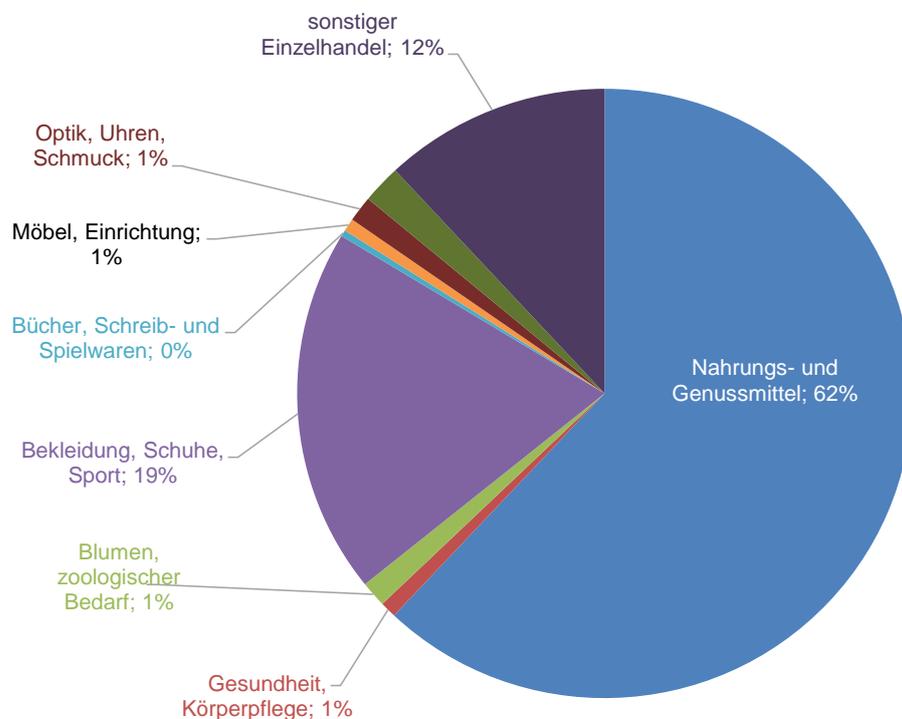


Tabelle 5: Angebot nach Standortlagen

Standortlagen in Denkendorf	Verkaufsfläche	Verkaufsflächenanteil	Umsatz	Anzahl der Betriebe
	in m ²		in Mio. €	
Ortsmitte	1.520	26%	6,9	10
Fachmarktstandort	4.030	69%	12,9	6
sonstiges Gemeindegebiet	320	5%	1,2	4
Gesamt	5.870	100%	20,9	20

Fazit zur Angebotssituation

Die Gemeinde Denkendorf verfügt im Einzelhandel insgesamt über eine Verkaufsfläche von rd. 5.900 m². Der Einzelhandel konzentriert sich zum größten Teil auf den Bereich des Lebensmitteleinzelhandels, der einen Anteil von rd. 62 % erreicht.

Es lassen sich zwei Einzelhandelsstandorte identifizieren. Rd. 70 % bzw. 4.000 m² Verkaufsfläche befinden sich am Fachmarktstandort „An der Römerstraße“, der 2010 in einer nicht-integrierten Lage östlich der Autobahn eröffnet wurde. Einen weiteren Einzelhandelsstandort bildet die Ortsmitte, wo die Betriebe entlang der Hauptstraße und vereinzelt in Nebenstraßen angesiedelt sind. Die Ortsmitte ist mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 26 % bei einer Verkaufsfläche von rd. 1.500 m² verhältnismäßig schwach aufgestellt.

In den Ortsteilen Denkendorfs existiert kein Einzelhandel bzw. nur die absolute Grundversorgung wie Hofläden in Altenberg und Dörndorf. In Dörndorf befindet sich zudem ein Fahrradfachgeschäft.

Leitbetriebe in der **Ortsmitte** sind zwei Edeka-Märkte entlang der Hauptstraße. Das Angebot wird abgerundet durch Lebensmittelhandwerksbetriebe (2 Bäckereien; 1 Metzgerei; eine weitere Metzgerei hat vor kurzem geschlossen), Tankstellenshops, ein Geschenkfachgeschäft; einer Apotheke, ein Blumenfachgeschäft und einem Augenoptiker.

In der **Fachmarktlage** „An der Römerstraße“ befinden sich die beiden Lebensmittelmärkte Aldi und Rewe. Zudem gibt es hier eine Fachmarktzeile mit den Anbietern Takko (Bekleidungsfachgeschäft), Tedi (Sonderpostenmarkt) sowie dem Trachtenfachgeschäft Trachten Pöllinger.

Der Großteil der – auch nahversorgungsrelevanten Verkaufsflächen – befindet sich somit im nicht-integrierten Fachmarktstandort. Dieser ist von den Wohngebieten des Hauptortes Denkendorf durch die Autobahn A 9 getrennt und weist somit keine fußläufige Erreichbarkeit auf. Gleichzeitig weist der Fachmarktstandort aufgrund der Lage in zweiter Reihe auch als autokundenorientierter Standort eine eingeschränkte Lagequalität auf. Dies wird auch im ISEK der Gemeinde Denkendorf festgestellt, ebenso wie ein Trading-Down-Prozess am Fachmarktstandort. Denn derzeit befinden sich schon zwei Ladenleerstände (400 und 600 m² Verkaufsfläche) in der östlichen Fachmarktzeile, zudem befindet sich in einer Ladeneinheit eine Spielhalle.

Genau deswegen wird auch im ISEK die Nahversorgungsfunktion des Ortskerns betont. Aufgrund der zentralen Lage und der vorhandenen Edeka-Märkte wird die Nahversorgungsfunktion des Ortskerns als wichtig bewertet. Jedoch weisen die bestehenden Edeka-Märkte eine eingeschränkte Verkaufsfläche und ein begrenztes Parkplatzangebot auf und sind trotz der modernen Ladengestaltung somit als nicht mehr zeitgemäß zu bewerten. Die Angebotsdopplung (zwei kleine Edeka-Märkte auf engem Raum) ist weder aus Verbrauchersicht noch aus Betreibersicht sinnvoll. Gleichzeitig sind die Nutzungen in der Ortsmitte zwar relativ kompakt, jedoch weisen diese eine geringe Dichte auf und werden immer wieder von Wohnnutzung unterbrochen. Dies führt dazu, dass vom Ortskern keine einheitliche Gestaltungssprache wie eine Schaufensterfront aufweist, wie auch im ISEK festgestellt wird. Die Ortsmitte hat dabei vielmehr den Charakter einer Durchgangsstraße mit geringer Aufenthaltsqualität. Dies führt dazu, dass die Strahlkraft der Ortsmitte als Einzelhandelsstandort – auch für Bewohner abseits des Hauptortes Denkendorf – relativ gering ist. Für diese Bewohner ist der Fachmarktstandort derzeit die bessere Einkaufsalternative, aber auch dieser Standort weist wie oben erläutert Schwächen in den Bereichen Angebot, Optik / Außenauftritt und Erreichbarkeit auf.

Im ISEK wird deswegen auch die Notwendigkeit nach einem Gesamtkonzept für den Einkaufsstandort Denkendorf verdeutlicht. Ein Gesamtkonzept sollte zum Ziel haben, die Nahversorgung langfristig zu sichern.

Entwicklungspotenziale

- Insgesamt erreicht der Einzelhandelsstandort Denkendorf eine Umsatz-Kaufkraft-Relation (Gegenüberstellung von Umsatz der Bestandsbetriebe und Kaufkraftpotenzial der Bewohner) von rd. 63 %, womit insgesamt über alle Sortimente hinweg betrachtet ein Kaufkraftabfluss an Standorte außerhalb Denkendorfs verdeutlicht wird. Aufgrund der Größe Denkendorfs ist ein Kaufkraftabfluss in Sortimenten der mittel- bis langfristigen Bedarfsbereichen nicht ungewöhnlich. Entwicklungspotenziale im Einzelhandel liegen aufgrund der Einwohnerzahl in Denkendorf schwerpunktmäßig im Bereich der kurzfristigen Bedarfsbereiche, und dabei insbesondere in den für die Nahversorgung wichtigen Sortimenten Lebensmittel sowie Drogeriewaren.
 - Die Gemeinde kann im Lebensmitteleinzelhandel mit einer Umsatz-Kaufkraft-Relation von 121 % Kaufkraftzufluss von außerhalb erzielen. Dies entspricht auch der Funktion als Grundzentrum, womit eine Versorgungsfunktion für das Umland einhergeht und worin sich das überörtliche Einzugsgebiet Denkendorfs begründet. Quantitativ herrscht somit in Denkendorf eine gute Ausstattung im Sortiment Lebensmittel vor, qualitativ herrschen jedoch wie oben erläutert Defizite vor.
 - Im nahversorgungsrelevanten Sortiment Drogeriewaren herrschen sowohl qualitativ als auch quantitativ Versorgungslücken vor. Derzeit gibt es hier nur das eingeschränkte Randsortiment der Lebensmittelanbieter, weswegen Kaufkraft an andere Standorte abfließt. Die Ansiedlung eines Drogeriemarktes ist empfehlenswert, um die zentralörtliche Funktion der Gemeinde nachhaltig zu sichern.
 - Darüber hinaus gilt, dass Apotheken, Juweliere und Optiker, aber auch Buchhandlungen und Schreibwarenfachgeschäfte, eine sehr gute Abrundung für eine umfassende Versorgungsfunktion des Ortskernes sind und deswegen auch nur dort angesiedelt werden sollten.
 - In allen weiteren Bereichen wie Bekleidung, Schuhe, Sportartikel, Elektrowaren und Möbel sowie Bau- und Gartenbedarf ist allgemein eine Ansiedlung in Denkendorf aufgrund der aktuellen Flächenanforderungen sowie Einzugsgebietsgrößen der Betreiber erschwert. In zentrenrelevanten Sortimenten wie Bekleidung ist grundsätzlich eine Ansiedlung aus städtebaulicher Sicht im Ortskern einer Ansiedlung im Gewerbegebiet vorzuziehen. Dies erschwert jedoch die Betreibersuche abermals. Die davon ausgehenden Gefahren bei einer Ansiedlung im Gewerbegebiet werden aufgrund der Verfügbarkeit entsprechender Anbieter auch an anderen Orten und Online als überschaubar angesehen. Fachmärkte müssen das Ortszentrum vor diesem Hintergrund nicht zwangsläufig schädigen, sondern können diesen Standort ergänzen. Die Entwicklungspotenziale von Denkendorf liegen jedoch wie oben ausgeführt vor allem in den Sortimenten der kurzfristigen Bedarfsbereiche Lebensmittel und Drogeriewaren.
-

6. Zusammenfassende SWOT-Analyse

<p>Stärken</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Funktion als Grundzentrum mit Versorgungsfunktion für das Gemeindegebiet und das Umland ■ Gute verkehrliche Erreichbarkeit durch Lage an der Autobahn A9 ■ Positive Bevölkerungsentwicklung ■ Keine Leerstandproblematik im Ortskern ■ Ortsmitte mit Nahversorgungsfunktion ■ Kaufkraftzufluss im Lebensmitteleinzelhandel 	<p>Schwächen</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Kaufkraftabfluss in einigen Sortimenten, v. a. im nahversorgungsrelevanten Sortiment Drogeriewaren ■ Etwa 74 % der Verkaufsfläche befindet sich außerhalb des Ortskerns von Denkendorf. Somit besteht innerörtliche Konkurrenz durch Betriebe am Fachmarktstandort ■ Ortsmitte mit geringer Handelsdichte und Strahlkraft, vorhandene Lebensmittelanbieter entsprechen nicht dem aktuellen Marktstandard ■ Geringe Lagequalität des Fachmarktstandortes in 2. Reihe und in nicht-integrierter Lage, trading-down-Prozess sichtbar ■ Qualitative Schwächen der zwei Standortbereiche Ortsmitte und Fachmarktstandort
<p>Chancen</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Flächenpotenzial für großflächige Handelsformate bei gleichzeitiger integrierten und verkehrsgünstiger Lage im Kernort verfügbar ■ Sicherung der verbrauchernahen Versorgung in integrierter Lage mit modernen Handelsformaten möglich ■ Verstärkte Konzentration der Einzelhandelsbetriebe in zentraler Lage durch innerörtliche Verlagerung von Betrieben 	<p>Risiken</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Wegbrechen der verbrauchernahen Versorgungsstrukturen denkbar ■ Gleichzeitig weiterer trading-down-Prozess am Fachmarktstandort denkbar ■ Steigender Anteil des Online-Handels reduziert Ansiedlungsspielräume

7. Auswirkungsanalyse für das Ansiedlungsvorhaben

7.1. Projektplanung und Projektdaten

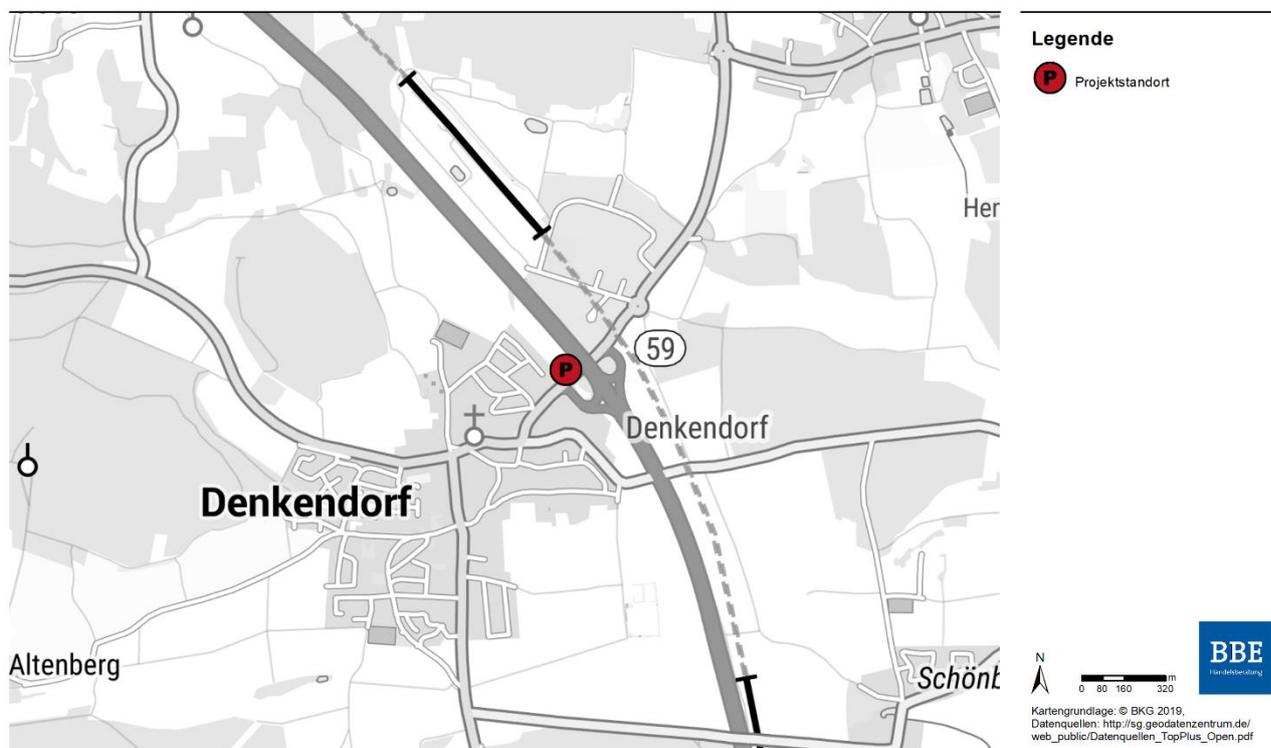
Die Ratisbona plant die Umsiedlung des bestehenden peripher gelegenen Aldi-Discount-Marktes und eines im Ortszentrum gelegenen Edeka-Marktes auf ein neues Grundstück an der Hauptstraße. Der Standort soll durch einen Getränkemarkt, einen Drogeriemarkt sowie eine Bäckerei ergänzt werden.

