bulwiengesa

STANDORT-, MARKT- UND WIRKUNGSANALYSE

Erweiterung des Lidl-Marktes in 68549 Ilvesheim

Vorstand:
Ralf-Peter Koschny
Andreas Schulten
Thomas Voßkamp

Aufsichtsratsvorsitzender:
Hartmut Bulwien
info@bulwiengesa.de
www.bulwiengesa.de

Hauptsitz: Berlin
Rechtsform: AG
USt-ID: DE 164508347
Charlottenburg HRB 95407 B

HypoVereinsbank München
BLZ: 70020270, Kto.: 4410433058
BIC: HYVEDEMMXXX
IBAN: DE13700202704410433058

gif Mitglied
Member of plan 4 21

Member of GCSC e.V.
RICS

bulwiengesa AG
Bettinastraße 62
60325 Frankfurt am Main
Tel. +49 69 75 61 467-60
Fax +49 69 75 61 467-69

bulwiengesa

erstellt für: Gemeinde Ilvesheim
Schlossstraße 9
68549 Ilvesheim

Projekt-Nr.: P1604-2750

Frankfurt am Main, 17. März 2017

bulwiengesa AG
Bettinastraße 62
60325 Frankfurt am Main
Tel. +49 69 75 61 467-60
Fax +49 69 75 61 467-69

INHALTSVERZEICHNIS

		Inhalt
1	VORBEMERKUNG	1
1.1	Auftraggeber und Aufgabenstellung	1
1.2	Vorgehensweise und Methodik	1
1.3	Datenbasis	3
2	MAKROSTANDORT ILVESHEIM	5
3	MIKROSTANDORT UND PLANVORHABEN	9
3.1	Mikrostandort	9
3.2	Projektvorhaben	11
4	WETTBEWERBSSITUATION	14
4.1	Wettbewerbssituation in Ilvesheim	14
4.2	Wettbewerbssituation im Umfeld von Ilvesheim	20
5	MARKTGEBIET UND NACHFRAGE	23
5.1	Marktgebiet des Untersuchungsstandortes	23
5.2	Projektrelevantes Nachfragevolumen im Kernsortiment Periodischer Bedarf	24
6	UMSATZSITUATION/KAUFKRAFTBINDUNG IM MARKTGEBIET – AUSGANGSLAGE	26
7	WIRKUNGSANALYSE	27
7.1	Umsatzschätzung und Tragfähigkeit des Planvorhabens	28
7.2	Umsatzrekrutierung Lidl-Erweiterung	30
7.3	Umsatzumverteilung	30
8	ERGEBNIS UND LANDES- UND REGIONAL-PLANERISCHE ZIELPRÜFUNG	33
8.1	Bewertung des Planvorhabens in Bezug auf die landesplanerischen Ziele und Grundsätze (LEP Baden-Württemberg 2002)	33
8.2	Bewertung der Übereinstimmung mit den regional-planerischen Vorgaben (Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar)	35
9	GESAMTERGEBNIS	37
ANHANG		40

VERZEICHNIS DER ABKÜRZUNGEN

AV	Ausgabenvolumen
ALQ	Arbeitslosenquote
ASB	Allgemeiner Siedlungsbereich
BA	Bauabschnitt
BAB	Bundesautobahn
BfLR	Bundesforschungsanstalt für Landeskunde und Raumordnung (jetzt: BBR)
BBR	Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung
BGF	Bruttogeschossfläche
BIP	Bruttoinlandsprodukt
BHM	Bau- und Heimwerkermarkt
DIY	Do-it-yourself (Bau- und Heimwerkersortiment)
EFH	Einfamilienhaus
EG	Erdgeschoss; auch Einheitsgemeinde bzgl. Gebietsgliederung
EH	Einzelhandel
EKZ	Einkaufszentrum
EW	Einwohner
EZG	Einzugsgebiet
FGZ	Fußgängerzone
FM	Fachmarkt
GE	Gewerbe
GfK	Gesellschaft für Konsumforschung, Nürnberg
GG	Gebrauchsgüter
GPK	Glas, Porzellan, Keramik
GVZ	Güterverkehrszentrum
GZ	Grundzentrum
HAKA	Herrenoberbekleidung
HWS	Hauptwohnsitz
KES	Komplexer Einzelhandelsstandort
KIKA	Kinderbekleidung
Kfz	Kraftfahrzeug
KKZ	Kaufkraftkennziffer
Konz.	Konzessionär
LEP	Landesentwicklungsplan, Landesentwicklungsprogramm (Bayern, Baden-Württemberg)
LK/Lkr.	Landkreis
LM/VG	Lebensmittel/Verbrauchsgüter
LROP	Landes-Raumordnungsprogramm
MA	Marktanteil
MF	Mietfläche
MI	Mischgebiet
MIV	Motorisierter Individualverkehr
MZ	Mittelzentrum
NLS	Niedersächsisches Landesamt für Statistik
OG	Obergeschoss
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
OTZ	Ortsteilzentrum
PH	Parkhaus
Pkw	Personenkraftwagen
PP	Parkplätze/Stellplätze
qm	Quadratmeter
ROG	Raumordnungsgesetz
SBWH	Selbstbedienungswarenhaus
SG	Samtgemeinde
SM	Supermarkt
SO	Sondergebiet
SVP	Sozialversicherungspflichtige Beschäftigte
UE	Unterhaltungselektronik
UKZ	Umsatzkennziffer
VA	Verbrauchsausgaben
VG	Verkehrsgemeinschaft (süddeutsch: Verwaltungsgemeinschaft)
VKF	Verkaufsfläche
VM	Verbrauchermarkt
VZ	Versorgungszentrum
WA	Allgemeines Wohngebiet
WPR	Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel
WZ	Wohnnahes Zentrum
ZVB	Zentraler Versorgungsbereich
ZUP	Zentraler Umsteigepunkt

© bulwiengesa AG 2017 – P1604-2750

URHEBERRECHTLICHER HINWEIS

Die in diesem Gutachten vorgelegten Ermittlungen und Berechnungen sowie die durchgeführten Recherchen wurden nach bestem Wissen und mit der nötigen Sorgfalt auf der Grundlage vorhandener oder in der Bearbeitungszeit zugänglicher Quellen erarbeitet. Eine Gewähr für die sachliche Richtigkeit wird nur für selbst ermittelte und erstellte Informationen und Daten im Rahmen der üblichen Sorgfaltspflicht übernommen. Eine Gewähr für die sachliche Richtigkeit für Daten und Sachverhalte aus dritter Hand wird nicht übernommen.

Die Ausfertigungen dieses Gutachtens bleiben bis zur vollständigen Bezahlung des vereinbarten Honorars unser Eigentum. Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und bei der bulwiengesa AG registriert. Alleine der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten oder Auszüge davon (diese jedoch nur mit Quellenangabe) für die gemäß Angebot/Auftrag vereinbarte Zweckbestimmung weiterzugeben. Vervielfältigungen, Veröffentlichungen und Weitergabe von Inhalten an Dritte in jeglicher Form sind grundsätzlich nur mit vorheriger schriftlicher Genehmigung der bulwiengesa AG und nur mit Angabe der Originalquelle gestattet. Ausgenommen ist die Verwendung des Gutachtens oder Teile davon für Vermarktungsprospekte, hier ist ausnahmslos die vorherige schriftliche Einwilligung der bulwiengesa AG einzuholen.

Frankfurt am Main, der 17. März 2017

1 VORBEMERKUNG

1.1 Auftraggeber und Aufgabenstellung

In der Gemeinde Ilvesheim soll der bestehende Lidl-Markt an das neue Konzept des Betreibers angepasst und der Markt zukunftsfähig aufgestellt und langfristig gesichert werden. Vor diesem Hintergrund ist die Erweiterung des bestehenden Marktes von derzeit rund 1.000 qm auf zukünftig etwa 1.290 qm Verkaufsfläche geplant. In diesem Zusammenhang wird die Nutzfläche des Marktes von bislang 1.265 qm auf 1.897 qm ansteigen.

Für die Gemeinde Ilvesheim wurde im Jahr 2010 durch die bulwiengesa AG eine Potenzialanalyse für das Segment Nahversorgung erarbeitet und anschließend für den Standortbereich die Ansiedlung eines Vollsortimenters (800 qm VKF) und Getränkemarktes (600 qm VKF) wirkungsanalytisch untersucht[1]. Von dem Projekt wurde aus planungsrechtlichen Gründen Abstand genommen. Das jetzige Vorhaben bezieht sich lediglich auf den Standort des Lidl-Marktes.