Folgende Verkaufsflächen sind geplant:

- Edeka-Supermarkt mit rd. 1.200 m² VKF
- Getränkemarkt mit rd. 400 m² VKF
- Aldi-Discounter mit rd. 1.200 m² VKF
- Bäckerei mit rd. 300 m² VKF (davon rd. 130 m² Café-Bereich)
- dm Drogeriemarkt mit rd. 750 m² VKF

Aufgrund der Großflächigkeit des geplanten Vorhabens wird die Ausweisung eines Sondergebiets Einzelhandel nach § 11 BauNVO angestrebt. Im Rahmen der Aufstellung des Bebauungsplans ist daher zu prüfen, ob schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich zu erwarten sind.

Abbildung 7: Standort des Vorhabens



Quelle: BKG 2019; eigene Bearbeitung BBE Handelsberatung.

7.2. Mikrostandortanalyse

Neben der Analyse des Makrostandortes stellt die Mikrostandortanalyse den zweiten Teil der Standortbewertung dar. Damit werden insbesondere die Aspekte der Lage und der verkehrlichen Erreichbarkeit thematisiert. Der Mikrostandort ist vor allem auch für die Abgrenzung des prospektiven Einzugsgebietes von Relevanz.

Lage des Projektgrundstücks und Nutzungsumfeld

Der Projektstandort befindet sich an der Hauptstraße im Kernort Denkendorf im direkten Anschluss an die Siedlungsgebiete der Gemeinde. Die Hauptstraße stellt die Hauptverkehrsstraße durch die Ortsmitte Denkendorfs dar. Das Plangrundstück liegt zentral im Gemeindegebiet Denkendorf, das aus sieben Ortsteilen besteht. Das Plangebiet wird auf der nordöstlichen Seite von der Autobahn A9 begrenzt. In südwestlicher Richtung grenzt direkt die Wohnbebauung Denkendorfs an, zudem befindet sich hier ein Hotel (Hotel Mozartstuben).

Abbildung 8: Ansichten des Planstandortes und Standortumfeld



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen.

Verkehrliche Situation

Durch die Lage an der Hauptstraße ist der Standort aus dem gesamten Gemeindegebiet sehr gut erreichbar. Diese Hauptverkehrsachse verläuft durch die Ortsmitte Denkendorfs und stellt die Verbindung zu den weiteren Ortsteilen her. Auch die direkte Lage an der Autobahnausfahrt 59 Denkendorf sichert eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit. Die Erschließung des Grundstücks ist über einen Kreisverkehr von der Hauptstraße geplant. Es befindet sich zudem ein Fußgängerweg entlang der Hauptstraße. Eine ortsübliche Bushaltestelle befindet sich im Ortszentrum in fußläufiger Entfernung.

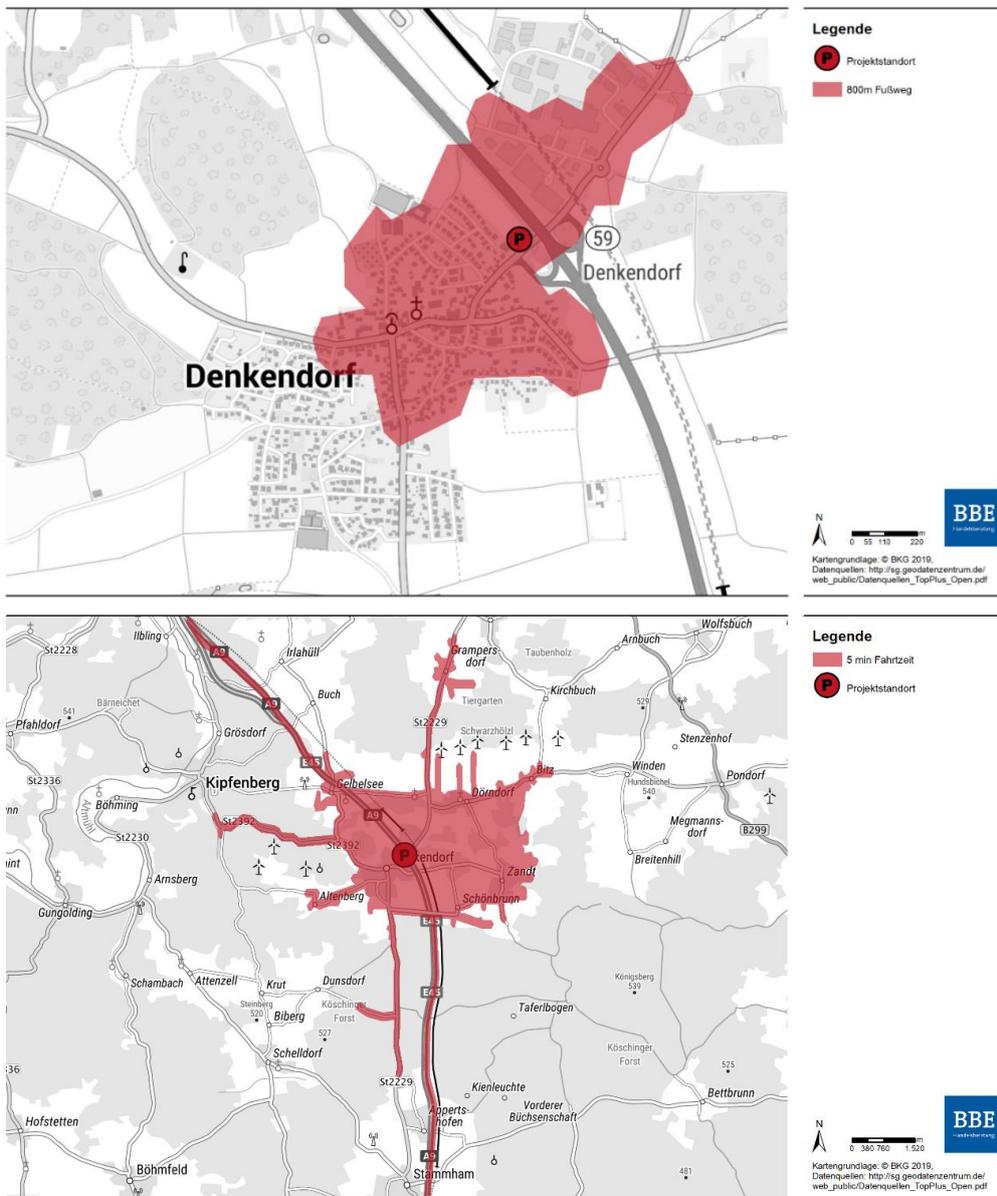
Versorgungsfunktion und wohnortnahe Versorgung

Das Ansiedlungsvorhaben wird eine zentrale Versorgungsfunktion für die Gemeinde Denkendorf übernehmen und die Nahversorgung nachhaltig sichern. Die Kombination aus einem Supermarkt, einem Discounter und einem Drogeriemarkt hat sich als besonders vorteilhaft für die Kunden herausgestellt. Durch die Verlagerung der Bestandsbetriebe entstehen moderne und zeitgemäße (auch hinsichtlich Parkplatzverfügbarkeit und Verkaufsflächengrößen) Handelsformate. Zudem wird der Anbieter Aldi von einem dezentralen Standort an einen integrierten Standort verlagert. Es ist zu erwarten, dass dadurch der trading-down-Prozess in der Fachmarktlage weiter verstärkt wird und die verbliebenen Anbieter ebenfalls eine Verlagerung anstreben. Durch die verkehrlich sehr gute Erreichbarkeit an der Hauptstraße mit ausreichend Parkplätzen werden zum einen Pkw-Kunden angesprochen, zum anderen ist der Planstandort fußläufig erreichbar und grenzt an die bestehende Wohnbebauung an. Im fußläufigen Einzugsbereich von 800 Metern leben rd. 1.080 Einwohner

An siedlungsvorhaben Denkendorf

(siehe Abb. 9)³. Damit können rd. 50 % der Einwohner des Hauptortes den Standort fußläufig erreichen. Aufgrund der ländlichen Struktur und der Gemeindegröße können angepasste Kriterien für die Erreichbarkeit herangezogen werden. In vergleichbaren Fällen wurden als angemessene fußläufige Entfernung im ländlichen Raum durch die Genehmigungsbehörden in Bayern 1.000 m Entfernung angesetzt. In diesem Fall erhöht sich die Einwohnerzahl im fußläufigen Einzugsbereich auf rd. 1.400 und somit auf 60 % der Bewohner des Hauptortes Denkendorfs. Gleichzeitig ist der Standort aufgrund der zentralen Lage im Gemeindegebiet sowie der guten Verkehrsanbindung auch für alle Bewohner der Ortsteile Denkendorfs in 5 Fahrminuten erreichbar (siehe Abb. 9). Somit ermöglicht der Standort auch für diese Bewohner im ländlichen Kontext eine verbrauchernahe Versorgung.

Abbildung 9: Fußläufige und verkehrliche Erreichbarkeit des Planstandortes



Quelle: BKG 2019, Bearbeitung: BBE Handelsberatung GmbH.

³ Als fußläufiger Einzugsbereich wird allgemein unabhängig von den jeweils standörtlichen Gegebenheiten bei Lebensmittelanbietern ab 400 m² Verkaufsfläche ein Radius von rd. 500 bis 800 m angesetzt, dies entspricht ca. 8 bis 15 Gehminuten. In ländlich geprägten Gebieten können z.T. bis 1.000 m angesetzt werden.

Aniedlungsvorhaben Denkendorf

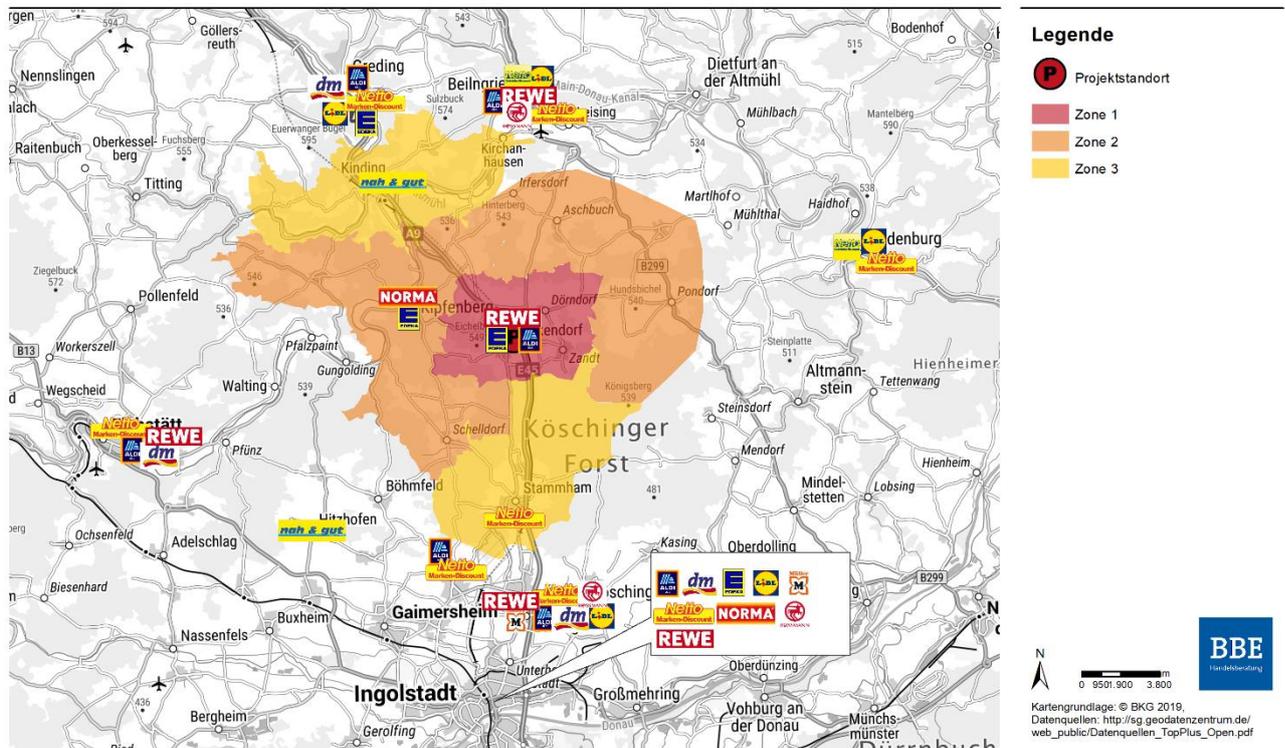
Fazit zum Mikrostandort

- Der Standort befindet sich an der Hauptverkehrsstraße der Gemeinde Denkendorf in direktem Anschluss an die Wohnbebauung Denkendorfs.
- Der Standort ist zentral im Gemeindegebiet Denkendorf gelegen.
- Die Erreichbarkeit ist sowohl zu Fuß, mit dem Rad als auch mit dem Pkw als sehr gut zu bewerten.
- Das Vorhaben hat unter quantitativen und qualitativen Aspekten eine hohe Versorgungsbedeutung. Rund 50 % der Einwohner des Hauptortes Denkendorf können den Standort in 800 m fußläufig erreichen, circa 60 % erreichen den Standort in einem 1.000 m-Radius. Auf die Gesamtbevölkerung Denkendorfs (4.900 Einwohner) bezogen, können 22 % den Standort fußläufig in 800 m erreichen.
- Der Standort erfüllt somit wichtige Voraussetzungen für einen modernen und zukunftsfähigen Standort: wohnortnahe Versorgung, moderne Flächenlayouts und ausreichend Flächenverfügbarkeit sowie verkehrlich gute Erreichbarkeit.

7.3. Angebotssituation im Untersuchungsraum

Das folgende Kapitel dient der Darstellung und Bewertung der Angebotssituation im weiteren regionalen Umfeld des Vorhabens.

Abbildung 10: Regionale Angebotssituation (Auswahl)



Quelle: BKG 2019, BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung.

Ansiedlungsvorhaben Denkendorf

Die Analyse der Wettbewerbssituation erfolgte im Juli 2019 im Rahmen einer Vor-Ort-Besichtigung. Im Untersuchungsraum wurden alle projektrelevanten Anbieter erhoben, d.h. es wurden alle Einzelhandelsbetriebe ermittelt, deren Sortimente eine Überschneidung mit dem Sortimentsangebot des Vorhabens aufweisen.

Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass Systemwettbewerber (= Lebensmitteldiscounter und Supermärkte und Drogeriemärkte) sowie Betriebe, die ebenfalls das Ziel von Versorgungseinkäufen sind und eine größere Sortimentsüberschneidung mit dem Vorhaben aufweisen, in einen intensiveren Wettbewerb mit dem Vorhaben treten, als Betriebe des Lebensmittelhandwerks oder Betriebe, die ein spezialisiertes Sortiment führen (z.B. Feinkostläden, Obst- und Gemüsehändler).

7.3.1. Regionale Angebotssituation

Die Gemeinde **Kipfenberg** (rd. 5.800 Einwohner) befindet sich nordwestlich der Gemeinde Denkendorf in ungefähr 6 km Entfernung. Hier sichert ein moderner Edeka-Lebensmittelvollsortimenter die Nahversorgung. An diesem Standort in der Eichstätterstraße befindet sich zudem eine Norma-Filiale. Die Lebensmittelmärkte verfügen über eine gute verkehrliche Erreichbarkeit und ausreichend Pkw-Stellplätze. Das Nahversorgungsangebot wird durch Betriebe des Lebensmittelhandwerks ergänzt, die sich in der Ortsmitte (Marktplatz und Torbäckgäßchen) befinden.

Die Gemeinde **Kinding** (rd. 2.500 Einwohner) ist von Denkendorf in rd. 13 km in nördlicher Richtung zu erreichen. Aufgrund der Einwohnerzahl ist das Nahversorgungsangebot der Gemeinde eingeschränkt. Es befindet sich kein vergleichbarer Lebensmittelmarkt in der Gemeinde. Die Nahversorgungsstrukturen werden durch einen nah&gut-Markt mit ergänzenden Lebensmittelhandwerk sichergestellt. Diese befinden sich entlang des Marktplatzes in der Ortsmitte.

Die Gemeinde **Stammham** (rd. 4.000 Einwohner) ist südlich der Gemeinde Denkendorf in 8 km Entfernung gelegen. Die Gemeinde verfügt über eine Netto-Filiale in Nähe zur Staatsstraße im südlichen Gemeindegebiet, die die Nahversorgung der Gemeinde sicherstellt. Weitere Lebensmittelhandwerksbetriebe in der Westerhofener Straße und in der Ingolstädter Straße runden das Angebot ab.

Abbildung 11: Nahversorgungsangebote im Einzugsgebiet (Auswahl)



Edeka in Kipfenberg



nah&gut in Kinding

Ansiedlungsvorhaben Denkendorf



Netto in Stammham

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen.

Nördlich von Denkendorf befindet sich die Stadt **Greding** (rd. 7.100 Einwohner) in ungefähr 19 km Entfernung. Die Stadt verfügt über mehrere Lebensmittelmärkte und einen Drogeriemarkt, die untersuchungsrelevant sind. Entlang der Kindinger Straße befinden sich in verkehrlich guter Lage die Anbieter Aldi und Edeka. Ebenfalls in der Kindinger Straße befindet sich ein Netto-Markt als Solitärstandort. Im südlichen Stadtgebiet entlang der Staatsstraße befindet sich ein Verbundstandort mit den Anbietern Lidl und dm. Die Anbieter sind allesamt zeitgemäß und wettbewerbsfähig. In der Ortsmitte von Greding befinden sich entlang des Marktplatzes Betriebe des Lebensmittelhandwerks.

Als Mittelzentrum mit einer Einwohnerzahl von rd. 9.700 Einwohner bildet die Stadt **Beilngries** einen Versorgungsschwerpunkt. Die Stadt befindet sich nördlich von Denkendorf in rd. 15 km Entfernung. Die Stadt verfügt über ein Einzelhandelskonzept, das im Rahmen eines Integrierten Stadtentwicklungskonzeptes im Jahr 2015 entwickelt wurde. In dem Einzelhandelskonzept wird ein Zentraler Versorgungsbereich abgegrenzt, der sich entlang der Hauptstraße in der Ortsmitte verorten lässt und neben Lebensmittelhandwerksbetrieben den Anbieter Norma beinhaltet. Weitere Einzelhandelsstandorte bilden die Fachmarkttagglomeration (FMA) Eichstätter Ring mit den Lebensmittelmärkten Netto, Aldi Getränkemarkt Netto und den weiteren Fachmärkten Takko und Deichmann. In direkter Nähe dazu befindet sich die Fachmarkttagglomeration Ringstraße. Hier befinden sich die u.a. Fachmärkte Rossmann Drogeriemarkt, Ernting's Family und NKD. Im sonstigen Stadtgebiet befinden sich zudem noch die Anbieter Rewe, Edeka und Lidl. Die Anbieter weisen ein aktuelles Flächenlayout auf und sind als wettbewerbsfähig zu bewerten.

Rund 15 km südlich von Denkendorf befindet sich der Siedlungsschwerpunkt **Lenting** mit ca. 4.900 Einwohnern. Aktuell verfügt Lenting über ein neu errichtetes Fachmarktzentrum mit einem Vollsortimenter (Rewe), einem Lebensmitteldiscounter (Norma) und einem Müller-Drogeriemarkt. Das Fachmarktzentrum präsentiert sich attraktiv und wettbewerbsfähig. Aufgrund seiner verkehrsgünstigen Lage unmittelbar vor der Anschlussstelle Lenting der A9 und der zahlreichen Arbeitspendler, die über die St2335 zum westlich gelegenen Audi-Werk fahren, ist an diesem Standort neben dem Nahbereichspotenzial aus Lenting selbst mit einem sehr hohen Streupotenzial zu rechnen.

Ebenfalls südlich von Denkendorf befindet sich der Markt **Kösching** mit rd. 9.700 Einwohnern. Dieser verfügt über ein breites Angebot im Lebensmittelbereich, das sich auf das Gewerbegebiet am westlichen Ortsrand von Kösching konzentriert. Dort sind ein Supermarkt (Edeka) sowie vier Lebensmitteldiscounter angesiedelt (Aldi, Lidl, Netto, Penny). Dieses Lebensmittelangebot wird ergänzt durch einen Drogeriemarkt (Rossmann) sowie einen Sonderpostenmarkt (Tedi) und Textilfachmärkte (Kik, AWG). Gemessen an der Einwohnerzahl Köschings ist das Nahversorgungsangebot als überdurchschnittlich gut zu bewerten. Die

Ansiedlungsvorhaben Denkendorf

Wettbewerber präsentieren sich allesamt als modern und wettbewerbsfähig. Insbesondere durch die räumliche Nähe der einzelnen Anbieter und das damit verbundene Kopplungspotenzial verfügt der Agglomerationsstandort in Kösching über eine hohe Attraktivität und Strahlkraft.

Abbildung 12: Nahversorgungsangebote im Einzugsgebiet (Auswahl)



dm in Greding



Aldi in Beilngries



Rewe und Müller in Lenting



Edeka in Kösching

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen.

7.3.2. Zusammenfassung zur Angebotssituation

Beim Vorhaben handelt es sich um eine Verlagerung der bestehenden Betriebe Edeka und Aldi innerhalb des Gemeindegebiets. Innerhalb des prognostizierten Einzugsgebietes existieren keine weitere Aldi-Filiale sowie kein weiterer Drogeriemarkt. Hier ist somit nur eine geringe Wettbewerbsintensität vorhanden. Im Einzugsgebiet ist ein weiterer Edeka-Markt in Kipfenberg vorhanden. Zudem befindet sich in Kipfenberg eine Norma-Filiale. Eine Betriebstypenüberschneidung besteht zudem zum Rewe-Markt am Fachmarktstandort Denkendorf.

Das Untersuchungsgebiet, das über das potenzielle Einzugsgebiet hinausgeht, ergibt sich aus den Zeit-Wege-Distanzen, verkehrlicher und topographischer Barrieren und der Angebotssituation im Umland. Außerhalb des Einzugsgebietes sind insbesondere die Standorte in Beilngries, Greding, Lenting und Kösching untersuchungsrelevant. Hier herrschen im Lebensmittelbereich Betriebs- und Betreiberüberschneidungen vor, zudem befinden sich hier auch Drogeriemärkte, die das Einzugsgebiet des geplanten Drogeriemarktes am Vorhabenstandort einschränken.

Die nachstehende Tabelle fasst die Umsatzleistungen der Wettbewerbslagen im Untersuchungsgebiet zusammen:

Tabelle 6: Angebotssituation nach Lagen

Standortlage	Lebensmittel		Drogeriewaren	
	Verkaufsfläche	Umsatz	Verkaufsfläche *	Umsatz *
	m ²	in Mio. €	m ²	in Mio. €
Innerhalb des Einzugsgebiets	7.520	32,4	-	-
Denkendorf - Ortsmitte (inkl. 2 Edeka-Märkte)	1.210	4,6	-	-
Denkendorf - Fachmarktstandort (inkl. Aldi, Rewe)	2.330	10,2	-	-
Denkendorf - sonstiges Gemeindegebiet	100	0,6	-	-
Kipfenberg - Nahversorgungsstandort (inkl. Edeka, Norma)	2.000	8,2	-	-
Kipfenberg - sonstiges Gemeindegebiet	220	1,3	-	-
Kinding (inkl. nah&gut)	380	1,9	-	-
Stammham - Nahversorgungsstandort (inkl. Netto)	1.000	4,2	-	-
Stammham - Sonstiges Gemeindegebiet	280	1,6	-	-
Untersuchungsrelevante Standorte außerhalb des Einzugsgebiets	19.060	89,2	3.200	20,6
Beilngries - ZVB Innenstadt/Altstadt (inkl. Norma)	600	3,2	-	-
Beilngries - FMA Eichstädter Straße (inkl. Netto, Netto Getränkemarkt, Aldi)	2.490	12,0	-	-
Beilngries - sonstiges Stadtgebiet (inkl. Edeka, Lidl, Rewe)	4.170	22,4	-	-
Beilngries - FMA Ringstraße (inkl. Getränkemarkt, Rossmann)	290	0,6	*	*
Greding (inkl. Lidl, Edeka, Aldi, Netto, dm)	3.890	17,0	*	*
Kösching - FMA Ingolstädter Straße (inkl. Lidl, Edeka, Aldi, Netto, dm, Rossmann)	5.180	24,2	*	*
Lenting - FMA Nürnberger Straße (inkl. Norma, Rewe, Müller Drogeriemarkt)	2.440	9,8	*	*

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebung (2019) und Berechnung; Rundungsdifferenzen möglich.

*) Da es sich jeweils um einzelne Betriebe handelt, werden die Daten aus Datenschutzgründen nur aggregiert ausgewiesen.

7.4. Planungsrechtliche Beurteilungsgrundlagen

Die Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben bemisst sich nach den Regelungen im § 11 Abs. 3 BauNVO. Hierin heißt es:

„1. Einkaufszentren,

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

3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind, sind außer in Kerngebieten nur in für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig.“

Es sind somit mögliche Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich sowie auf den Erhalt und die Entwicklung der Zentralen Versorgungsbereiche in der Gemeinde Denkendorf oder in anderen Kommunen abzuwägen.

Dabei spielen insbesondere die ökonomischen Auswirkungen (d.h. die Umsatzzumlenkungen) auf die jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche bzw. bestehende Nahversorgungslagen eine wesentliche Rolle. Dadurch soll der Schutz des Einzelhandels an solchen Standorten sichergestellt werden, die funktionsgerecht in das städtebauliche Ordnungssystem eingebunden sind.

Ein fest definierter Schwellenwert für einen städtebaulich beachtlichen Kaufkraftabfluss, ab dessen Höhe mit schädlichen städtebaulichen Folgen zu rechnen wäre, ist gesetzlich nicht vorgegeben.⁴ In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis hat sich jedoch (abgeleitet aus der Zulässigkeit von Vorhaben nach § 34 Abs. 3 BauGB) als **quantitative Orientierungsgröße** etabliert, dass bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust i.d.R. ab 10 %, bei anderen Sortimenten ab 20 % zu Geschäftsaufgaben führen kann und als abwägungsrelevant angesehen wird.⁵

Tabelle 7: Orientierungswerte der Umsatzverlagerungen 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

⁴ 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.

⁵ 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).

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

Insbesondere sind beispielsweise bei einer bestehenden Vorschädigung, bei Attraktivitätsmängeln (z.B. geringe städtebauliche Qualität, niedrige Aufenthaltsqualität des Stadtraums, geringe Einzelhandelsdichte, Ladenleerstände, unattraktives Angebot) oder bei Erreichbarkeitsdefiziten (z.B. schlechte Straßenanbindung, geringes Stellplatzangebot, fehlende ÖPNV-Anbindung) Stabilitätsverluste zu erwarten. Der Abwägungsschwellenwert von 10 % ist somit ein wesentlicher Indikator für mögliche schädliche Auswirkungen, jedoch nicht als „Demarkationslinie“ zu sehen.⁶

Neben der Berechnung der Umsatzumlenkungen aus zentralen Versorgungsbereichen können noch **weitere Indikatoren** geprüft werden, um die Auswirkungen des Planvorhabens besser zu beurteilen. Dazu können u.a. der Anteil der neu geschaffenen Verkaufsfläche an der projektrelevanten Bestandsfläche, die Entfernung des Vorhabenstandortes zu den jeweils betroffenen zentralen Versorgungsbereichen und die städtebauliche Beurteilung dieser Lagen zählen. Des Weiteren ist zu prüfen, inwieweit das Vorhaben auf solche Sortimente abzielt, die in dem jeweiligen zentralen Versorgungsbereich von einem „Magnetbetrieb“ angeboten werden, dessen unbeeinträchtigter Bestand maßgebliche Bedeutung für die weitere Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches hat.⁷

Mögliche Umsatzumlenkungen, die keine schädlichen städtebaulichen Folgen haben, sind bezüglich der Beurteilung der baurechtlichen Genehmigungsfähigkeit hinzunehmen, da die Genehmigungsverfahren kein Instrument zur Wettbewerbssteuerung darstellen sollen. Schädliche Auswirkungen dürfen also nicht unter dem Aspekt des Wettbewerbsschutzes gesehen werden. Selbst ein größerer Umsatzverlust in einzelnen Branchen gilt als unschädlich, solange der gesamte Versorgungsbereich in keine kritische Lage versetzt wird. Grundsätzlich sind jedoch schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche dann zu erwarten, wenn deren Funktionsfähigkeit so nachhaltig gestört wird, dass sie ihren Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr substantiell wahrnehmen können.⁸

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

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

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

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

7.5. Umsatzprognose

Zur Berechnung einer Umsatzprognose für einen Einzelhandelsbetrieb existieren verschiedene Methoden. Üblicherweise werden Umsätze auf Basis durchschnittlicher Flächenleistungen oder mittels des Marktanteilskonzepts berechnet.

Bei der Umsatzprognose auf Basis branchenüblicher Flächenleistungen basiert die Raumleistung auf Durchschnittswerten, die durch den Gutachter auf Basis der Standortrahmenbedingungen angepasst werden müssen.

Beim Marktanteilskonzept wird das vorhandene Marktpotenzial im Betrachtungsraum auf Basis der Wettbewerbssituation anteilig den Anbietern zugeordnet. Der Vorteil ist, dass das Marktpotenzial auf Basis der Verbrauchsausgaben, der Kaufkraftkennziffern und der Einwohnerzahl statistisch präzise erfasst ist. Durch das Marktanteilskonzept werden Kaufkraftunterschiede und die Angebotssituation berücksichtigt. Damit wird eine hohe Prognosesicherheit erreicht.

7.5.1. Flächenleistung

Nachfolgend werden die prospektive Raumleistung und die daraus resultierenden Umsatzprognose für die geplanten Betriebsflächen vorgestellt. Die einzelnen Betriebstypen erreichen folgende Raumleistungen⁹:

- Lebensmittel-Discountmarkt: Durchschnitt von 4.800 € / m², bei einer Spanne von 3.800 € / m² bis 5.800 € / m²
- Supermarkt: Durchschnitt von 3.600 € / m², bei einer Spanne von 3.300 € / m² bis 4.100 € / m²
- Getränkemarkt: Durchschnitt von 1.600 € / m², bei einer Spanne von 1.400 € / m² bis 1.800 € / m²
- Bäckerei: Durchschnitt von 5.000 € / m², bei einer Spanne von 4.500 € / m² bis 5.500 € / m²
- Drogeriemarkt: Durchschnitt von 5.500 € / m², bei einer Spanne von 5.000 € / m² bis 6.000 € / m²

Es ist davon auszugehen, dass das Vorhaben durchschnittliche Flächenleistungen erreichen kann (siehe Tab. 8). Für den Anbieter Aldi wird die maximale Flächenleistung herangezogen. Für den Drogeriemarkt wird die minimale Flächenproduktivität herangezogen, was sich durch das eingeschränkte Marktpotenzial begründet (siehe Kap. 7.5.2).

Es handelt es sich bei der Umsatzprognose unter Berücksichtigung der vorstehend aufgeführten Fakten um einen maximalen Umsatzwert. Eine darüber hinausgehende Umsatzausweitung ist insbesondere hinsichtlich der Wettbewerbssituation auszuschließen. Dies verdeutlicht auch das nachfolgende Marktanteilskonzept (siehe Kap. 7.5.2), das die räumliche Umsatzrekrutierung aus dem Einzugsgebiet abbildet.