Der Lidl-Markt liegt im Geltungsbereich des VEP "Nahversorgung Nord" und ist als Sondergebiet ausgewiesen. Festgeschrieben ist dort, dass die Grundfläche des SB-Marktes von maximal 1.300 qm nicht überschritten werden darf. Die geplante Erweiterung des Lidl wird im festgelegten Geltungsbereich vollzogen. Jedoch wird die festgesetzte Grundfläche überschritten, sodass eine B-Plan-Anpassung vorgenommen werden muss.

Vor diesem Hintergrund soll eine Verträglichkeitsanalyse erarbeitet werden, die die geplante Erweiterung des bestehenden Lidl gemäß den Vorgaben des §11, Abs. 3 BauNVO untersucht und beurteilt und zudem sowohl die landes- als auch regionalplanerischen Bestimmungen und Vorgaben berücksichtigt.

Die Gemeinde Ilvesheim beauftragte die bulwiengesa AG, Frankfurt auf Basis eines Angebotes vom 20.04.2016 mit der Erstellung einer entsprechenden Standort-, Markt- und Wirkungsanalyse.

1.2 Vorgehensweise und Methodik

Die durchgeführte Analyse folgt einschlägigen Standards, die u. a. gerichtlich an projektbezogene Wirkungsanalysen für großflächige Einzelhandelsprojekte gestellt werden[2]. Sie beinhaltet folgende wesentliche Untersuchungsinhalte:

- Kurzcharakteristik des Makrostandortes Ilvesheim, mit der Darstellung siedlungs- und raumstruktureller Aspekte, der Verkehrsanbindung im motorisierten Individualverkehr (MIV) und ÖPNV sowie wesentlicher soziodemografischer und -ökonomischer Rahmendaten.

- Darstellung der wesentlichen Kennzahlen und Merkmale von Ilvesheim als Einzelhandelsstandort sowie insbesondere des Nahversorgungsnetzes unter Berücksichtigung des Umlandwettbewerbs und der siedlungsstrukturellen Trennung von Ilvesheim

[1] Markt- und Wirkungsanalyse Super- und Getränkemarkt, Ilvesheim, 2010; erarbeitet durch bulwiengesa AG

[2] U. a. BVerwG (A 64.07 vom 12.08.2009), aufgenommen vom OVG Rheinland-Pfalz (C 10758 vom 17.04.2013). Von einer gutachterlichen Untersuchung könne verlangt werden, dass sie mit den zurzeit ihrer Erstellung verfügbaren Erkenntnismitteln unter Beachtung der dafür erheblichen Umstände sachgerecht und damit methodisch fachgerecht entwickelt worden ist. Insoweit beschränke sich die gerichtliche Kontrolle der Untersuchung darauf, ob eine geeignete fachspezifische Methode gewählt wurde, ob die Prognose nicht auf unrealistischen Annahmen beruhe und ob das Prognoseergebnis einleuchtend begründet worden sei.

Nord und Süd. Analyse der Ausstattungssituation von Ilvesheim im Segment Nahversorgung.

– Kurzanalyse und Klassifikation des Projektstandortes unter marktanalytischen, verkehrlichen und städtebaulichen Gesichtspunkten.

– Projektanalyse in Kurzform bzw. Darstellung wesentlicher Grundzüge der Planung wie Dimensionierung, Funktionalität, Verkehrserschließung etc.

– Bestimmung und Abgrenzung eines vorhabenrelevanten Marktgebietes auf Basis einer fachlichen Einschätzung unter Heranziehung topografischer, siedlungsstruktureller und verkehrlicher Faktoren sowie der Analyse des umgebenden Wettbewerbsnetzes. Darüber hinaus steht eine PLZ-Kundenbefragung des Betreibers Lidl aus der siebten Kalenderwoche 2016 zur Verfügung, die berücksichtigt wurde.

– Berechnung der ladenhandelsrelevanten Nachfragevolumina im Einzugsgebiet für das projektrelevante Kernsortiment Periodischer Bedarf. Hierzu zählen die Teilsortimente:
  - Nahrungs- und Genussmittel
  - Drogerieartikel/Kosmetik
  - Zeitungen/Zeitschriften
  - Freiverkäufliche Pharmaziewaren
  - Heimtierfutter

  Diese Warengruppen bilden zu etwa 90 % das Standardsortiment eines Lidl-Discounters ab.
  Die Ermittlung des zugehörigen Nachfragevolumens erfolgt durch die Anpassung der bundesdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben an den lokalen Kaufkraftindex[3] und den warengruppenspezifischen Elastizitätskoeffizienten[4], weil die Ausgaben für unterschiedliche Konsumgüter nicht linear, sondern mit unterschiedlicher Elastizität auf Veränderungen des Einkommensniveaus reagieren.

– Vollerhebung und Leistungsbewertung (Umsatzschätzung) des vorhandenen Einzelhandels im untersuchungsrelevanten Sortiment Periodischer Bedarf in Ilvesheim sowie in relevanten Lagebereichen im Umfeld, gegliedert nach Lagebereichen.
  Soweit verfügbar werden reale Umsätze herangezogen, ansonsten erfolgt die Umsatzbewertung des Wettbewerbsnetzes durch die Gewichtung der erhobenen Verkaufsflächen mit betreiber-, betriebstypen- und branchenspezifischen Flächenproduktivitäten, gewichtet um Lage- und Objektmerkmale.

– Ermittlung der Kaufkraftbindung im Kernsortiment Periodischer Bedarf im Rahmen einer plausiblen Kaufkraftstrom-Modellrechnung für die Ausgangslage. Die Kaufkraftstrom-Modellrechnung ist eine weiterentwickelte Gravitationsrechnung auf Basis der von Prof. Bruno Tietz entwickelten so genannten "Einkaufspendlermatrizen"[5].
  Für die Ausgangslage modelliert sie die Verteilung des Nachfragevolumens aus dem Projekteinzugsgebiet auf das zur Verfügung stehende Wettbewerbsnetz und erklärt damit gleichermaßen plausibel Umsatzhöhe und -herkunft der Wettbewerber.

[3] Daten von MB Research

[4] Der Elastizitätskoeffizient wird von bulwiengesa regelmäßig berechnet, indem das Ausgabeverhalten privater Haushalte im Rahmen der Einkommens- und Verbrauchsstichprobe (EVS) des Statistischen Bundesamtes nach Einkommensklassen ausgewertet wird.

[5] Vgl. en Detail Bruno Tietz, Die Standort- und Geschäftsflächenplanung im Einzelhandel, Rüschlikon-Zürich 1969

Die Modellrechnung wird über Kaufkraftabschöpfungsquoten gesteuert, welche die Einkaufspräferenzen der Haushalte im Einzugsgebiet widerspiegeln und sich aus Parametern wie vertriebliche Attraktivität, Vertriebstypen/Angebotsgenre, Erreichbarkeit und Anfahraufwand ergeben.

– Wirkungsanalyse mit Simulation der Erweiterung des Lidl und Ableitung eines am Standort unter den gegebenen Marktrahmen- und Standortbedingungen erzielbaren Zielumsatzes sowie Aussagen zur absatzwirtschaftlichen und marktseitigen Tragfähigkeit. Im Sinne eines Worst-Case-Ansatzes im Hinblick auf die vom Vorhaben möglicherweise ausgehenden Verdrängungswirkungen gehen wir von einer überdurchschnittlichen Leistungs- und Durchsetzungsfähigkeit des Betriebes aus. Die Kaufkraftstrom-Modellrechnung ist für die Ausgangslage sowie die Prognosesituation diesem Gutachten beigefügt.

– Ermittlung und Bewertung der durch das Vorhaben induzierten Umverteilungseffekte im Kernsortiment Periodischer Bedarf auf das Wettbewerbsnetz, im Besonderen auf zentrale Versorgungsbereiche im Einflussbereich sowie auf die wohnortnahe Versorgung mit Gütern des Periodischen Bedarfs.

– Prüfung des Vorhabens gemäß der planerischen und städtebaulichen Vorgaben u.a. im "Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar", LEP Baden-Württemberg. Des Weiteren werden planerische Grundlagen, wie bspw. Einzelhandelskonzepte umliegender Städte, der Flächennutzungsplan etc. berücksichtigt.