In diesem Sinne handelt es sich um einen **Worst-Case-Ansatz**. Insofern ist davon auszugehen, dass im Folgenden eine Überzeichnung der tatsächlich zu erwartenden Auswirkungen erfolgt. Mit anderen Worten: der gewählte Ansatz garantiert, dass ein ausreichender Sicherheitspuffer besteht. Die tatsächliche Umsatzleistung des Betriebs wird aufgrund der dargestellten Marktsituation unter der Umsatzprognose liegen.

⁹ Struktur- und Marktdaten des Einzelhandels 2017. BBE Handelsberatung. Abzurufen unter: https://www.stmwi.bayern.de/fileadmin/user_upload/stmwi/Publikationen/2017/2017-12-27_Bericht_Marktdaten_2017.pdf

Tabelle 8: Prospektive Raumleistung

Gesamtvorhaben	Verkaufsfläche	Raumleistung	Planumsatz
	m ²	in € pro m ²	in Mio. €
Aldi Bestand	800	5.800	4,6
Aldi Erweiterung	400	5.800	2,3
Aldi Gesamt	1.200	5.800	7,0
Edeka Bestand	670	3.600	2,4
Edeka Erweiterung	530	3.600	1,9
Edeka Gesamt	1.200	3.600	4,3
Bäckerei-Café	170	5.000	0,9
Getränkemarkt	400	1.600	0,6
dm Drogeriemarkt	750	5.000	3,8
<i>Nahrungs- und Genussmittel Erweiterung</i>	<i>1.500</i>		<i>5,7</i>
Nahrungs- und Genussmittel Gesamt	2.970		12,8
Drogeriewaren Gesamt	750		3,8
Gesamtvorhaben	3.720		16,6

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen, Werte gerundet.

7.5.2. Marktpotenzial und Marktanteilkonzept

Die Umsätze eines Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhabens setzen sich in Abhängigkeit von Art, Größe, Lage des Vorhabens und der Wettbewerbssituation aus verschiedenen Quellen zusammen. Die Umsätze im Einzugsgebiet sind dabei abhängig vom erreichbaren Marktanteil¹⁰.

Nachfolgend wird eine Umsatzherkunftsprognose auf Grundlage der möglichen erzielbaren Marktanteile in den verschiedenen Zonen des Einzugsgebiets des Vorhabens erstellt. Die Marktanteile ergeben sich auf Grundlage der Gesamtattraktivität des Anbieters relativ zum Wettbewerb auf Basis

- der Lagequalität des Projektstandortes (insbesondere im Vergleich zum direkten Wettbewerbsumfeld),
- der Größe der Verkaufsfläche,
- des Betriebstyps und
- der Wettbewerbsintensität.

Tendenziell nehmen Marktanteile mit zunehmender Entfernung zum Projektstandort ab, die Auswahlmöglichkeiten der Konsumenten nehmen dagegen zu.

Die Höhe der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer gibt unabhängig von der Größe der Stadt das verfügbare Netto-Einkommen pro Einwohner im Verhältnis zum Gesamteinkommen in der Bundesrepublik an, welches für die Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.

¹⁰ Bei dem sog. Marktanteilkonzept wird das relevante Nachfragevolumen im Einzugsgebiet der möglichen Kaufkraftabschöpfung eines Vorhabens (= Marktanteil) gegenübergestellt.

Ansiedlungsvorhaben Denkendorf

Das vorhabenrelevante Kaufkraftvolumen errechnet sich aus der Multiplikation der Bevölkerungszahl im Einzugsgebiet und dem statistisch ermittelten Pro-Kopf-Ausgabebetrag (IFH-Handelsforschung), bewertet mit der jeweiligen sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffer¹¹ (Quelle: BBE!CIMA!MB-Research).

Im Bereich Nahrungs- und Genussmittel liegen die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben der Bevölkerung bundesweit bei 2.418 € pro Jahr (Stand 2019). Im Bereich Drogeriewaren liegt der durchschnittliche Pro-Kopf-Ausgabebetrag der Bevölkerung bundesweit bei 372 € pro Jahr (Stand 2019).

Aufgrund der besonderen Ausgangssituation des Makrostandorts Denkendorfs (siehe Kap. 3) wird das Kaufkraftpotenzial der vor Ort lebenden Bevölkerung noch erweitert durch Tages- und Übernachtungstouristen, die sich vor Ort versorgen. Aufgrund der touristischen Bedeutung mit über 60.000 Übernachtungen pro Jahr und rd. 280.000 Tagesgästen, ist dieses Potenzial ebenso zum Gesamtkaufkraftvolumen hinzuzuzählen.

Das touristische Kaufkraftvolumen im Einzugsgebiet lässt sich wie folgt herleiten:

- Durchschnittliche Ausgaben von Übernachtungsgästen (Unterkünfte ab 10 Betten) liegen bei 126,60 € pro Tag, wovon 18,8 % in den Einzelhandel fließen (Quelle: Wirtschaftsfaktor Tourismus in Oberbayern, Studie, IHK München und Oberbayern, 2016). 64.065 Übernachtungen pro Jahr = 1,2 Mio. € Kaufkraftpotenzial
- Tagestouristen geben in der Region Naturpark Altmühltal am Tag 1,60 € für Lebensmitteleinkäufe aus (Quelle: Tagesreisen der Deutschen, Dwif, 2014). Bei 281.886 Tagesgästen pro Jahr (Übernachtungsgäste x Faktor 4,4) in Denkendorf ergibt sich ein Kaufkraftpotenzial von 0,5 Mio. €.
- Insgesamt ergibt sich ein touristisches Kaufkraftvolumen von rd. 1,7 Mio. € in Denkendorf.

Tabelle 9: Marktpotenzial Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren im Einzugsgebiet

Zone	Einwohner	Kaufkraftkennziffer Lebensmittel	in Mio. € p.a.		Marktpotenzial Drogeriewaren	Marktpotenzial Nahversorgung (Lebensmittel und Drogeriewaren)
			Marktpotenzial Lebensmittel	Kaufkraftkennziffer Drogeriewaren		
Zone I gesamt	4.902	103,1	12,2	98,7	1,8	14,0
Zone II gesamt *	8.436	103,1	21,0	100,3	3,1	24,2
Zone III gesamt **	6.604	105,0	16,8	100,5	2,5	19,2
Gesamt im Einzugsgebiet	19.942	103,7	50,0	100,0	7,4	57,4
Marktpotenzial Streumsatz (10 %)			5,6		0,8	6,4
Touristisches Kaufkraftpotenzial						1,7
Gesamt inkl. Streumsatz			55,6		8,2	65,5

Quelle: BBE!CIMA!MB-Research. Rundungsdifferenzen möglich. Stand 2019. *) In Zone II handelt es sich um die aggregierte Kaufkraftkennziffer der Gemeinden Kipfenberg, Altmannstein und Beilngries. **) Aggregierte Kaufkraftkennziffer der Gemeinden Stammham und Kinding.

Nach den Zahlen der BBE-Marktforschung steht, unter Berücksichtigung der erläuterten Parameter, im abgegrenzten Einzugsgebiet im vorhabenbezogenen **Lebensmittelsortiment aktuell** ein solides Kaufkraftvolumen in Höhe von ca. 50 Mio. € im Jahr zur Verfügung. Davon entfallen rd. 12,2 Mio. € auf die Gemeinde Denkendorf selbst. Hier hinzu kommt aufgrund der verkehrlich guten Lage ein Kaufkraftpotenzial durch Streumsatz von rd. 10 % bzw. 5,6 Mio. €.

¹¹ Anmerkung: Die sortimentspezifische Kaufkraft spiegelt die Nachfrage der privaten Haushalte bzw. Personen einer Stadt oder Region für spezielle Sortimente im Einzelhandel wider. Sie weicht von der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ab, welche zusammenfassend die Ausgaben über alle Sortimente im Einzelhandel darstellt. Durch die sortimentspezifische Kaufkraft werden die unterschiedlichen Elastizitäten innerhalb der einzelnen Branchen abgebildet.

Im Bereich Drogeriewaren ergibt sich mit Streuumsätzen ein Marktpotenzial von insgesamt rd. 8,2 Mio. € im Einzugsgebiet. Insgesamt kommen zudem rd. 1,7 Mio. € touristisches Kaufkraftpotenzial hinzu, sodass dem Vorhaben insgesamt ein Markt- bzw. Kaufkraftpotenzial von rd. **65,5 Mio. €** zur Verfügung stehen.

Folgende Tabelle stellen die Umsatzprognosen für die Sortimente Lebensmittel und Drogeriewaren anhand des Marktanteilskonzeptes dar.

Tabelle 10: Marktanteilsprognose in den Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren

Kundenherkunft	Nahrungs- und Genussmittel			Drogeriewaren		
	relevantes Kaufkraftvolumen	erwartete Bindungsquote	Umsatzerwartung	relevantes Kaufkraftvolumen	erwartete Bindungsquote	Umsatzerwartung
	in Mio. €		in Mio. €	in Mio. €		in Mio. €
Zone I	12,2	55-60%	7,1	1,8	70-75%	1,3
Zone II	21,0	10-15%	2,3	3,1	35-40%	1,2
Zone III	16,8	5-10%	1,5	2,5	25-30%	0,7
Einzugsgebiet gesamt	50,0	20-25%	10,9	7,4	40-45%	3,2
Streuumsätze (10 %)	8,8		1,3	1,3		0,4
Umsatz durch Touristen *			0,6			0,2
Gesamtumsatz	58,9		12,8	8,7		3,8

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen. Rundungsdifferenzen möglich.

*) Das touristische Kaufkraftpotenzial liegt insgesamt bei rd. 1,7 Mio. € (siehe Berechnung S. 32).

Das Vorhaben wird im Bereich Lebensmittel (Supermarkt, Discounter, Aldi sowie Bäckerei) einen Marktanteil von maximal 25 % erreichen können. Den höchsten Marktanteil erreicht das Vorhaben in Denkendorf selbst (=Zone I), wo das Vorhaben mit rd. 55-60 % Marktanteil strukturprägend sein wird. Der Marktanteil nimmt mit zunehmender Entfernung zum Vorhabenstandort ab, so dass in Zone III nur ein Marktanteil von maximal 10 % erreicht werden kann. Da es sich um eine Umverlagerung bestehender Betriebe handelt, wird ein Großteil des Planumsatzes – ca. 7,1 Mio. € - derzeit schon am Standort generiert.

Die vorstehende Tabelle zeigt auf, dass das Vorhaben im Bereich Drogeriewaren einen höheren Marktanteil von rd. 40 bis 45 % erreichen kann. Dies begründet sich auch durch das Fehlen eines Drogeriemarktes im Einzugsgebiet. Dennoch ist dieser Wert als ambitioniert zu bewerten.

Der Supermarkt, der Discounter, der Getränkemarkt sowie die Bäckerei erreichen bei einem Umsatz von 12,8 Mio. € einen Marktanteil von rd. 20 bis 25 % im Einzugsgebiet. Aufgrund der Angebotssituation ist dieser Marktanteil als maximal erreichbar zu bewerten. Eine darüber hinausgehende Umsatzleistung ist aufgrund der dargestellten Faktoren als unrealistisch einzustufen, sodass das gutachterlich eingeschätzte Umsatzniveau die Obergrenze abbildet.

Der projektierte Drogeriemarkt erreicht bei einem Umsatz von 3,8 Mio. € einen ambitionierten Marktanteil von 40-45 % im Einzugsbereich. Die Marktanteilsberechnung verdeutlicht, dass eine darüber hinausgehende Marktabschöpfung nicht realistisch ist. Insofern dürfte die zu erwartende Umsatzleistung des Drogeriemarktes geringer ausfallen wie hier als Worst-case-Ansatz angenommen wurde.

7.6. Methodische Vorgehensweise

Im Rahmen einer qualifizierten Auswirkungsanalyse ist eine sachgerechte Bewertung der Auswirkungen einer geplanten Einzelhandelsansiedlung / -erweiterung auf die bestehende städtebauliche Situation bzw. die Nutzungsstruktur in dem Ansiedlungsort erforderlich. Für die Beurteilung der Auswirkungen ist im Wesentlichen die Überprüfung möglicher Umsatzumlenkungsprozesse, welche aus zentralen Versorgungsbereichen induziert werden könnten, von entscheidender Bedeutung. Insofern erfolgt eine Analyse und Bewertung der möglichen Umsatzumlenkungen, welche durch die Vorhaben hervorgerufen werden.

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

- die bestehenden sortimentspezifischen Verkaufsflächen im Untersuchungsraum,
- der erzielte Umsatz bzw. die Raumleistung eines jeden Betriebes,
- die Betriebstypenzugehörigkeit der einzelnen Anbieter,
- die Raumdistanzen bzw. räumlichen Widerstände zwischen den Anbietern und dem Projektstandort,
- die räumliche Verortung des Konsumentenpotenzials und
- der Prognoseumsatz des Projektvorhabens.

Nach der Umsetzung der Vorhaben wird sich das räumliche Angebotsgefüge im Untersuchungsraum nicht wesentlich verändern. Dennoch werden sich in Folge der hinzutretenden Verkaufsfläche Umsatzverlagerungen zu Lasten von einzelnen Standorten bzw. Betrieben ergeben.

Somit liefert das Modell eine Berechnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen (quantitative Analyse), welche dann in einem zweiten Schritt auf Grundlage der konkreten Standortgegebenheiten der betroffenen Betriebe bewertet werden müssen (qualitative Analyse). Auf Grundlage der absatzwirtschaftlichen Untersuchung erfolgt somit eine Einschätzung von möglichen städtebaulichen Auswirkungen des Projektes i. S. d. § 11 Abs. 3 BauNVO.

Es ist gemäß der aktuellen Rechtsprechung üblich, nur den Zusatzumsatz zu betrachten, da der Lebensmitteldiscounter Aldi sowie der Supermarkt Edeka bereits seit vielen Jahren Bestandteil des lokalen Einzelhandelsangebots in diesem Gebiet sind. Demzufolge sind die Wettbewerbswirkungen der Bestandsflächen am Markt schon eingetreten bzw. der Wettbewerb hat sich auf die langjährig etablierten Anbieter eingestellt.¹² Demnach werden durch den „Bestandumsatz“ keine zusätzlichen städtebaulich relevanten Umsatzumverteilungen ausgelöst. Als Prüfmaßstab ist somit lediglich der zusätzlich durch die Mehrverkaufsfläche induzierte Umsatz anzusetzen.

¹² Das BVerwG hat dazu u.a. in einem Urteil ausgeführt, dass „... bei der Prognose der Auswirkungen [...] von der gegebenen städtebaulichen Situation auszugehen [ist]. Diese wird nicht nur von den anderen vorhandenen Einzelhandelsbetrieben, sondern auch durch den Betrieb, dessen Erweiterung geplant ist, in seinem bisherigen Bestand geprägt.“ (vgl. BVerwG [4 B 3.09] vom 12.02.2009).

In einem Urteil schreibt das OVG Nordrhein-Westfalen, dass „... im Rahmen der Prognoseentscheidung über schädlichen Auswirkungen im konkreten Einzelfall jedoch zu berücksichtigen [ist], dass die Klägerin bereits am Erweiterungsstandort ein genehmigtes Lebensmitteldiscountgeschäft mit einer Verkaufsfläche von 727,97 m² seit 1995 betreibt und sich der Markt hierauf eingestellt hat. In die Prognose ist somit nicht die Neuansiedlung eines Discounters mit einer Verkaufsfläche von 899,40 m² einzustellen, sondern die Erweiterung eines Geschäftes mit 727,97 m² um 171,43 m², das dadurch großflächig wird.“ (vgl. OVG Nordrhein-Westfalen [10 A 1417/07] vom 06.11.2008).

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

7.7. Umsatzzumlenkungseffekte / wettbewerbliche Auswirkungen

Für die Betrachtung der zu erwartenden absatzwirtschaftlichen Auswirkungen i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO sind die vom Vorhaben ausgehenden Umlenkungseffekte für die in den zentralen Versorgungsbereichen ansässigen Betriebe relevant. Dabei ist zu berücksichtigen, dass der im Realisierungsfall am Standort zu erwartende Umsatz zwangsläufig Wettbewerbern an anderer Stelle verloren geht, da durch die Realisierung nicht mehr Kaufkraft entsteht, sondern diese lediglich zwischen den unterschiedlichen Wettbewerbern / Wettbewerbsstandorten umgelenkt wird.

7.7.1. Sortiment Lebensmittel

Das Vorhaben beinhaltet im Sortimentsbereich Lebensmittel die Verlagerung mit Verkaufsflächenvergrößerung der Anbieter Aldi und Edeka. Zudem werden ein Getränkemarkt und ein Bäckerei-Café angesiedelt. Primär steht das Vorhaben im Wettbewerb zu betriebstypengleichen Lebensmittelanbietern. Dies bedeutet, dass im Falle des Lebensmittelmarktes vergleichbare Märkte durch Auswirkungen betroffen sind. Erst nachfolgend werden andere Lebensmittelanbieter (u.a. Lebensmittelhandwerker) Auswirkungen unterliegen.

Die zu Grunde liegende Modellrechnung basiert auf der Annahme, dass der wettbewerbswirksame Umsatz in Höhe von rd. 4,9 Mio. € (Planumsatz [rd. 12,8 Mio. €] abzgl. des Bestandumsatzes [rd. 7,1 Mio. €]) abzgl. des Streuumsatzes der Erweiterungsflächen durch Streukunden und Touristen [rd. 0,8 Mio. €]) umgelenkt wird.

Aufgrund der geringen Wettbewerbssituation im potenziellen Einzugsgebiet des Vorhabens, wird ein Großteil des wettbewerbswirksamen Umsatzes durch Rückholung derzeit aus dem Einzugsgebiet abfließender Kaufkraft erwirtschaftet werden. Kunden, die derzeit z. B. in Beilngries oder Greding einkaufen, werden folglich an den Standort zurückgeholt. Der Streuumsatz, der auf diffuse Umsatzzuflüsse zurückzuführen ist, beträgt rd. 0,8 Mio. € p.a. Der übrige Mehrumsatz von rund 1,0 Mio. € wird gegen die bestehenden Betriebe im Einzugsgebiet umverteilt (siehe Tabelle 7).

Tabelle 11: Umsatzherkunft Lebensmittel

Umsatzherkunft Vorhaben Verlagerung Aldi und Edeka, Neuansiedlung Getränkemarkt und Bäckerei-Café	Umsatz	
	in Mio. € p. a.	in % des Umsatzes
Umsatz des Vorhabens	5,7	100%
davon Umsatzzumlenkung gegenüber Standorten außerhalb des Einzugsgebiets (Kaufkraftrückholung)	3,9	68%
davon erhöhter Umsatzzufluss von außerhalb (= Streuumsatz)	0,8	14%
davon Umsatzzumlenkung zu Lasten bestehender Betriebe im Einzugsgebiet	1,0	18%

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH, Rundungsdifferenzen möglich.

Die Auswirkungen auf die einzelnen Standortlagen sind in Tabelle 8 modelltheoretisch berechnet.

Tabelle 12: Umsatzumlenkung Lebensmittelmarkt

		Umsatzerwartung Vorhaben	
Vorhaben Verlagerung Edeka-Supermarkt und Aldi-Discounter, Neuansiedlung Getränkemarkt und Bäckerei-Café			
Umsatzumverteilung in bestehenden Angebotsstrukturen:			
	aktueller Umsatz Lebensmittel	Umsatzumverteilung	
Innerhalb des Einzugsgebiets	24,1 Mio. €	4,1%	1,0 Mio. €
Denkendorf - Ortsmitte (ohne die zu verlagernden Edeka-Märkte)	0,9 Mio. €	n.n.	n.n.
Denkendorf - Fachmarktstandort (inkl. Rewe, ohne den zu verlagernden Aldi-Markt)	5,6 Mio. €	10,8%	0,6 Mio. €
Denkendorf - sonstiges Gemeindegebiet	0,6 Mio. €	n.n.	n.n.
Kipfenberg - Nahversorgungsstandort (inkl. Edeka, Norma)	8,2 Mio. €	3,7%	0,3 Mio. €
Kipfenberg - sonstiges Gemeindegebiet	1,3 Mio. €	n.n.	n.n.
Kinding (inkl. nah&gut)	1,9 Mio. €	n.n.	n.n.
Stammham - Nahversorgungsstandort (inkl. Netto)	4,2 Mio. €	2,4%	0,1 Mio. €
Stammham - Sonstiges Gemeindegebiet	1,6 Mio. €	n.n.	n.n.
Untersuchungsrelevante Standorte außerhalb des Einzugsgebiets	89,2 Mio. €	4,4%	3,9 Mio. €
Beilngries - ZVB Innenstadt/Altstadt (inkl. Norma)	3,2 Mio. €	n.n.	n.n.
Beilngries - FMA Eichstätter Straße (inkl. Netto, Netto Getränkemarkt, Aldi)	12,0 Mio. €	5,9%	0,7 Mio. €
Beilngries - sonstiges Stadtgebiet (inkl. Edeka, Lidl, Rewe)	22,4 Mio. €	4,5%	1,0 Mio. €
Beilngries - FMA Ringstraße (inkl. Getränkemarkt, Rossmann)	0,6 Mio. €	n.n.	n.n.
Greding (inkl. Lidl, Edeka, Aldi, Netto, dm)	17,0 Mio. €	4,7%	0,8 Mio. €
Kösching - FMA Ingolstädter Straße (inkl. Lidl, Edeka, Aldi, Netto, dm, Rossmann)	24,2 Mio. €	4,1%	1,0 Mio. €
Lenting - FMA Nürnberger Straße (inkl. Norma, Rewe, Müller Drogeriemarkt)	9,8 Mio. €	4,1%	0,4 Mio. €
Umsatzumverteilung Lebensmittel durch Erweiterungsvorhaben gesamt		4,3%	4,9 Mio. €
Streuumsätze Erweiterungsfläche und Umsatz durch Touristen			0,8 Mio. €
Bestandsumsatz			7,1 Mio. €
Umsatzerwartung Vorhaben gesamt			12,8 Mio. €

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH; n. n. (nicht nachweisbar) = Werte kleiner 0,1 Mio. € / 0,1 % werden nicht dargestellt, da sie unterhalb der Nachweisbarkeitsschwelle liegen, Rundungsdifferenzen möglich.

Die Lebensmittelanbieter in den einzelnen Orten und Standorten im Untersuchungsraum werden einen Umsatzverlust zu verkraften haben, der mit einem deutlichen Sicherheitspuffer unter dem **Abwägungsschwellenwert der Unverträglichkeit** von rd. 10 % (vgl. Tab. 6) liegt. Dies deutet darauf hin, dass zwar mit einer Intensivierung des Wettbewerbs zu rechnen ist, jedoch Existenzbedrohungen, die städtebauliche Auswirkungen mit sich bringen (z. B. Leerstände), nicht zu erwarten sind.

Jedoch sind gegen den Fachmarktstandort in Denkendorf Umsatzumlenkungen von 10 bis 11 % zu erwarten. Im Kapitel 6.8 werden die städtebaulichen Auswirkungen durch das Vorhaben im Detail betrachtet.

7.7.2. Sortiment Drogeriewaren

Primär steht das Vorhaben im Wettbewerb zu betriebstypengleichen Fachmärkten. Dies bedeutet, dass im Falle des Drogeriefachmarktes vergleichbare Drogerieanbieter durch Auswirkungen betroffen sind. Drogerie- und Parfümeriewaren sind darüber hinaus als sog. Non-Food I-Sortiment fester Bestandteil von Lebensmittelmärkten. Hierbei unterscheiden sich die Betriebsformen in der Angebotsbreite und –tiefe. Während Discounter ein standardisiertes Rumpfsortiment vorhalten, wächst mit zunehmender Verkaufsflächengröße der Sortimentsumfang bei Vollsortimentsanbietern ([großen] Supermärkten, SB-Warenhäusern) an. Im Umkehrschluss stehen diese Anbieter, wenn auch nachrangig, mit dem Vorhaben in Wettbewerb.

Im vorliegenden Fall ist der zu begutachtende Gesamtumsatz in Höhe von ca. 3,8 Mio. € für das Sortiment Drogeriewaren zu berücksichtigen. Die zugrunde liegende Modellrechnung basiert auf der Annahme, dass der wettbewerbswirksame Umsatz in Höhe von rd. 3,2 Mio. € (Planumsatz [rd. 3,8 Mio. €] abzgl. der Streuumsätze¹³ [rd. 0,6 Mio. €]) umgelenkt wird.

Aufgrund der offenen Marktpotenziale im Einzugsgebiet wird dieser Umsatz komplett durch Kaufkraftrückholung von anderen Standorten außerhalb des Einzugsgebietes generiert werden (vgl. nachfolgende Tabelle). Die Umsätze gehen somit nicht zu Lasten bestehender Betriebe im Einzugsgebiet.

Tabelle 13: Umsatzherkunft Drogerie- und Parfümeriewaren

Umsatzherkunft Vorhaben Neuansiedlung Drogeriemarkt	Umsatz	
	in Mio. € p. a.	in % des Umsatzes
Umsatz des Vorhabens	3,8	100%
davon Umsatzlenkung gegenüber Standorten außerhalb des Einzugsgebiets (Kaufkraftrückholung)	3,2	85%
davon erhöhter Umsatzzufluss von außerhalb (= Streuumsatz)	0,6	15%
davon Umsatzumlenkung zu Lasten bestehender Betriebe im Einzugsgebiet	0,0	0%

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH, Rundungsdifferenzen möglich.

Die Auswirkungen auf die einzelnen Standortlagen im Untersuchungsgebiet sind in Tabelle 10 modelltheoretisch berechnet.

¹³ Dies sind Umsätze, welche durch Kunden von außerhalb des Einzugsgebiets zufließen. Streuumsätze resultieren aus keinen dauerhaften und ausgeprägten Einkaufsbeziehungen und können hinsichtlich der Herkunft nicht genau lokalisiert werden. Diese Umsätze ergeben sich bspw. aus sporadischen Einkäufen, von Besuchern des Standortes oder von Zufallskunden.

Tabelle 14: Umsatzverteilung Drogerie- und Parfümeriewaren

		Umsatzherkunft Vorhaben	
Vorhaben Drogeriemarkt, Sortiment Drogerie / Parfümerie / Kosmetik			
Umsatzumverteilung in bestehenden Angebotsstrukturen:			
	aktueller Umsatz Drogeriewaren	Umsatzumverteilung	
Wettbewerbstandorte im Untersuchungsgebiet (Beilngries - FMA Ringstraße inkl. Rossmann, Greding inkl. dm, Kösching - FMA Ingolstädter Straße inkl. dm, Rossmann, Lenting - FMA Nürnberger Straße inkl. Müller Drogeriemarkt)	20,6 Mio. €	9,3%	1,9 Mio. €
Weitere Wettbewerbstandorte außerhalb des Einzugsgebietes (u. a. Ingolstadt)		<10%	1,3 Mio. €
Umsatzumverteilung Drogerie / Parfümerie / Kosmetik gesamt			3,2 Mio. €
Streuumsätze und touristische Umsätze			0,6 Mio. €
Umsatzerwartung Vorhaben gesamt			3,8 Mio. €

Quelle: BBE Handelsberatung GmbH; eigene Erhebung und Berechnung, Rundungsdifferenzen möglich.

Wie aus der obigen Tabelle hervorgeht, werden am stärksten die Wettbewerbsstandorte im Umland durch Kaufkraftrückholungseffekte betroffen sein, d. h. der komplette Umsatz des geplanten Drogeriemarktes geht zu Lasten von Wettbewerbsstandorten außerhalb des Einzugsgebietes. Mit Sicherheit kann daraus abgeleitet werden, dass auch außerhalb des Einzugsgebietes keine städtebaulich relevanten Umsatzzumlenkungen induziert werden, da sich die Umsatzzumlenkungen mit zunehmender Entfernung auf viele Anbieter verteilen werden. Zudem handelt es sich um legitime Kaufkraftrückholung an den Standort Denkendorf.

Die Wettbewerbsintensität wird sich auf die nächstgelegenen Standorte im Untersuchungsraum, die einen Drogeriemarkt aufweisen, erhöhen. Doch ein Wegfall eines der Anbieter ist daraus nicht abzuleiten. Zudem befinden sich die Anbieter vornehmlich außerhalb zentraler Versorgungsbereich in Fachmarkt- bzw. Gewerbegebietslagen.

7.8. Auswirkungen des Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche

Für die städtebauliche Bewertung des Vorhabens ist entscheidend, ob durch die induzierten Umsatzumlenkungseffekte zentrale Versorgungsbereiche in ihrer Funktionalität beeinträchtigt oder die Nahversorgung in Wohngebieten gefährdet werden, sodass negative Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung zu erwarten sind. Diese negativen Effekte sind zu unterstellen, wenn infolge des Vorhabens Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren wichtig sind, ohne dass adäquate Nachnutzungen realisiert werden können.

Aus der vorstehenden Modellrechnung (Worst-Case-Szenario) lassen sich rein wettbewerbliche, jedoch keine städtebaulichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche ableiten. Im Einzelnen können die Ergebnisse wie folgt interpretiert werden:

Nahrungs- und Genussmittel

- Bei dem Vorhaben handelt es sich um eine Verlagerung mit Verkaufsflächenvergrößerung der Bestandsbetriebe Edeka und Aldi, die durch einen Getränkemarkt und ein Bäckerei-Café ergänzt werden. Der Großteil des Umsatzes wird somit durch die bestehenden Märkte heute schon getätigt. Die Wettbewerbswirkungen sind somit deutlich eingeschränkt.
- Mit der Verlagerung von Aldi rückt der Anbieter in eine zentrumsnahe, integrierte Lage mit umgebenen Wohngebieten. Mit der Verlagerung von Edeka entsteht ein modernes Handelsformat, das den aktuellen Kundenansprüchen entspricht. Es entsteht ein aktuelles und marktfähiges Konzept, das der Verbesserung der örtlichen Nahversorgung dient.
- Mit einer absoluten Umsatzumlenkung von ca. 1,0 Mio. € gegenüber den relevanten Einzelhandelsbetrieben im Einzugsgebiet ist eine vom Vorhaben induzierte durchschnittliche Umsatzumlenkungsquote von rund 4,1 % zu erwarten. Hieraus sind flächendeckende Betriebsabsiedlungen, bezogen auf den gesamten Einzugsbereich, nicht abzuleiten.
- Im Einzugsgebiet geht der zu erwartende Umsatzverlust primär zu Lasten des **Fachmarktstandortes in Denkendorf** (rd. 0,6 Mio. €; ca. 10,8 % Umsatzverlust). Die Umlenkung wird vorrangig den dort ansässigen Rewe-Supermarkt betreffen, da dieser dem gleichen Betriebstyp zuzuordnen ist. Der Umsatzverlust wird trotz einer Umlenkungsquote, die über dem Abwägungsschwellenwert von 10 % liegt, nicht in einer grundsätzlichen Gefährdung der Standortlage münden. Wie dargestellt ist der Fachmarktstandort aber insgesamt von einem trading-down-Prozess betroffen und verfügt nicht über optimale Standortvoraussetzungen. Dies ist insbesondere auf die mangelhafte Lagequalität des Standortes in einer nicht-integrierten Lage in 2. Reihe im Gewerbegebiet zurückzuführen. Es handelt sich bei der Umsatzumverteilung somit um eine Umverteilung von einem dezentralen Standort an einen zentralen Standort. Bei Wegfall eines Anbieters sind somit keine städtebaulich negativen Auswirkungen zu konstatieren, da es sich nicht um einen schutzwürdigen Standortbereich handelt. Die Auswirkungen sind somit wettbewerblich zu bewerten und haben keine städtebaulich schädlichen Auswirkungen zur Folge. Die Verlagerung von Aldi in die Ortsmitte ist eine städtebaulich erwünschte Entwicklung.
- Gegenüber den **Nahversorgungsstandorten in Kipfenberg und Stammham** ist mit einer Umsatzumlenkung von rd. 0,3 Mio. € bzw. 0,1 Mio. € zu rechnen; dies entspricht Umlenkungsquoten von rd. 3,7 % bzw. 2,4 %. Die betroffenen Märkte präsentieren sich attraktiv und zeitgemäß und sind verkehrsgünstig gelegen; sie verfügen zudem über ein hohes Nahbereichspotenzial für die Bevölkerung in den jeweiligen Gemeinden, sodass Betriebsaufgaben mit großer Wahrscheinlichkeit auszuschießen sind. Insbesondere der Edeka-Markt in Kipfenberg weist ein modernes Flächenlayout auf und ist somit auch als direkter Wettbewerber zum neu zu entstehenden Edeka-Markt in Denkendorf wettbewerbsfähig. Städtebaulich schädliche Auswirkungen in Form von Betriebsaufgaben sind somit auszuschließen.