– Zusammenfassende Bewertung

1.3 Datenbasis

– Primärerhebungen vor Ort:
  - Begehung des Standortes und Standortumfeldes durch die Gutachter der bulwiengesa AG
  - Vollerhebung des Angebotes im Kernsortiment Periodischer Bedarf in Ilvesheim, in den umliegenden zentralen Versorgungsbereichen sowie wesentliche Wettbewerbsstandorte/ Streulagen im Umfeld

– Externe Datenquellen:
  - Standort-, Markt- und Auswirkungsanalysen der bulwiengesa AG in Ilvesheim[6] und im Untersuchungsraum
  - Heranziehung von Kennzahlen zu Kaufkraft und Umsatz, u. a. von MB-Research, aus Branchenreports, Unternehmensdarstellungen etc.
  - Statistiken/Veröffentlichungen kommunaler Stellen, des Statistischen Landesamtes sowie Statistiken und Kennzahlen von Einzelhandelsverbänden, Kammern und Institutionen der Einzelhandels- und Immobilienforschung (z. B. EHI Retail Institute, Köln)
  - Betriebsformen- und betreibertypische Kennzahlen
  - LEP Baden-Württemberg
  - Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar
  - Flächennutzungsplan Planungshorizont: 2015/2020, Nachbarschaftsverband Heidelberg-Mannheim
  - Fortschreibung Zentrenkonzept Mannheim, Stadt Mannheim, April 2009

[6] U. a. Markt- und Wirkungsanalyse Super- und Getränkemarkt, Ilvesheim, 2010; erarbeitet durch bulwiengesa AG

- Gutachten als Grundlage für die Fortschreibung des Zentrenkonzeptes der Stadt Mannheim, Berichtsentwurf, 22.01.2016
- Versorgung der Bevölkerung mit Leistungen des Einzelhandels Endbericht 1999, Nachbarschaftsverband Heidelberg-Mannheim

2 MAKROSTANDORT ILVESHEIM

Die Gemeinde Ilvesheim, Landkreis Rhein-Neckar, grenzt im westlichen Siedlungsgebiet an das Oberzentrum Mannheim bzw. dessen Stadtteile Feudenheim, Seckenheim und Wallstadt. Östlich lokalisiert ist das Unterzentrum Ladenburg. Die Gemeinde Ilvesheim weist keine zentralörtliche Klassifikation auf.

Die Siedlungsstruktur wird in hohem Maße durch die Lage an der Neckarschleife (Altneckar) geprägt sowie den durch das Gemeindegebiet verlaufenden Neckarkanal. Dabei teilt sich Ilvesheim durch den Neckarkanal in einen nördlichen und einen südlichen Teil auf. Durch eine Brücke, die durch hohe Lärmschutzwände eingegrenzt wird, sind die beiden Gemeindeteile miteinander verbunden. Darüber hinaus umfasst das Gemeindegebiet auch den südöstlich sich schon auf der gegenüberliegenden Altneckarseite befindenden Ortsteil Neckarplatten.

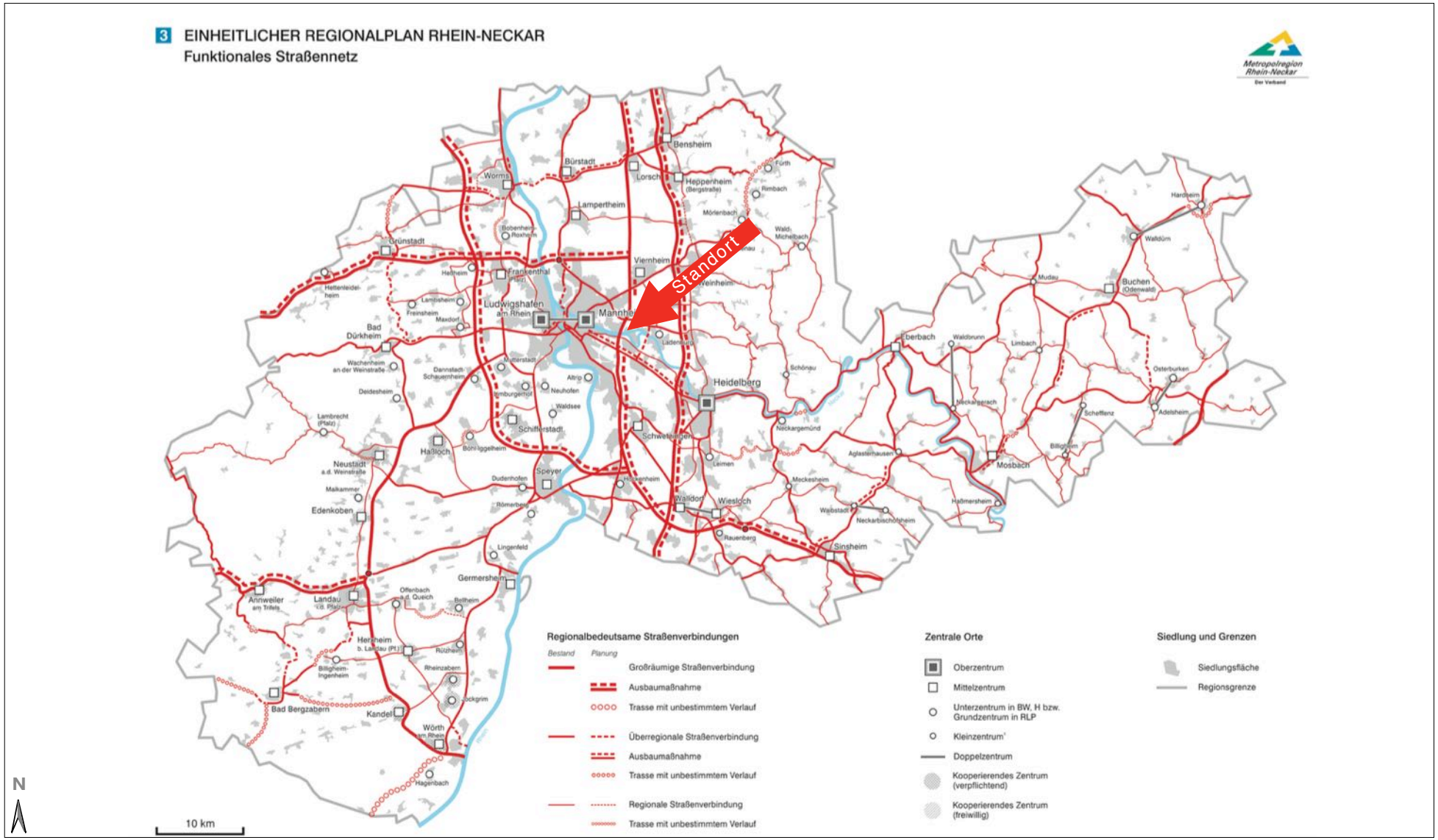
Ilvesheim verzeichnete im Verlauf der letzten Jahre eine deutliche Bevölkerungszunahme, so dass die Gemeinde zum Stand 31.12.2014 rund 9.000 Einwohner zählte. Zwischen 2006 und 2011 war die Anzahl der Einwohner um etwa 14 % angestiegen. Der Einfluss des Zensus, der vor allem eine Einwohnerzahlkorrektur in der Stadt Mannheim (-7,5 %) zur Folge hatte, beläuft sich auf einen Rückgang um 1,2 % bzw. 108 Einwohner. Trotz der Revidierung hält die positive Bevölkerungsentwicklung an, sodass im Zeitverlauf zwischen 2011 und 2014 ein Zuwachs um 4,8 % stattgefunden hat. Die Einwohnerzunahme ist vor allem auf das neue Wohngebiet Mahrgrund II zurückzuführen[7].

Den Zahlen des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg folgend, wird der positive Entwicklungstrend weiterhin anhalten. Aktuell entsteht ein Pflegeheim mit angelagertem Betreuten Wohnen (40 Plätze/Wohnungen) und ein größerer Geschosswohnungsbaukomplex mit rd. 35 Wohneinheiten. Des Weiteren soll kurzfristig ein Asylbewerberheim für rd. 100 Menschen errichtet werden. Alleine durch diese Maßnahmen wird die Einwohnerzahl in Ilvesheim um rd. 250 Personen ansteigen.

Neben der derzeit verstärkt forcierten Innenentwicklung ist zukünftig im Rahmen der Überarbeitung des Flächennutzungsplans die Entwicklung eines weiteren Wohngebietes mit einer Fläche von rund 6 ha angedacht. Der Entwicklungshorizont der neuen Baulandflächen ist noch unbestimmt.

Im Vergleich zur benachbarten Stadt Mannheim fällt in Ilvesheim die Kaufkraftkennziffer überdurchschnittlich aus. Auch Ladenburg verfügt über eine hohe Kaufkraftkennziffer, sodass sich räumlich ein gewisser Speckgürtel von Mannheim in östlicher Richtung abzeichnet.