Ansiedlungsvorhaben Denkendorf

- In den weiteren Standortlagen im Einzugsgebiet ist derzeit kein vergleichbarer Lebensmittelmarkt angesiedelt, der mit dem Vorhaben in Wettbewerb treten wird. Für die bestehenden kleinflächigen Anbieter besteht aufgrund der geringen Wettbewerbssituation keine Existenzgefährdung durch das Vorhaben. Das geplante Vorhaben wird auch hier die Nahversorgung deutlich verbessern.
- Aufgrund von Kaufkraftrückholungsprozessen werden sich Umsatzumverteilungen auf Standorte außerhalb des Einzugsgebietes, in Beilngries, Greding, Kösching und Lenting, niederschlagen. Diese liegen jedoch deutlich unterhalb des Abwägungsschwellenwerts von 10 %.
- Umsatzumverteilungen werden die Standorte „FMA Eichstätter Straße“ sowie „sonstige Lagen im Stadtgebiet“ in Beilngries mit rd. 0,7 Mio. € p.a. bzw. 5,9 % sowie 1,0 Mio. € p.a. bzw. 4,5 % erfahren. Am Fachmarktstandort Eichstätter Straße befindet sich neben Netto ein Aldi-Markt, der mit dem Vorhaben in Wettbewerb tritt. Im sonstigen Stadtgebiet sind es die Anbieter Edeka, Rewe und Lidl. Die Anbieter präsentieren sich hinsichtlich Verkaufsfläche und Außenauftritt wettbewerbsfähig. Aufgrund der Höhe der Umsatzumlenkungen, die unterhalb der Abwägungsschwelle schädlicher Auswirkungen liegen, wird es nicht zum Wegfall eines der Anbieter kommen. Die wettbewerblichen Auswirkungen werden nicht in städtebaulich schädliche Auswirkungen umschlagen.
- Mit absoluten Umsatzumverteilungen in Höhe von rd. 0,8 Mio. € p.a. werden die Bestandsstandorte in Greding betroffen sein. Dies entspricht einer prozentualen Umsatzumverteilung von rd. 4,7 %. Die Betriebe sind allesamt als wettbewerbsfähig zu bewerten. Die Nahversorger werden auch nach der Umsetzung des Vorhabens aufgrund ihrer Versorgungsfunktion weiterhin von den Kunden aufgesucht werden. Durch den Verlust von Kunden aus Denkendorf werden somit keine Umsatzumverteilungen zu erwarten sein, die eine Gefährdung der Standortlagen zu erwarten lässt.
- Es werden zudem zwei weitere Fachmarktstandorte in Kösching und Lenting von Umsatzumverteilungen betroffen sein. Die Fachmarkttagglomeration Ingolstädter Straße am westlichen Ortsrand von Kösching wird mit Umsatzumverteilungen von rd. 1,0 Mio. € bzw. 4,1 % betroffen sein. Alle Betriebe verfügen über marktgängige Konzepte und profitieren vom gegenseitigen Kopplungspotenzial. Betriebsaufgaben sind mit großer Wahrscheinlichkeit auszuschließen. Der Fachmarktstandort in Lenting betrifft die Anbieter Rewe und Norma mit einer Umsatzumlenkung von rd. 0,4 Mio. € bzw. 4,1 %. Die Betriebe sind an einem attraktiven, modernen Fachmarktstandort angesiedelt und verfügen über hohes Streupotenzial durch Berufspendler (v.a. Audi) sowie zusätzlich über ausreichendes Nahbereichspotenzial, sodass Betriebsaufgaben mit hoher Wahrscheinlichkeit ausgeschlossen werden können.
- Die weiteren Standortlagen werden durch eine Umsatzumverlagerung von teilweise deutlich weniger als 0,1 Mio. € betroffen. Damit bewegen sich die induzierten Auswirkungen unterhalb der Nachweisbarkeitsgrenze und sind mit den Mitteln der prognostischen Marktforschung nicht darzustellen. So wird sich der Umsatzverlust je Einzelbetrieb im Rahmen der jährlichen Umsatzenschwankung bewegen.
- Der verbleibende Umsatzanteil betrifft in Form von diffusen Streuumsätzen eine breite Anzahl an Betrieben in zentralen und dezentralen Lagen. Eine Beeinträchtigung zentraler Versorgungsbereiche außerhalb des Untersuchungsgebietes ist dabei nicht zu erwarten.

Drogerie

- Mit einem Drogeriemarkt können momentan bestehende Angebotslücken geschlossen werden. Durch das Vorhaben kann derzeit abfließende Kaufkraft wieder verstärkt in Denkendorf gebunden werden.
- Durch das Ansiedlungsvorhaben wird naturgemäß der Wettbewerb zwischen den Drogeriemärkten intensiviert. Innerhalb des potenziellen Einzugsgebietes ist kein weiterer Drogeriemarkt angesiedelt, sodass die Wettbewerbswirkung hier gering ist.

- Insgesamt werden im Drogeriewarenbereich im Untersuchungsgebiet rd. 1,9 Mio. € p.a. gegenüber bestehenden Anbietern umverteilt, was einer Umsatzumverteilungsquote von rd. 9,3 % entspricht. Die Umverteilung findet dabei gegen Fachmarktlagen oder Verbundstandorten mit Lebensmittelmärkten statt, die von Kopplungspotenzialen profitieren können. Die Auswirkungen bewegen sich in einem Rahmen, in denen diese wettbewerblich zu betrachten sind.
- Rd. 1,3 Mio. € p.a. werden durch Kaufkraftrückholungsprozesse gegenüber weiter entfernten Standortlagen umverteilt. Es handelt sich dabei um legitime Kaufkraftrückholungsprozesse. Städtebaulich schädliche Auswirkungen können dabei ausgeschlossen werden. Dies begründet sich durch die Ausstattung im Umfeld des Vorhabens. Der Mehrumsatz wird sich auf eine breite Anzahl an Wettbewerbern niederschlagen. Dementsprechend ist ein Umschlagen von rein wirtschaftlichen zu städtebaulichen Auswirkungen (bspw. Leerstand und daraus folgende Trading-down-Tendenzen) auszuschließen.

Die vorstehende Analyse zeigt, dass das Ansiedlungsvorhaben in Denkendorf nachhaltig die wohnortnahe Nahversorgung im ländlich geprägten Einzugsbereich stärkt. Der zusätzliche Wettbewerbsdruck geht nicht mit einem Wegfall bzw. funktionalen Beeinträchtigungen von Anbietern im Untersuchungsgebiet einher.

Durch die Neuansiedlung eines Drogeriemarkts wird sich der Wettbewerbsdruck erhöhen, was jedoch nicht zu einer Existenzbedrohung eines bestehenden Anbieters führen wird. Eine Veränderung der Angebotslandschaft ist daher nicht auf die Realisierung des Vorhabens zurückzuführen. Auch ist eine Schädigung zentraler Versorgungsbereiche aus der quantitativen Analyse nicht abzuleiten. Bei einer Gesamtbetrachtung des Vorhabens können städtebaulich schädliche Auswirkungen ausgeschlossen werden.

Eine Schädigung zentraler Versorgungsbereiche i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO kann somit ausgeschlossen werden.

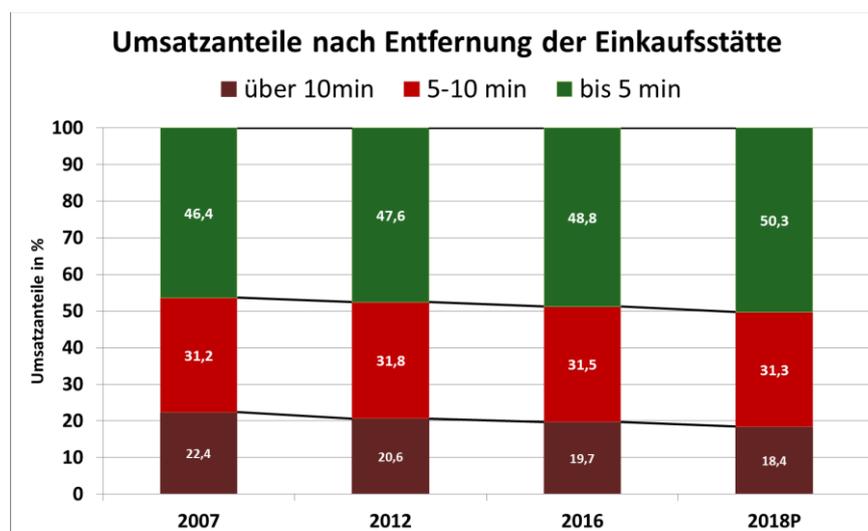
8. Einzelhandelskonzept Denkendorf

Ein Einzelhandelskonzept legt die gesamtstädtische Einzelhandelsstrategie fest, welche Einzelhandelsbranchen (=Sortimente) wo im Gemeindegebiet (= Standort) angesiedelt werden sollten. Inhaltlich gliedert sich das Einzelhandelskonzept in die Teilbereiche Standort- und Sortimentskonzept.

Zielsetzung des Konzeptes ist eine Standortsteuerung von – insbesondere größeren und strukturprägenden – Einzelhandelsbetrieben. Rechtsinstrumente zur städtebaulichen und landesplanerischen Einzelhandelssteuerung stellen dabei vor allem die Baunutzungsverordnung (§ 11 Abs. 3) sowie das Baugesetzbuch (§ 34 Abs. 3 / § 2 Abs. 2 / § 9 Abs. 2a) dar. In erster Linie kann hiermit die Zulässigkeit von Einzelhandelsgroßprojekten gesteuert sowie auch ein Schutz von zentralen Versorgungsbereichen sichergestellt werden. Die Gemeinde Denkendorf verfügt über ein Integriertes Stadtentwicklungskonzept (ISEK) aus dem Jahr 2018, das auch das Thema Einzelhandel behandelt. Hier werden zwei Standortbereiche identifiziert, die jedoch beide Schwächen aufweisen. Die Schwächen lassen sich anhand der Kundenbedürfnisse analysieren.

Der **Fachmarktstandort** weist für einen autokundenorientierten Standort eine geringe Lagequalität in 2. Reihe auf, woraus bereits ein sichtbarer trading-down-Prozess resultiert. Am Fachmarktstandort befinden sich derzeit schon zwei größere Leerstände und eine Spielhallennutzung. Bei der Betrachtung aktueller Marktentwicklungen zeigt sich, dass viele „Grüne Wiese“-Standorte vermehrt an Bedeutung verlieren, sogar wenn sie eigentlich über eine gute Verkehrsanbindung (hier Autobahn) verfügen. Durch die Digitalisierung und die Zunahme des Online-Handels gewinnen wohnortnahe Standorte dahingegen an Bedeutung. Denn hierdurch steigert sich die Bequemlichkeit und Distanzsensibilität der Bevölkerung – folglich will sich der Kunde beim Einkauf immer weniger weite Wege zurücklegen. Deswegen präferiert der Kunden nahe Standorte, die jedoch gleichzeitig ein gutes Angebot vorhalten. Waren es 2012 noch 47,6 % der Umsätze im Lebensmittelhandel, den Verbraucher in einem Umkreis von maximal 5 Minuten um ihre Wohnung getätigt haben, waren es 2016 schon 48,8 %.¹⁴ Für 2018 liegt eine methodengleiche Auswertung der Zahlen noch nicht vor. Die BBE geht aber in ihrer Prognose davon aus, dass 2018 bereits 50,3 % der Ausgaben in den Bereich bis 5 Minuten fielen. Der Fachmarktstandort in Denkendorf leidet darunter nochmals mehr, da die Lagequalität schon von Anfang an nicht optimal war.

Abbildung 13: Umsatzanteile von Einzelhändlern nach Entfernung (in %)



Quelle: eigene Darstellung und Prognose nach GfK Consumer Trends (2017).

¹⁴ GfK Consumer Trends (2017). Shopper Trends in Deutschland und ihr Einfluss auf die Marktstrukturen. https://events.gfk.com/fileadmin/user_upload/website_content/Landing_pages/Geomarketing/de/veranstaltungen/praxistag-cog-retail/Slot-1-Shopper-Trends-in_Deutschland.pdf

Ansiedlungsvorhaben Denkendorf

Ein weiterer Einzelhandelsstandort ist die **Ortsmitte** Denkendorfs. Im ISEK wird die Nahversorgungsfunktion des Ortskerns betont. Leitbetriebe sind die Edeka-Märkte entlang der Hauptstraße. Jedoch weisen die bestehenden Edeka-Märkte eingeschränkte Verkaufsflächen und Parkplatzangebote auf und sind trotz der modernen Ladengestaltung somit als nicht mehr zeitgemäß zu bewerten. Das Vorhandensein von zwei kleinen Edeka-Märkten auf engem Raum, d. h. in fußläufigem Abstand, ist weder aus Verbrauchersicht noch aus Betreibersicht sinnvoll. Auch gemeinsam können die beiden Edeka-Märkte die Ansprüche der Kunden an einen modernen Lebensmittelmarkt nicht erfüllen.

Gleichzeitig sind die Nutzungen in der Ortsmitte zwar relativ kompakt, jedoch weisen diese eine geringe Dichte auf und werden immer wieder von Wohnnutzung unterbrochen. Die aktuellen Kundenbedürfnisse präferieren größere Verkaufsflächen an stark aufgestellten Einzelhandelsstandorten, da Kunden Geschäfte bzw. Ansammlungen von Geschäften präferieren, in denen Sie mit einmaliger Anfahrt möglichst viele Produkte erhalten können. Die Präferenz der Kunden, ein Lebensmittelgeschäft aufzusuchen, in denen sie ihren gesamten Einkauf auf einmal tätigen können, nimmt tendenziell zu. In einer aktuellen Kundenbefragung des IfH Köln stimmen 84,5 % und somit ein Großteil der Befragten dieser Aussage zu (siehe Abb. 14).

Abbildung 14: Kundenbedürfnisse



Quelle: IfH Köln, bevölkerungsrepräsentative Befragung 2018, 2015, 2011, 986 ≤ n ≤ 1.524

Quelle: IfH Köln.

Der Ortskern weist dahingegen keine einheitliche Gestaltungssprache wie z. B. eine durchgehende Schaufront auf und hat dabei vielmehr den Charakter einer Durchgangsstraße mit geringer Aufenthaltsqualität. Aufenthaltsqualität ist ein zentraler Faktor für Einzelhandelsbetriebe, da diese die Verweildauer erhöht und „Bummeln“ zulässt. Die Anziehungskraft der Ortsmitte ist somit gering – insbesondere für die Bewohner in den Ortsteilen Denkendorfs als auch für die Bewohner der Nachbargemeinden. Für diese ist der Fachmarktstandort derzeit die bessere Einkaufsalternative. Doch auch der Fachmarktstandort ist hinsichtlich der verkehrlichen Erreichbarkeit nicht optimal und die bestehenden Leerstände zeugen von Frequenzproblemen.