[7] Gegenüber der 2010 erstellten Markt- und Wirkungsanalyse Super- und Getränkemarkt, Ilvesheim hat die vollzogene Einwohnerentwicklung in Ilvesheim die Erwartungen übertroffen. Prognostiziert wurde eine Einwohnerzahl inkl. des Baugebietes von rund 8.916 Einwohnern.


3 EINHEITLICHER REGIONALPLAN RHEIN-NECKAR
Funktionales Straßennetz
Metropolregion Rhein-Neckar
Der Verband
Standort
Bensheim
Bürstadt
Worms
Lorsch
Heppenheim (Bergstraße)
Fürth
Rimbach
Lampertheim
Mörlenbach
Grünstadt
Viernheim
Weinheim
Frankenthal (Pfalz)
Ludwigshafen am Rhein
Mannheim
Bad Dürkheim
Heidelberg
Schwetzingen
Schifferstadt
Speyer
Hassloch
Neustadt a.d. Weinstraße
Edenkoben
Wiesloch
Walldorf
Sinsheim
Mosbach
Buchen (Odenwald)
Walldürn
Hardheim
Adelsheim
Osterburken
Eberbach
Neckargemünd
Germersheim
Landau
Annweiler am Trifels
Herxheim b. Landau (Pfalz)
Bad Bergzabern
Kandel
Wörth am Rhein
Regionalbedeutsame Straßenverbindungen
Bestand
Planung
Großräumige Straßenverbindung
Ausbaumaßnahme
Trasse mit unbestimmtem Verlauf
Überregionale Straßenverbindung
Ausbaumaßnahme
Trasse mit unbestimmtem Verlauf
Regionale Straßenverbindung
Trasse mit unbestimmtem Verlauf
Zentrale Orte
Oberzentrum
Mittelzentrum
Unterzentrum in BW, H bzw. Grundzentrum in RLP
Kleinzentrum*
Doppelzentrum
Kooperierendes Zentrum (verpflichtend)
Kooperierendes Zentrum (freiwillig)
Siedlung und Grenzen
Siedlungsfläche
Regionsgrenze
N
10 km

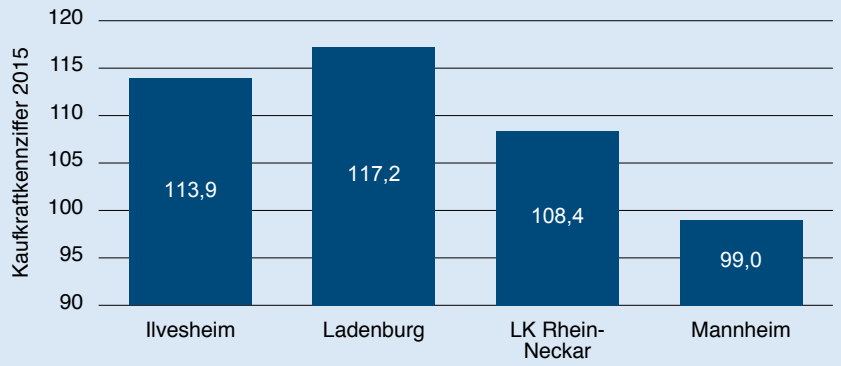
Raumordnerische Aspekte

Stadt/Gemeinde:	Ilvesheim	**Landkreis:**	Rhein-Neckar
Zentralörtliche Einstufung:	keine Einstufung	**Bundes-land:**	Baden-Württemberg

Verkehrsanbindung

Motorisierter Individualverkehr	Die Gemeinde Ilvesheim grenzt an Mannheim an und wird durch die Autobahn A 6 von Mannheim getrennt. Die nächstgelegene Auffahrt zur A 6 liegt am nordwestlichen Rand von Mannheim-Wallstadt. Das Siedlungsgebiet der Gemeinde wird durch den Neckarkanal in zwei Bereiche separiert, wobei im Süden auch noch der Neckar das Gemeindegebiet durchquert. Mehrere Hauptverkehrsstraßen verbinden die Gemeinde mit dem Umland. Die Feudenheimer Straße führt im Weiteren nach Westen (Richtung Mannheim), die L 542 nach Ladenburg und Mannheim-Seckenheim und die L 597 tangiert das nördliche Gemeindegebiet und bindet Ilvesheim an die Autobahn A 6 nach Mannheim-Wallstadt und Ladenburg an.
ÖPNV	Der öffentliche Personennahverkehr der Gemeinde Ilvesheim wird durch die Rhein-Neckar-Verkehr GmbH abgedeckt, wobei im Gemeindegebiet mehrere Buslinien verkehren, die Ilvesheim mit den umliegenden Gemeinden und Städten verbinden.

Kaufkraft im regionalen Vergleich



Quelle: MB-Research 2015

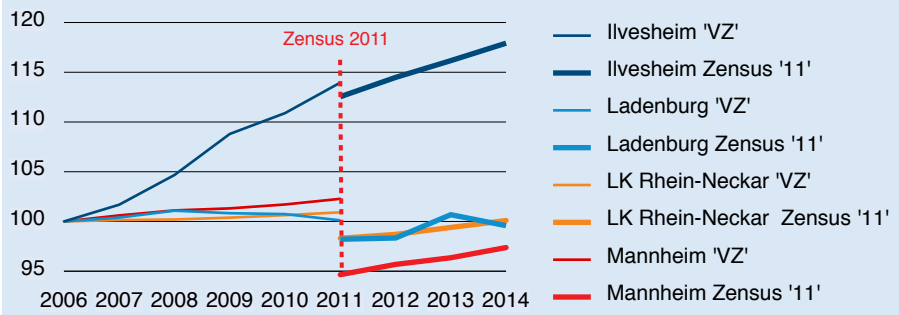
Kennzahlen Beschäftigung/Pendler

Arbeitslosenquote* 05/2016: 4,2 % Pendlersaldo 2014: -2.688

* alle zivilen Erwerbspersonen, Rhein-Neckar-Kreis
Quelle: Agentur für Arbeit, 30.06.2015

Einwohnerbestand und -entwicklung

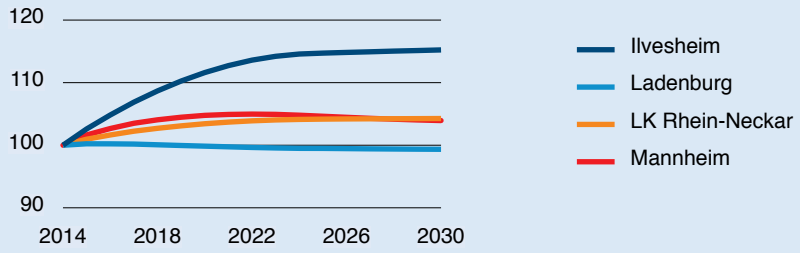
EW-Bestand (31.12.2014): 9.008 EW-Entwicklung: +14,0 % (06-11): +4,8 % (11-14)



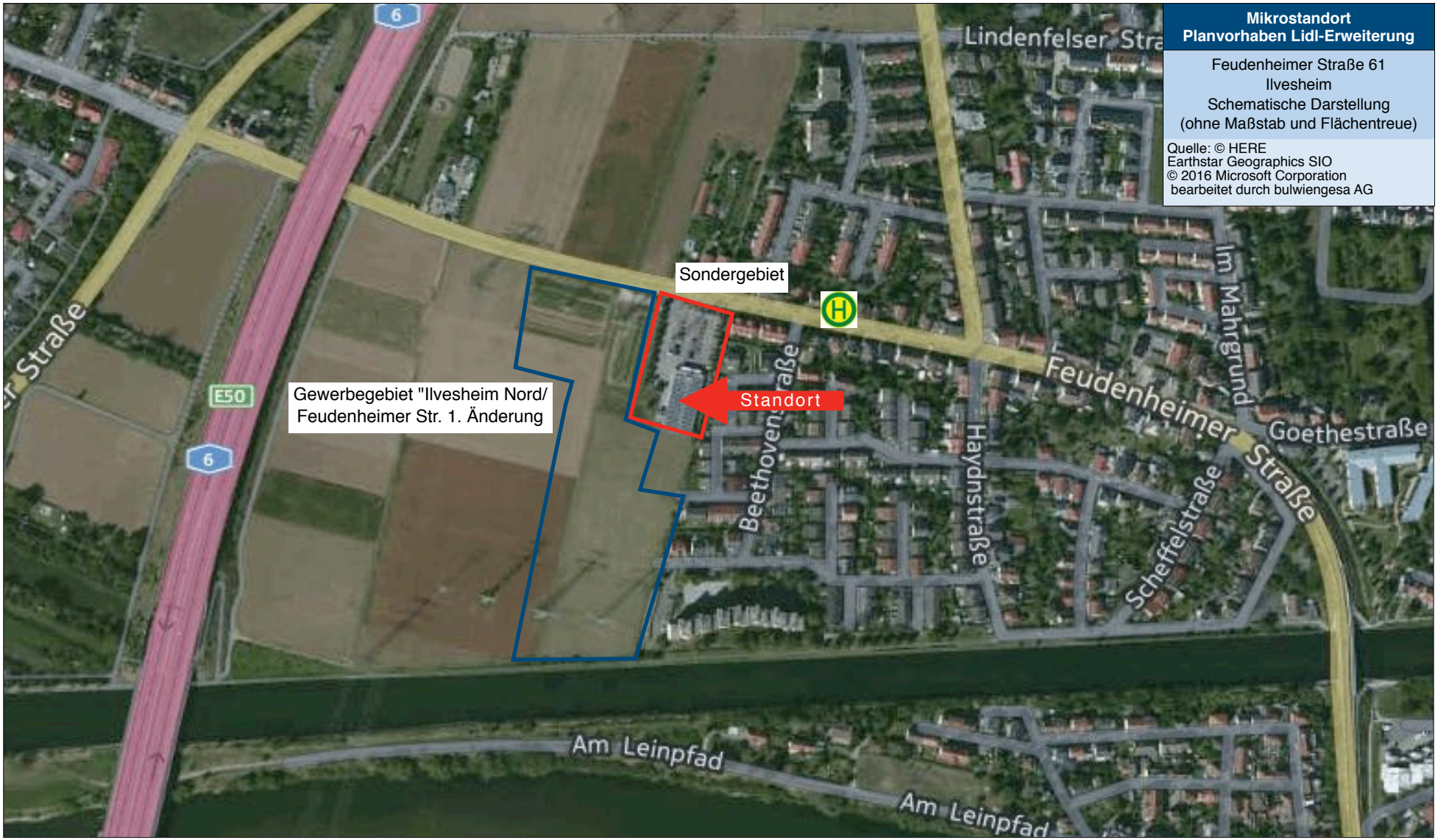
Darstellung im regionalen Vergleich in Indexform; 2006 = 100; Stand zum 31.12. des Jahres
Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, destatis VZ = Volkszählung 1987

Einwohnerprognose

EW-Prognose 2014 bis 2030: 1.372 EW bzw. 15,2 %



Darstellung im regionalen Vergleich in Indexform; 2014 = 100;
Die der Vorausrechnung zugrunde liegende Ausgangsbevölkerung Basis Zensus 2011.
Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2016 Hauptvariante



Mikrostandort
Planvorhaben Lidl-Erweiterung

Feudenheimer Straße 61
Ilvesheim
Schematische Darstellung
(ohne Maßstab und Flächentreue)

Quelle: © HERE
Earthstar Geographics SIO
© 2016 Microsoft Corporation
bearbeitet durch bulwiengesa AG

3 MIKROSTANDORT UND PLANVORHABEN

3.1 Mikrostandort

Lage und Umfeldnutzungen

Der Discounter Lidl ist am nordwestlichen Rand der Gemeinde Ilvesheim lokalisiert. Östlich schließt unmittelbar Wohnbebauung an, die überwiegend durch Ein- und Zweifamilienhäuser sowie vereinzelt eingestreute Reihen- und Punkthäuser geprägt wird. Der Standort ist damit als teilintegrierte Lage[8] einzustufen. Westlich befindet sich derzeit noch landwirtschaftlich genutzte Ackerfläche, die als gewerbliche Baufläche ausgewiesen ist und für örtliche Kleingewerbetreibende zur Verfügung (Gewerbegebiet "Ilvesheim Nord/Feudenheimer Straße") stehen soll.

Zukünftig wird der Lidl-Markt aufgrund der Entwicklung der benachbarten gewerblichen Fläche sowohl von gewerblichen Nutzungen als auch von Wohnbebauung umgeben sein.

Bei dem untersuchten Lidl handelt es sich um den einzigen Lebensmittelanbieter im nördlichen Gemeindegebiet von Ilvesheim, dem eine wichtige Funktion als Nahversorger für das nördliche Siedlungsgebiet zukommt.

Planungsrechtliche Einordnung

Der Lidl-Markt liegt im Geltungsbereich des VEP "Nahversorgung Nord" und ist als Sondergebiet "großflächiger Einzelhandelsbetrieb" §11 BauNVO ausgewiesen. Gemäß den planungsrechtlichen Festsetzungen sind Verkaufsflächen mit dem Schwerpunkt Lebensmittel, Haushaltswaren und Randsortimente für den täglichen Bedarf sowie Aktionswaren in geringem Umfang zulässig. Die Grundfläche des SB-Marktes ist auf maximal 1.300 qm festgeschrieben, so dass im Zuge der geplanten Erweiterung/Neuaufstellung des Marktes eine Anpassung des B-Plans notwendig ist.

[8] Gemäß Flächennutzungsplan 2015/2020, Begründung Band I, Handlungsstrategie 2006 ist ein Standort als teilintegriert einzustufen, wenn dieser einseitig an ein Wohngebiet angrenzt.

Fotodokumentation des Mikrostandortes

Objektsituation Lidl mit vorgelagerten Parkplätzen

Objektsituation Lidl mit Strommasten

Teilintegrierte Lage des Lidl mit angrenzender Wohnbebauung mit Blickrichtung Ilvesheim

Bushaltestelle in Höhe des Lidl

Zufahrtssituation mit eigener Linksabbiegerspur zum Lidl-Parkplatz

Benachbartes Gewerbegebiet in Planung

Fotos: Quelle bulwiengesa AG

Grundstückszuschnitt/Topografie	
Das rechteckige Grundstücksareal ist südlich der Feudenheimer Straße niveaugleich zur Straße angeordnet. Das Gebäude befindet sich im südlichen Teil des Grundstückes und die Parkplätze sind vorgelagert zur Straße angeordnet. Eine Besonderheit stellt der Strommast zur Hochspannungsleitung auf dem Grundstück dar.	
Grundstückserschließung	
Die Erschließung erfolgt über die Feudenheimer Straße, wobei in Höhe des Parkplatzareals eine separate Linksabbiegespur vorhanden ist, sodass eine gute und problemlose An- und Abfahrtssituation gewährleistet ist.	
Verkehrliche Erreichbarkeit	
Motorisierter Individualverkehr	Sehr gute Erreichbarkeit durch die Lage an der Feudenheimer Straße, die eine innerörtliche Hauptverkehrsachse bildet und die Anbindung an regionale Verkehrsträger (L 542, L 637, K 4137) herstellt.
Öffentlicher Personennahverkehr	Direkt am Projektstandort ist eine Bushaltestelle lokalisiert, die regelmäßige Taktzeiten aufweist und sowohl innerörtliche Anbindungen als auch Verbindungen an die umliegenden Gemeinden herstellt.
Erreichbarkeit für Fußgänger und Radfahrer	Die Fußgängerwege sind auf Objekthöhe auf beiden Straßenseiten der Feudenheimer Straße gut ausgebaut und mit einer Querungshilfe ausgestattet. Aus den anliegenden Wohngebieten ist der Standort damit sehr gut zu erreichen. Entlang der Feudenheimer Straße ist zudem ein Fahrradweg ausgewiesen.
Werbesichtbarkeit	
Die Sichtbarkeit des Standortes ist durch die Lage an der Feudenheimer Straße sehr gut. Die über das Grundstück geführte Stromleitung und die Strommasten stellen keine Beeinträchtigung dar.	