Zusammenfassend weist Denkendorf heute zwei Einzelhandelsstandorte auf, die nicht den aktuellen Kundenbedürfnissen entsprechen. Hieraus ergibt sich, dass die Nahversorgung nicht zukunftsfähig aufgestellt ist, da der Wegfall von Betrieben in beiden Standortbereichen möglich ist.

Im ISEK wird deswegen auch die Notwendigkeit nach einem Gesamtkonzept für den Einkaufsstandort Denkendorf verdeutlicht. Ein Gesamtkonzept sollte die Sicherung der Nahversorgung zum Ziel haben, dabei

sollte ein zukunftsfähiger Standort sowohl wohnortnah mit einem fußläufigen Einzugsgebiet, als auch verkehrsgünstig für die Bewohner der Ortsteile gelegen sein.

Hier bietet sich der Gemeinde Denkendorf mit dem geplanten Ansiedlungsvorhaben an der Hauptstraße die Möglichkeit, einen modernen Nahversorgungsstandort in der Ortsmitte umzusetzen. Das Ansiedlungsvorhaben geht mit einer großen quantitativen und qualitativen Versorgungsfunktion einher. Hier kann sowohl die Versorgung im Hauptort gesichert und weiterentwickelt werden, gleichzeitig handelt es sich um derzeit schon bestehende örtliche Betriebe, deren Standortfaktoren durch eine innerörtliche Verlagerung nachhaltig verbessert werden.

8.1. Standortkonzept

Aufgrund der dargelegten Faktoren wird empfohlen, einen zentralen Versorgungsbereich (ZVB)¹⁵ Ortsmitte auszuweisen.

Die Ortsmitte ist entlang der Hauptstraße zu verorten und beinhaltet den Bereich vom Rathaus bis zum neu geplanten Ansiedlungsvorhaben. Ziel ist es damit, die Ortsmitte als zentralen und bedeutendsten **Nahversorgungsstandort der Gemeinde** zu etablieren und für alle Bewohner langfristig eine verbrauchernahe Versorgung zu gewährleisten – auch für Bewohner der Ortsteile, denn mehr als die Hälfte aller Bewohner wohnt nicht im Hauptort Denkendorf.

Die Vorteile des Ansiedlungsstandortes sind vielfältig:

- Gute Erreichbarkeit durch zentrale Lage im Gemeindegebiet
- Das Vorhaben entspricht den aktuellen Kundenbedürfnissen:
 - Wohnortnaher Standort mit guter verkehrlicher Erreichbarkeit
 - Moderne und zukunftsfähige Flächenlayouts im Verbundstandort
- Fußläufiges Einzugsgebiet durch direkten Anschluss an Wohnbebauung des Hauptortes
- Verlagerung des Anbieters Aldi von einem dezentralen Standort

Die **Ortsmitte** Denkendorfs weist heute eine geringe Handelsdichte auf. Eine Anpassung an aktuelle Kundenbedürfnisse macht die Veränderung des Anbieters Edeka notwendig. Am bestehenden Standort des Edeka-Marktes ist eine Etablierung eines modernen Einkaufsstandortes mit großflächigen Handelsformaten aufgrund der Flächenverfügbarkeit sowie der verkehrlichen Anbindung nicht möglich. Die Ortsmitte erfüllt deswegen derzeit auch nicht die Ausstattung für die Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereichs.

¹⁵ Bei dem Begriff „Zentraler Versorgungsbereich“ handelt es sich um räumlich abgrenzbare Bereiche im Gebiet einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt (BVerwG 11.10.2007 - 4 C 7.07). Neben Handelsbetrieben sollte der zentrale Versorgungsbereich auch Dienstleistungsbetriebe oder sonstige Nutzungen aufweisen, welche die Einzelhandelsfunktion ergänzen.

Dem zentralen Versorgungsbereich muss die Funktion eines Zentrums zukommen, welches die Versorgung des Gemeindegebietes oder eines Teils davon mit einem bestimmten Spektrum an Waren und Dienstleistungen funktionsgerecht sicherstellen kann. Idealerweise sind zentrale Versorgungsbereiche - insbesondere auch für den ÖPNV und für Radfahrer - verkehrsgünstig angebunden. Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist grundsätzlich unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Als wesentliche Abgrenzungskriterien gelten weiterhin:

- Quantitative Kriterien (z.B. Verkaufsflächenbestand, Branchenmix, vorhandene Dienstleister, Gastronomie, öffentliche Nutzungen)
- Qualitative Kriterien (z.B. Ladenstruktur, Ladengestaltung, Werbung, Präsentation)
- Bevölkerung (z.B. ausreichende Mantelbevölkerung, Zuordnung zu einem Einzugsgebiet bzw. einem Gemeindeteil)
- Nahversorgungscharakter (z.B. fußläufige Erreichbarkeit, Verkehrsanbindung, ÖPNV-Anschluss)

Dies ändert sich jedoch mit Umsetzung des Ansiedlungsvorhabens in der Hauptstraße, denn dann kann die Ortsmitte die vorhergesehene Versorgungsfunktion eines ZVBs auch erfüllen.

Die Ortsmitte nimmt heute eine wichtige Versorgungsfunktion im Bereich Dienstleistung (u. a. Banken, Friseur), Hotels / Gästeunterkünfte, Gastronomie und öffentliche Einrichtungen (Rathaus) ein. In Zukunft sollte die Ortsmitte weiterhin die zentrale Versorgungsfunktion übernehmen. Der Fokus sollte darin liegen, diese klassischen innerstädtischen Nutzungen neben kleinflächigen Handelsformaten zur Grundversorgung (Lebensmittelhandwerk, Apotheken) in der Ortsmitte zu konzentrieren, die umfassende Nahversorgung wird durch das Ansiedlungsvorhaben sichergestellt. Neuansiedlungen und Verlagerungen von Dienstleistungsbetrieben sind deswegen ebenfalls auf die Ortsmitte zu lenken. In der Wechselwirkung mit Gastronomie wird hier die Gesamtfrequenz der Ortsmitte gestärkt. Wo immer möglich sollte auch das zentrumsnahe Wohnen gefördert werden.

Das Angebot wird in Denkendorf ergänzt durch einen **Fachmarktstandort**. Aufgrund der dezentralen Lage ist der Standort als nicht schützenswert einzustufen und erfüllt nicht die Anforderungen an einen zentralen Versorgungsbereich. Das geplante Ansiedlungsvorhaben hat zur Folge, dass dieser Fachmarktstandort als Einzelhandelsstandort geschwächt wird. Dies bedeutet jedoch, dass ein derzeit schon geschwächter Handelsstandort zu Gunsten eines zukunftsfähigen, verbrauchernahen und verkehrlich besser gelegenen Standortes zurückgebaut wird. Am Fachmarktstandort sollte die Ansiedlung von nicht nahversorgungsrelevanten Sortimenten abseits von Lebensmittel sowie Drogeriewaren verfolgt werden. Sollte eine Einzelhandelsansiedlung nicht funktionieren, ist zu empfehlen, den Fokus nicht mehr in den Bereich Einzelhandel zu legen. Vielmehr werden so wieder Potenzialflächen für produzierendes Gewerbe frei.

Die **Ortsteile** von Denkendorf verfügen nur z. T. über Einrichtungen für die absolute Grundversorgung bei Lebensmitteln. Hier sind aus Betreibersicht aufgrund der geringeren Einwohnerzahlen derzeit Ansiedlungen nicht zu erwarten. Der Kernort Denkendorf übernimmt somit zum größten Teil die Versorgungsfunktion für die Ortsteile.

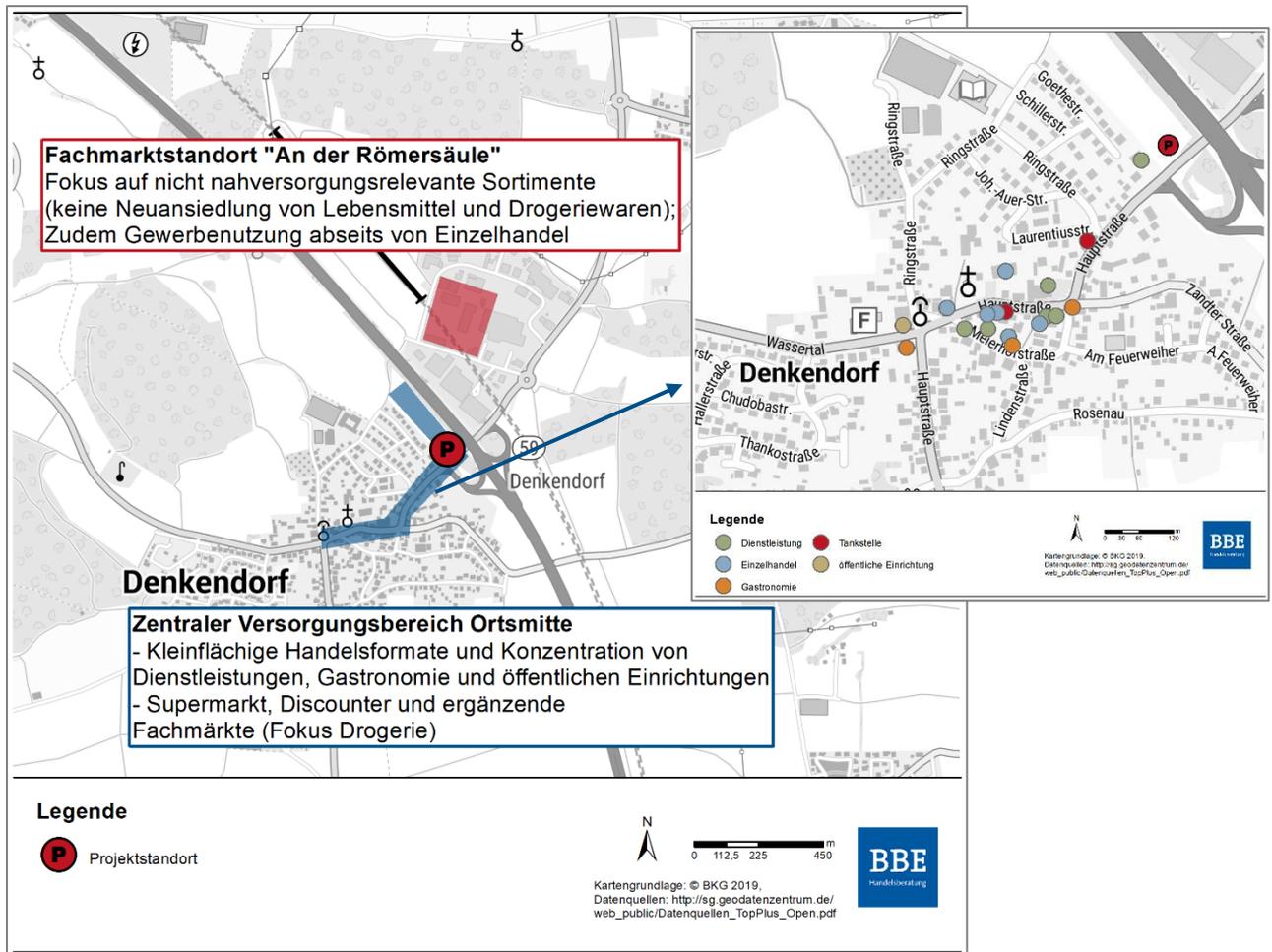
Folgende städtebaulichen Ziele verfolgt das Einzelhandelskonzept:

- Stabilisierung und Ausbau der grundzentralen Versorgungsfunktion von Denkendorf
- Etablierung eines modernen und zeitgemäßen Nahversorgungsstandortes in der Ortsmitte Denkersdorfs mit optimaler Erreichbarkeit für alle Verkehrsträger zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung
- Positionierung der Ortsmitte als Zentralen Versorgungsbereich und multifunktionalen Angebotschwerpunkt mit Dienstleistungen, Gastronomie und öffentlichen Einrichtungen sowie ergänzenden kleinflächigen Handelsformaten
- Großflächige Ansiedlungen außerhalb des Zentralen Versorgungsbereichs nur in nicht nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereichen und bei städtebaulicher Verträglichkeit unter Berücksichtigung der Zentrenkonzeption

Nachfolgende Abbildung verdeutlicht das Standortkonzept im Überblick.

Ansiedlungsvorhaben Denkendorf

Abbildung 15: Standortkonzept Denkendorf und Nutzungen in Ortsmitte



Quelle: BKG 2019; BBE Handelsberatung, eigene Darstellung.

8.2. Sortimentskonzept - Denkendorfer Liste

Sortimentslisten stellen einen wichtigen Bestandteil eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes dar und sind als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung richterlich anerkannt. Bei der Steuerung des Einzelhandels ist immer die gemeindespezifische Sortimentsliste zu berücksichtigen, da selbige einen örtlichen Bezug zu der jeweiligen Kommune besitzt und die lokalen Besonderheiten einbezogen werden müssen.

Nachfolgender Kriterienkatalog dient zur grundsätzlichen Unterscheidung von zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten.

Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich u.a. dadurch aus, dass sie:

- einen geringen spezifischen Flächenanspruch haben,
- überwiegend leicht transportiert werden können (handlich und nicht sperrig), das heißt zum Transport ist nicht regelmäßig ein Kfz notwendig,
- häufig im Zusammenhang mit anderen Innenstadtnutzungen nachgefragt werden und meist auf Frequenzbringer angewiesen sind (hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten),
- viele Besucher anziehen und für einen attraktiven Branchenmix gerade im mittelfristigen Bedarfsbereich notwendig sind.

Nicht-zentrenrelevante Sortimente sind v.a. dadurch gekennzeichnet, dass sie:

- aufgrund der Größe und Beschaffenheit i.d.R. an dezentralen, vorwiegend autokundenorientierten Standorten angeboten werden,
- aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs nicht für zentrale Lagen geeignet sind,
- eine niedrige Flächenproduktivität erreichen,
- eine eigene Besucherfrequenz erzeugen und i.d.R. gezielt angefahren werden,
- die zentralen Standorte meist nicht prägen.

In einem Sortimentskonzept ist festzulegen, welche Waren als zentrenrelevant bzw. nicht-zentrenrelevant einzustufen sind. Zentrenrelevante Sortimente tragen maßgeblich zur Attraktivität städtebaulich integrierter Versorgungszentren bei und können positive Agglomerationseffekte auslösen. Für die Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche und zur Verbesserung der Gesamtattraktivität gilt es für Denkendorf, diejenigen Sortimente in den zentralen Versorgungsbereichen zu konzentrieren, welche maßgeblich der Nutzungsvielfalt sowie der Attraktivität dieser Bereiche dienen. Zentrenrelevante Sortimente sind durch bauleitplanerische und genehmigungsrechtliche Maßnahmen auf die abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche oder Ergänzungsstandorte zu beschränken.

Der Erstellung der „Denkendorfer Sortimentsliste“ lagen u.a. die allgemeine Begriffsdefinition sowie die durchgeführte Einzelhandelsanalyse in der Gemeinde Denkendorf zu Grunde. Die Sortimentsliste wurde unter Berücksichtigung der tatsächlichen Einzelhandelsstruktur der zentralen Versorgungslagen sowie der darin bereits angesiedelten Branchen abgeleitet.

Neben der Einteilung in zentrenrelevante und nicht-zentrenrelevante Sortimente wurde ebenfalls eine Unterteilung nach sog. nahversorgungsrelevanten Sortimenten vorgenommen. Diese Sortimente dienen vorwiegend der kurzfristigen Bedarfsdeckung und sind i.d.R. als zentrenrelevant einzustufen. Eine Ansiedlung kann auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche erfolgen, wenn die jeweilige Lage der wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung dient und der Standort als städtebaulich integriert einzustufen ist.