3.2 Projektvorhaben

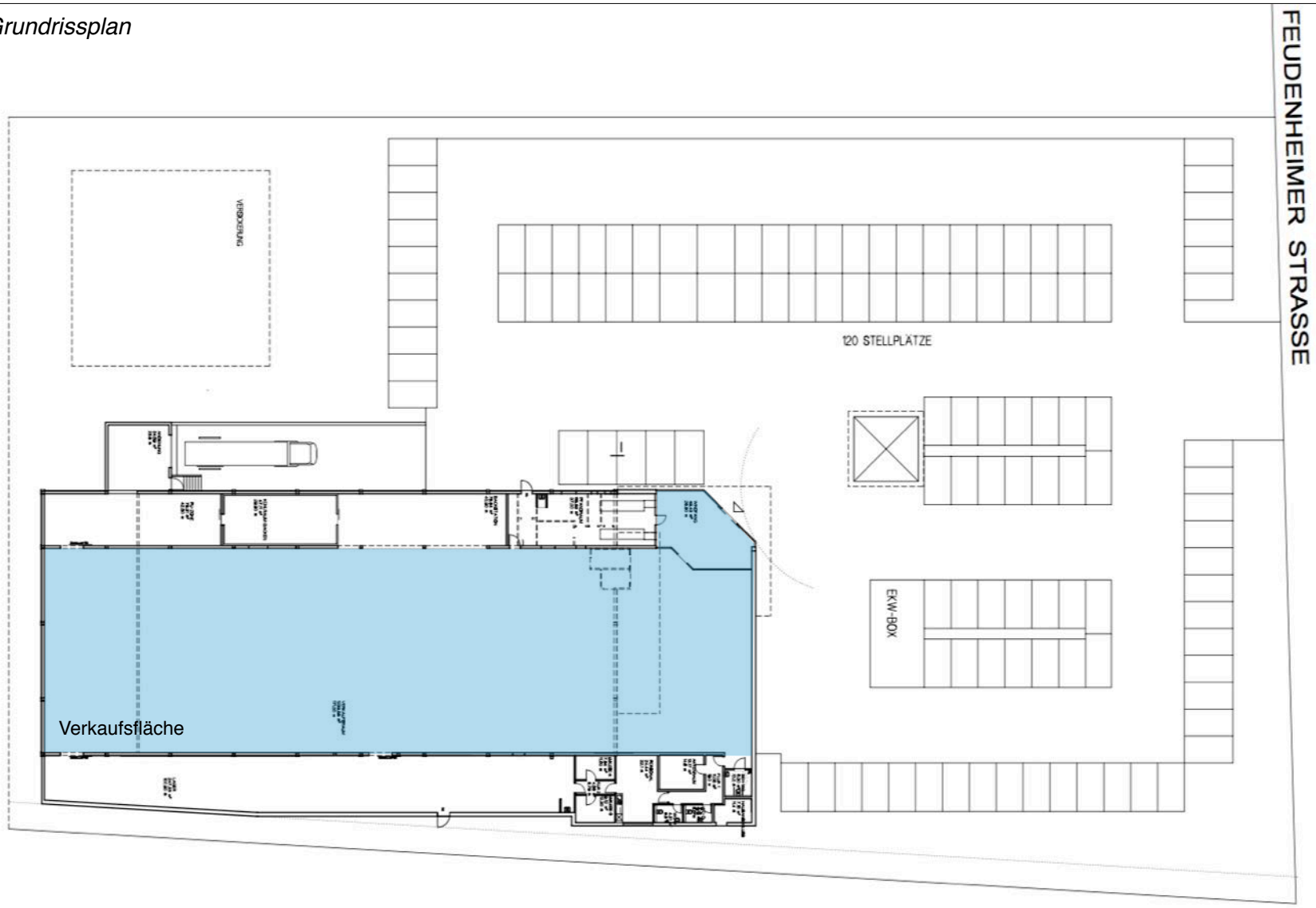
Die geplante Erweiterung dient der langfristigen Bestandssicherung des Marktes und damit auch der Sicherstellung der Nahversorgung des nördlichen Siedlungsgebietes von Ilvesheim. Die zunehmend wertigeren Marktauftritte der Lebensmittel-Vollsortimenter veranlassen Lidl zu einer baulichen Anpassung des Marktauftritts. Projektiert ist die Erweiterung des bestehenden Lidl-Marktes von derzeit 1.000 qm VKF auf rund 1.290 qm VKF[9]. Die Nutzfläche erhöht sich um etwa 632 qm von 1.265 qm auf zukünftig rund 1.897 qm. Baulich ist die Vergrößerung des Bestandsgebäudes in nördlicher Richtung auf Teilen des derzeitigen Parkplatzareals vorgesehen.

Die Anzahl der Parkplätze auf dem bisherigen Grundstücksareal wird sich durch die geplante Erweiterung auf rund 88 Stellplätze verringern. Durch die ausgedehnten Öffnungszeiten (7.00 bis 21.00 Uhr) entzerrt sich bereits heute das Kundenaufkommen, sodass auch bei reduzierter Stellplatzanzahl nicht von Engpässen auszugehen ist.

Konzeptionell ist vorgesehen den bestehenden Markt sowie auch die Nebenflächen großzügiger zu gestalten und auf das neue Store-Konzept des Betreibers Lidl umzustellen. Es umfasst eine größzügigere Warenpräsentation mit niedrigeren Regalhöhen, breiteren Verkehrsflächen (Kundenlaufwege) und eine ansprechendere Gestaltung des Verkaufsraumes.

[9] Gemäß dem Lageplan "Nahversorgungszentrum Ilvesheim Feudenheimer Straße" vom 09.02.2016 ermitteln sich folgende Daten: Verkaufsraum 1.239,55 qm, Windfang 49,43 qm. In der Summe beträgt die zukünftige VKF des Lidl-Marktes rund 1.290 qm: Verkaufsflächendefinition gemäß Definitionen zur Einzelhandelsanalyse gif 2014, S. 207

Lage- und Grundrissplan



Quelle: Auftraggeber

Durch die Positionierung der Pfandstation im Eingangsbereich wird zudem eine kundenfreundliche Abwicklung des Pfandsystems ermöglicht. Des Weiteren soll die Backstation neu eingerichtet werden und die Haustechnik an den heutigen Stand der Technik angepasst werden. Als zusätzlicher Service ist die Einrichtung eines Kunden-WC vorgesehen.

Unverändert bleibt die Sortimentstiefe und -breite. Das Festsortiment liegt aktuell bei rund 1.600 Artikeln und soll auch künftig über alle Lidl-Märkte hinweg standardisiert angeboten werden. Durch die Erweiterung sinkt die Warendichte im neuen Markttyp auf rund 1 Artikel/qm VKF (zum Vergleich: Vollsortimenter rund 10 Artikel/qm VKF).

Hinsichtlich der Sortimentsgliederung ist davon auszugehen, dass künftig Gebrauchsgüter eher an Bedeutung verlieren als gewinnen würden. Generell geben die Discounter bei Nonfood-Aktionsartikeln tendenziell wieder Marktanteile vor allem an den Distanz-/Online-Handel ab. Preisbewusste (Discount-)Kunden wandern leichter als qualitäts- und serviceorientierte Kunden dorthin ab.

Insgesamt deckt das Angebot des Lidl-Marktes derzeit und zukünftig das Sortiment Periodischer Bedarf (Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Zeitungen, Tiernahrung, Freiverkäufliche Pharmaziewaren und Heimtierfutter), das von wöchentlich wechselnden Randsortimente erweitert wird, ab.

Fazit Mikrostandort und Planvorhaben

Der Standort liegt im nördlichen Siedlungsbereich der Gemeinde Ilvesheim und schließt westlich an eine bestehende Wohnbebauung an, sodass der Standort als teilintegrierte Lage zu klassifizieren ist.

Verkehrlich ist der Standort sehr gut an den MIV angebunden und über die vorgelagerte Bushaltestelle auch an den ÖPNV. Der Standort eignet sich gut für eine Einzelhandelsnutzung.

Die Projektkonzeption sieht die Erweiterung/Neuaufstellung des bestehenden Lidl-Marktes um rund 300 qm Verkaufsfläche bzw. rund 632 qm Nutzfläche vor. Ziel ist es, den Markt an die heutigen, auch neuen technischen Objektanforderungen anzupassen und damit zukunftsfähig aufzustellen und langfristig zu sichern. Dazu soll u. a. eine Backstation eingerichtet werden, ein Kunden-WC installiert und die Verkaufsfläche großzügiger gestaltet werden. Veränderungen in der Sortimentstiefe und -breite sind nicht vorgesehen.

4 WETTBEWERBSSITUATION

Ende Mai 2016 wurde eine Vollerhebung des untersuchungsrelevanten Sortimentes Periodischer Bedarf in Ilvesheim vorgenommen. Des Weiteren wurden das relevante Sortiment in den benachbart gelegenen zentralen Versorgungsbereichen der Mannheimer Stadtteile Feudenheim, Seckenheim und Wallstadt erfasst und zudem wichtige Streulagen in diesen Stadtteilen ebenso wie in Mannheim-Neuostheim/Neuhermsheim sowie den benachbarten Gemeinden Ladenburg und Edingen-Neckarhausen erfasst und bewertet.

Anbieter, die neben diesem Kernsortiment noch weitere ergänzende bzw. Randsortimente vorhalten, fließen dabei nur hinsichtlich ihres Warenanteils im Periodischen Bedarf in die flächen- und umsatzseitige Betrachtung ein. Ebenso wurden Randsortimentsanteile von Anbietern erfasst, deren Kernsortiment nicht der Periodische Bedarf ist.

4.1 Wettbewerbssituation in Ilvesheim

In der Gemeinde Ilvesheim wird das Angebot im Periodischen Bedarf vor allem durch drei größere Verkaufseinheiten getragen. Neben dem Untersuchungsobjekt Lidl ist mit Penny ein weiterer Discounter vorhanden. Als Vollsortimenter ist Rewe mit einer Filiale im südlichen Ilvesheim präsent. Ergänzend zu diesem Angebot sind handwerkliche Betriebe, ein Getränkemarkt und zwei Apotheken über das Gemeindegebiet verteilt.

Faktischer ZVB Ilvesheim

Entlang der Schlossstraße[10] bzw. in der Verlängerung Brückenstraße konzentriert sich das Einzelhandelsangebot der Gemeinde Ilvesheim. In 2007 hat im Bereich der Brückenstraße ein Rewe-Markt eröffnet. Dabei besteht sowohl eine gut ausgebaute fußläufige Verbindung zwischen der Brückenstraße und der Schlossstraße als auch ein nahezu durchgängiger Geschäftsbesatz mit Einzelhandelsnutzungen und ergänzenden Einrichtungen (Eiscafé und Tankstellenshop). In der Schlossstraße ist am Rathaus die Bushaltestelle Rathaus situiert, sodass auch eine ÖPNV-Anbindung gegeben ist. Der Ankerbetrieb Rewe übernimmt eine wichtige Versorgungsfunktion für Ilvesheim-Süd und wird von den anderen Anbietern in der Schlossstraße ergänzt (Apotheke, Reformhaus, Bäckerei). Insgesamt kann deshalb von einem faktischen zentralen Versorgungsbereich[11] ausgegangen werden, der Teilbereiche der Schlossstraße und der Brückenstraße umfasst.

Das Angebot im faktischen ZVB Ilvesheim ist jedoch insgesamt überwiegend auf die Nahversorgung begrenzt. Der als Ankerbetrieb fungierende Rewe-Markt ist marktkonform aufgestellt und bietet ein vielseitiges Sortiment. Im Vergleich zur letzten Erhebung 2010 hat sich das Angebot in dieser Lage u. a. aufgrund der Schlecker-Insolvenz im Periodischen Bedarf rückläufig entwickelt.

[10] Als zentraler Bereich wird die Schlossstraße bereits 1999 im Konzept des Nachbarschaftsverbandes Heidelberg Mannheim "Versorgung der Bevölkerung mit Leistungen des Einzelhandels" klassifiziert.

[11] Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche anhand einschlägiger Literatur bspw. Lage in der Regel in gewachsenen innerstädtischen/örtlichen Hauptgeschäftslagen; Standort in einem baulich verdichteten Siedlungszusammenhang mit überwiegender Wohnbebauung; Funktionsmischung von Einzelhandel, Dienstleistungen, gastronomischem Angebot, öffentlichen Einrichtungen; Umfang der Einzelhandelsnutzungen von mindestens rund 1.000 qm VKF; ÖPNV-Anbindung; gute fußläufige Erreichbarkeit

Streulagen in Ilvesheim

Neben den handwerklichen Betrieben, die im Gemeindegebiet verteilt sind (überwiegend im südlichen Bereich von Ilvesheim), ist mit Penny ein weiterer Discount-Markt in Ilvesheim angesiedelt.

Der Standort des Penny-Marktes befindet sich in introvertierter Wohngebietslage. Die Werbesichtbarkeit ist aufgrund der Schallschutzeinrichtung entlang der Seckenheimer Straße nicht gegeben. Auch die verkehrliche Erreichbarkeit über die Mühlenstraße ist für einen nachhaltig erfolgreichen Betrieb des Marktes nicht ausreichend. Derzeit werden alternative Ansiedlungsmöglichkeiten in Ilvesheim geprüft, jedoch sind bislang, keine adäquaten Entwicklungsgrundstücke in Ilvesheim vorhanden.

Ausstattungsquoten von Ilvesheim im Periodischen Bedarf

Die Verkaufsflächenausstattung im Periodischen Bedarf liegt derzeit bei rund 0,39 qm VKF. Im Vergleich zur Erhebung im Jahr 2010 hat sich die Verkaufsfläche im Periodischen Bedarf verringert[12] (-6,2 %), gleichzeitig ist die Einwohnerzahl stark (+8,4 %[13]) angestiegen.

Verkaufsflächenausstattung Teilsortimente des Periodischen Bedarfs

	VKF in qm	VKF Ausstattung in qm/EW*
Nahrung u. Genussmittel	3.250	0,36
Drogerie	180	0,02
Restlicher periodischer Bedarf**	110	0,01
Periodischer Bedarf	**3.540**	**0,39**

* Ilvesheim 9.008 Einwohner,
** Zeitungen/Zeitschrift, Freiverkäufliche Pharmaziewaren, Heimtierfutter

[13] Unterschiedliches Bezugssystem VZ' 87 für das Jahr 2009 und Zensus 2011 für 2014, jedoch fällt in Ilvesheim der Einfluss des Zensus gering aus, siehe Kapitel 2.

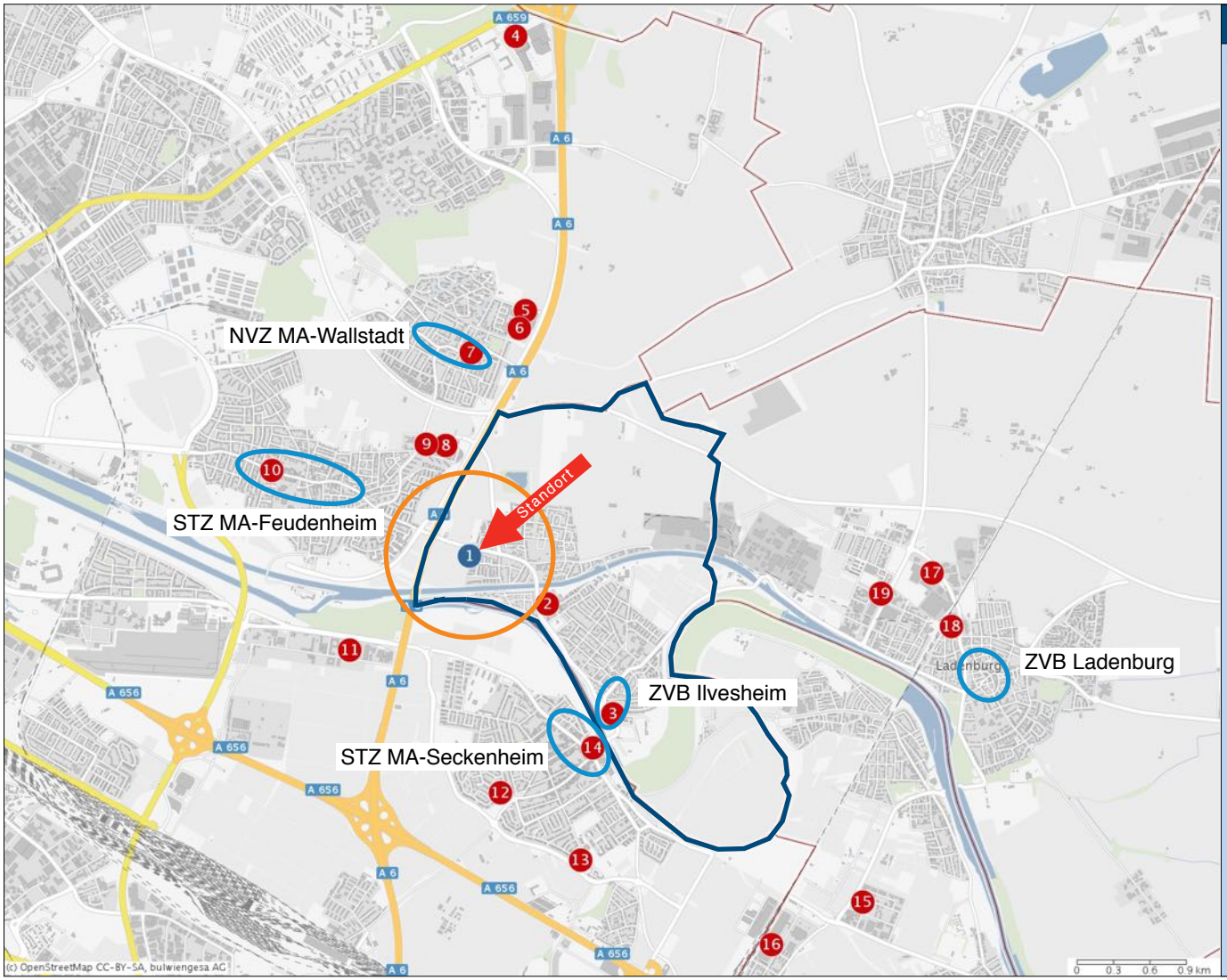
Verkaufsflächenausstattung Periodischer Bedarf in Ilvesheim*