Zentrenrelevante Sortimente sollten vorrangig nur im zentralen Versorgungsbereich angesiedelt werden. Sofern eine Ansiedlung hier nicht möglich ist, ist die Ansiedlung im Gewerbegebiet Ost zu prüfen. Abwägungsspielräume existieren wegen der regionalen Bedeutung und der Flächenverfügbarkeiten in den zentralen Versorgungsbereichen. In jedem Einzelfall ist deshalb zunächst zu prüfen, ob ein entsprechendes

Konzept zunächst auch im zentralen Versorgungsbereich unterzubringen ist. Für nicht-zentrenrelevante Sortimente sind auch Flächen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zulässig.

Abbildung 16: Denkendorfer Liste

Sortimente des Innenstadtbedarfs	Nicht-zentrenrelevante Sortimente
<ul style="list-style-type: none"> ■ davon nahversorgungsrelevante Sortimente: Lebensmittel, Getränke, Tabakwaren Reformwaren, Naturkost Drogerieartikel, Parfüme, Kosmetik, Wasch- und Putzmittel ■ Antiquitäten, Kunstgegenstände ■ Arzneimittel, Pharmazeutika ■ Baby- und Kinderartikel ■ Brillen und -zubehör, optische Erzeugnisse ■ Bücher ■ Foto, Fotozubehör ■ Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Haushaltswaren ■ Haus- und Heimtextilien (ohne Teppiche und Bodenbeläge), Stoffe, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf, Bettwaren ■ Lederwaren, Kürschnerware, Galanterie- waren ■ Musikinstrumente, Musikalien, Tonträger ■ Oberbekleidung, Wäsche, Strümpfe, sons- tige Bekleidung ■ Papierwaren, Bürobedarf, Schreibwaren, Schulbedarf, Briefmarken, Zeitungen, Zeit- schriften ■ Sanitätswaren, orthopädische und medizi- nische Produkte ■ Schnittblumen, Zimmerpflanzen ■ Schuhe ■ Spielwaren, Bastelartikel ■ Kleinteilige Sport- und Campingartikel, Sportschuhe, Sportbekleidung, Jagd- und Angelbedarf ■ Uhren, Schmuck 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Elektrogeräte ("weiße Ware"), Elektrozube- hör, Nähmaschinen, Beleuchtungskörper ■ Unterhaltungselektronik ("braune Ware"), Telekommunikation ■ Großteilige Sport- und Campingartikel ■ Fahrräder, Ersatzteile ■ Autozubehör, -teile, -reifen ■ Badeeinrichtung, Installationsmaterial, Sa- nitärerzeugnisse ■ Baumarktartikel, Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren und Werkzeuge ■ Brennstoffe, Holz- und Holzmaterialien, Kohle, Mineralölerzeugnisse ■ Büromaschinen, Büroeinrichtung (ohne Büromöbel), Organisationsmittel, Compu- tertechnik, Computerzubehör ■ Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Boden- beläge ■ Gartenartikel, Gartenbedarf, Gartenmöbel und -maschinen, Freilandpflanzen ■ Möbel, Küchen, Büromöbel ■ Zooartikel, Tiere, Tiernahrung und -Pflege- mittel

9. Zusammenfassung / Kernaussagen

■ Makrostandort Denkendorf

Denkendorf weist positive Faktoren für den Einzelhandel auf: Bevölkerungswachstum, sehr gute verkehrliche Erschließung durch Lage an A9 mit touristischem Potenzial, leicht überdurchschnittliches Kaufkraftniveau und Funktion als Grundzentrum mit Versorgungsfunktion für das Umland.

■ Einzelhandelsstruktur Denkendorf

Denkendorf weist bei einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 5.870 m² zwei Standortbereiche auf: den Fachmarktstandort „An der Römersäule“ sowie die Ortsmitte. Beide Standortbereiche entsprechen jedoch nicht mehr den aktuellen Kundenbedürfnissen. Der Fachmarktstandort entspricht nicht den Anforderungen an eine verbrauchernahe Versorgung – hier befindet sich jedoch ein Großteil der Verkaufsfläche. Die Ortsmitte weist dahingegen eine vergleichsweise schwache Stellung als Einkaufsstandort auf und verfügt über keine großflächigen Einzelhandelsangebote. Die Risiken überwiegen derzeit somit die Chancen für die zukünftige Nahversorgung, da ein Wegfall von Anbietern denkbar ist.

■ Zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte Denkendorf

Das Ansiedlungsvorhaben ist geeignet, die bestehenden Mängel der Einkaufsstandorte zu beheben und die Ortsmitte als zukunftsfähigen Nahversorgungstandort der Gemeinden Denkendorf zu etablieren. Geplant ist die Umsiedlung des bestehenden peripher gelegenen Aldi-Discount-Marktes und eines im Ortszentrum gelegenen Edeka-Marktes auf ein neues Grundstück an der Hauptstraße. Der Standort soll durch einen Getränkemarkt, einen Drogeriemarkt sowie eine Bäckerei ergänzt werden. Der Standort weist folgende Vorteile auf:

- Gute Erreichbarkeit durch zentrale Lage im Gemeindegebiet
- Das Vorhaben entspricht den aktuellen Kundenbedürfnissen:
 - Wohnortnaher Standort mit guter verkehrlicher Erreichbarkeit
 - Moderne und zukunftsfähige Flächenlayouts im Verbundstandort
- Fußläufiges Einzugsgebiet durch direkten Anschluss an Wohnbebauung des Hauptortes
- Verlagerung des Anbieters Aldi von einem dezentralen Standort

Generell sind derzeit bundesweit Veränderungen im Einkaufsverhalten zu beobachten, die dazu führen, dass die Lebensmittelmärkte in Stadt und Land wieder näher an die Kunden rücken wollen. Die Kunden sind umgekehrt immer weniger bereit weite Wege in Kauf zu nehmen (steigende Distanzsensibilität). Dem entspricht die vorliegende Planung, die daher einen wichtigen Beitrag zur zukunftssicheren Nahversorgung im Einzugsgebiet leistet.

Der Standort sollte als moderner und zeitgemäßer Nahversorgungsstandort im Hauptort Denkendorf mit optimaler Erreichbarkeit für alle Verkehrsträger zur Sicherung der verbrauchernahe Versorgung etabliert werden.

Die Analyse des Mikro- und Makrostandortes sowie der Wettbewerbssituation und die darauf aufbauende Auswirkungsanalyse für das Ansiedlungsvorhaben haben ergeben, dass von der Ansiedlung keine städtebaulich relevanten negativen Auswirkungen i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind.

Mit der Ausweisung eines Zentralen Versorgungsbereichs Ortsmitte wird das Ziel verfolgt, die Ortsmitte als multifunktionalen Nahversorgungstandort zu stärken mit großflächigen und kleinflächigen Handelsformaten der Nahversorgung, Dienstleistungen, Gastronomie und öffentliche Einrichtungen.

■ Empfehlungen für den Fachmarktstandort

Fokus auf Ansiedlung von nicht nahversorgungsrelevanten Sortimenten abseits der Sortimente Lebensmittel und Drogeriewaren. Sortimente mit Innenstadtbedarf sollten nur nach Einzelfallprüfung und nur wenn eine Ansiedlung im ZVB nicht möglich ist, angesiedelt werden. Auch Gewerbenutzung abseits des Einzelhandels ist sinnvoll.

10. Anhang

Anlage 1: Erhebungsmethodik bzw. Gliederung des Einzelhandelsangebots in Denkendorf

Als Grundlage der Einzelhandelskonzeption wurde im Juli 2019 der gesamte Einzelhandel der Gemeinde Denkendorf durch eine Vor-Ort-Begehung erfasst. Die Betriebe wurden mit Namen, Adresse, Verkaufsfläche und Branche erhoben und in eine Datenbank eingepflegt.

Es wurden folgende Maßgaben bzw. Einteilungskriterien bei der Einzelhandelserhebung berücksichtigt:

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchungen wurde eine Bestandsaufnahme aller existierenden Einzelhandelsbetriebe in Denkendorf durchgeführt. Entscheidendes Kriterium für die Erfassung war die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen und dauerhaften Geschäftstätigkeit ausgegangen werden kann.

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

Die Zuordnung eines Betriebes zu einer Branche orientiert sich grundsätzlich am Schwerpunkt des angebotenen Sortiments. Der Betrieb wurde bei der Zählung nur einmal (unter dem Hauptsortiment) berücksichtigt.

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

Anlage 2: Definitionen der Betriebstypen

Lebensmittel SB-Markt

- „Kleiner Supermarkt“ mit bis zu 400 m² Verkaufsfläche mit einem eingeschränkten Sortiment.
- In kleinen Orten anzutreffen, in denen aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein Supermarkt oder Discounter rentabel ist.
- Beispiele: Edeka-Nachbarschaftsläden (nah & gut), Rewe (Nahkauf), Um´s Eck.

Convenience- oder Nachbarschaftsläden

- 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, Geldautomaten).
- Lage i. d. R. an einem wohnungsnahen oder frequenzintensiven Standort.
- Öffnungszeiten bis zu 24 Stunden üblich.

Lebensmittel-Discountmarkt

- Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 400 und 1.200 m² Verkaufsfläche.
- Ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl,
- ca. 800 Artikel bei Hard-Discountern (bspw. Aldi), ca. 1.700 Artikel bei Soft- bzw. Markendiscountern (bspw. Lidl) und bis zu 3.000 Artikeln bei Supermarkt-Discounter-Hybriden (bspw. Netto).
- Non-Food-Umsatzanteil ca. 10 - 13 % (Non-Food I + II).
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment (ergänzt um Getränke), seit geraumer Zeit kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch, teilweise auch Backwaren).
- Ohne Bedienungsabteilungen (Ausnahme: einige Netto-Filialen) und weiteren Dienstleistungen, preisaggressiv, werbeintensiv.
- Beispiele: Aldi, Lidl, Penny, Norma, Netto, Disca.

Supermarkt

- Ca. 400 bis 1.500 m², neue Konzepte auch bis zu 3.000 m² Verkaufsfläche.
- Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, ab 800 m² Verkaufsfläche bereits ebenfalls Non-Food-Anteil.
- Non-Food-Umsatzanteil ca. 5 - 10 % (Non-Food I + II).
- Standorte in verkehrsgünstigen Lagen mit Wohngebietsorientierung.
- Als „City-Supermarkt“ in gut frequentierten und verdichteten Stadtteillagen von Großstädten auf Flächen von 400 - 800 m².
- Hohe Kompetenz im Frische-Bereich.
- Beispiele: Tegut, Rewe, Edeka.

Verbrauchermarkt

- Verkaufsfläche über 1.500 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 - 40 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 30 - 60 %
- Autokundenorientierter Standort.
- Ab ca. 5.000 m² Übergang zum Betriebstyp SB-Warenhaus.
- Beispiele: E-Center/Herkules, Handelshof, Kaufland.

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 - 50 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 50 - 60 %.
- Ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst.
- Hohe Werbeaktivität, Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik.
- Autokundenorientierter, häufig peripherer Standort.
- Häufig als Mittelpunkt einer größeren Fachmarkttagglomeration.
- Beispiele: Globus, Toom, Marktkauf, Real.

Ambulanter Handel

- Nicht ortsgebundene Verkaufsstände bzw. Verkaufsfahrzeuge mit wechselnden Standorten.
- Beispiele: Verkaufswagen für Backwaren, Fleischwaren oder Fisch, Verkaufsstände für Obst und Gemüse, Tiefkühlheimdienst.

Cash & Carry (C&C)

- Großhandelsbetrieb für gewerbliche Kunden, meist zur Selbstabholung.
- Das Sortiment umfasst neben einem umfangreichen Lebensmittelangebot auch eine zusätzliche Non-Food-Abteilung.
- Beispiele: Metro, Selgros, Edeka C+C.

Einkaufspassage

- Geschlossene bauliche Ladeneinheit, meist mit verschiedenen Einzelhandelsgeschäften, Ergänzung durch Dienstleistungsbetriebe und Gastronomieanbieter möglich.
- Für Passanten geschaffene Verbindung von zwei Verkehrszonen.
- Kein vollumfängliches Einzelhandelsangebot und begrenzte Gesamtverkaufsfläche.
- Standorte sind meist Citylagen oder Lagen in Nebengeschäftszentren.

Einkaufszentrum

- Großflächige räumliche Konzentration zahlreicher Einzelhandelsgeschäfte verschiedener Branchen sowie Ergänzung des Einzelhandelsangebots durch diverse Gastronomie- und Dienstleistungsanbieter.
- Die Anbieter befinden sich in einer baulichen Einheit, oft mehrgeschossig.
- Das Einkaufszentrum ist durch einen oder mehrere Magnet- oder Ankermieter (Kauf-/Warenhaus, Fach-/Verbrauchermarkt, SB-Warenhaus) geprägt.
- Großzügiges Angebot an Kundenparkplätzen.
- Einheitliches Marketing, zentrale Verwaltung und Management.

Fachgeschäft

- Branchenspezialisierter Einzelhandelsbetrieb mit unterschiedlichen Verkaufsflächengrößen.
- Lage meist in Innenstadt- oder Stadtteillagen.
- Hohe Sortimentstiefe.
- Umfangreiche Beratung und Kundenservice, vorwiegend nach dem Bedienungsprinzip.

Fachmarkt

- Spezialisierter, oft großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit breitem und tiefem Sortiment mit discountorientierter Preispolitik.
- Dominanz des Selbstbedienungsprinzips, aber auch teilweise mit Beratung und Service, häufig knappe Personalbesetzung.
- Lage vorwiegend außerhalb zentraler Einkaufsbereiche.
- Gute Pkw-Erreichbarkeit, Lage vorwiegend an Ausfallstraßen o. in Gewerbe-/Sondergebieten.
- Beispiele: Fressnapf, KIK, Takko, TOYS´R´US, Deichmann, Media-Markt.

Fachmarktzentrum

- Großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte diverser Branchen.
- Oft in Kombination mit einem Lebensmittel-Verbrauchermarkt/

Factory Outlet Center

- Konzentration von Einzelhandelsbetrieben meist mit dem Schwerpunkt Mode in einem Center.
- Verkauf erfolgt durch den Hersteller direkt an den Endverbraucher unter Ausschluss des Großhandels.
- Dezentrale, verkehrsgünstige Lage, meist in der Nähe von Autobahnen bzw. überregionalen Verkehrsachsen.
- Großes Angebot von Kundenparkplätzen.
- Beispiele: Ingolstadt Village, Designer Outlet Zweibrücken, Wertheim Village, Designer Outlet Berlin.

Non-Food-Discounter

- Selbstbedienungsgeschäft, welches vorwiegend Artikel aus dem Hartwarenbereich oder ein sog. Multisortiment führt.
- Diese Betriebe sind durch ein ständig wechselndes Sortiment sowie einen hohen Lagerumschlag geprägt.
- Der Verbraucher wird durch eine konsequente Niedrigpreispolitik angesprochen.
- Standorte meist in Nebenlagen der Innenstädte oder Standrandlagen.
- Beispiele: Pfennigpfeiffer, Mäc Geiz, Thomas Philipps, Tedi.

Kaufhaus

- Großflächiges Einzelhandelsfachgeschäft mit breiten, tiefen und branchengebundenen Sortimenten (häufig Textilien), oft auf mehreren Ebenen.
- Der Verkauf erfolgt vorwiegend in Kundenvorwahl.
- Standorte meist in zentraler Innenstadtlage oder in Einkaufszentren.
- Beispiele: P&C, Breuninger, C&A.

Warenhaus

- Großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit breitem Sortiment, welches fast alle Branchen umfasst, der Sortimentsschwerpunkt liegt auf modischen Sortimenten.
- Das Einzelhandelsangebot wird durch Dienstleistungen und Gastronomie ergänzt.
- Der Verkauf erfolgt vorwiegend in Kundenvorwahl.
- Meist in zentraler Innenstadtlage oder in Einkaufszentren.
- Beispiele: Karstadt, Kaufhof.