	VKF in qm	Einwohner	VKF Ausstattung in qm/EW
Ilvesheim-Nord	990	3.377	0,29
Ilvesheim-Süd	2.550	5.631	0,45
Ilvesheim aktuell	**3.540**	**9.008**	**0,39**
Ilvesheim 2010**	3.775	8.311	0,45
Δ Ilvesheim 2010 - 2016	**-235**	**697**	**-0,06**
Ilvesheim ohne Penny	2.920	9.008	0,32
Ilvesheim ohne Penny inkl. Lidl-Erweiterung	3.170	9.008	0,35
Ilvesheim inkl. Lidl-Erweiterung und Penny (Bestand)	3.790	9.008	0,42

Quelle: Vollerhebung Periodischer Bedarf in Ilvesheim, Stand Mai 2016, Einwohnerzahl umbasiert vom Stand 06.06.2016 nach Siedlungsgebieten Nord, Süd zum Gesamteinwohnerstand zum 31.12.2014
* Die Erweiterung des Lidl ist mit rund 250 qm VKF in die Berechnungen eingegangen, rund 40 qm VKF entfallen auf die ergänzenden Non-Food-Flächen
** Einwohnerzahl Ilvesheim 2009

Da in Ilvesheim kein Drogeriemarkt ansässig ist, werden die Drogerieartikel überwiegend als Teilsortiment bei den Lebensmittelanbietern oder den Apotheken geführt. Aufgesplittet auf die einzelnen Sortimente des Periodischen Bedarfs (Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie und restliches periodisches Sortiment[14]) wird der unterdurchschnittliche Versorgungsgrad der Gemeinde nochmals deutlich.

[14] Zeitungen/Zeitschriften, Freiverkäufliche Pharmaziewaren, Heimtierfutter



Relevanter Wettbewerb (Auswahl)

Bestand		ca. VKF
1	Lidl (Untersuchungsobjekt)	1.000 qm
2	Penny, Streulage Ilvesheim	700 qm
3	Rewe, ZVB Ilvesheim	1.350 qm
4	Kurpfalz-Center, Streulage Mannheim	
	real,-	9.000 qm
	Aldi	1.250 qm
5	Penny, Streulage Wallstadt	740 qm
6	Aldi, Streulage Wallstadt	1.100 qm
7	Marktkauf, NZV Wallstadt	500 qm
8	Penny, Streulage Feudenheim	740 qm
9	Edeka, Streulage Feudenheim	780 qm
10	Edeka, STZ Feudenheim	750 qm
11	FMA Seckenheimer L-Str. Streulage Mannheim	
	E- Center	3.000 qm
	Lidl	1.000 qm
	Aldi	1.100 qm
12	Edeka, Streulage Seckenheim	750 qm
13	Treff 3000, Streulage Seckeheim	550 qm
14	Penny, STZ Seckenheim	380 qm
15	FMA Gerberstr. Streulage Edingen-Neckarh.	
	Lidl	1.100 qm
	Aldi	1.000 qm
16	real,-, Streulage Edingen-Neckarh.	4.700 qm
17	Lidl, Streulage Ladenburg	1.100 qm
18	FMA Wallstadter Straße, Streulage Ladenburg	
	Edeka	1.500
	Aldi	**1.250 qm**
19	Penny, Streulage Ladenburg	750 qm

Gemeindegebiet Ilvesheim
ZVB Abgrenzungen
700 m Radius Nahbereich

Wettbewerbsübersicht im Kernsortiment Periodischer Bedarf Lagebereiche, Verkaufsflächen, Flächenproduktivität, Umsätze							
Teilraum/Standortbereich	Zone	VKF Kern-sortiment qm	VKF Kern-sortiment (gerundet) qm	Raum-leistung Euro/qm	Raum-leistung (gerundet) Euro/qm p. a.	Umsatz Periodischer Bedarf Mio. Euro p. a.	Bemerkungen
Lidl	1	910	910	7.050	7.050	6,4	Untersuchungsstandort
Ilvesheim Nord (Kleinhandel)	1	80	80	5.063	5.060	0,4	Bäckerei und Apotheke
Ivesheim Nord ink. Lidl	*1*	*990*	*990*	*6.889*	*6.890*	*6,8*	
Ilvesheim faktischer ZVB	2	1.470	1.470	4.699	4.700	6,9	Rewe, Kleinhandel
Streulage Ilvesheim Süd	2	1.080	1.080	3.931	3.930	4,2	Penny, handwerklicher Kleinhandel etc.
Σ Ilvesheim gesamt	**Kern-EZG**	**3.540**	**3.540**	**5.077**	**5.080**	**18,0**	
ZVB STZ Mannheim-Feudenheim	Ergänzung	2.670	2.670	4.624	4.620	12,3	Edeka, dm, Biomarkt, handwerklicher Kleinhandel
AAS Mannheim-Feudenheim	Ergänzung	1.520	1.520	4.648	4.650	7,1	Edeka, Penny in Randlage
Σ Mannheim-Feudenheim	**Ergänzung**	**4.190**	**4.190**	**4.632**	**4.630**	**19,4**	
ZVB NVZ Mannheim-Wallstadt	Ergänzung	730	730	4.123	4.120	3,0	Marktkauf und handwerklicher Kleinhandel
AAS Mannheim-Wallstadt	Ergänzung	1.670	1.670	5.898	5.900	9,8	Aldi introvertierte Lage, Penny
Σ Mannheim-Wallstadt	**Ergänzung**	**2.400**	**2.400**	**5.358**	**5.360**	**12,9**	
Σ Marktgebiet	**MG**	**10.130**	**10.130**	**4.960**	**4.960**	**50,2**	
ZVB STZ Mannheim-Seckenheim		700	700	3.919	3.920	2,7	Penny, Apotheken, Kleinhandel
AAS Mannheim-Seckenheim		1.230	1.230	4.067	4.070	5,0	Edeka und Treff 3000 siedlungsintegriert
Kurpfalz-Center Mannheim-Vogelstang		8.920	8.920	5.721	5.720	51,0	real,-, Aldi, dm und ergänzendes Angebot
Seckenheimer Landstraße Mannheim-Neuostheim/Neuhermsheim		5.230	5.230	5.410	5.410	28,3	E-Center, Lid, Aldi
AAS Ladenburg		6.070	6.070	5.375	5.370	32,6	Edeka, Lidl, Aldi, Penny Norma
AAS Edingen-Neckarhausen		7.120	7.120	5.275	5.280	37,6	real,-, Lidl, Aldi, dm, Getränkemarkt

Quelle: bulwiengesa, AAS = Alternative Angebotsstandorte in nicht integrierter Lage, MG = Marktgebiet

Fotodokumentation Wettbewerber (Auswahl)

Rewe, faktischer ZVB Ilvesheim

Penny, Streulage Ilvesheim

Markthaus, NVZ-Wallstadt

Edeka, STZ Feudenheim

Penny, STZ Seckenheim

Kurpfalz-Center, Mannheim

Fotos: Quelle bulwiengesa AG

Fotodokumentation Wettbewerber (Auswahl)

E-Center, Seckenheimer Landstraße, Mannheim

Edeka, alternativer Angebotsstandort Mannheim-Feudenheim

Edeka, alternativer Angebotsstandort Mannheim-Seckenheim

Agglomeration Edeka, Aldi, dm, Ladenburg

Aldi, Lidl, dm, Getränkemarkt, Edingen-Neckarhausen

real,-, Edingen-Neckarhausen

Fotos: Quelle bulwiengesa AG

4.2 Wettbewerbssituation im Umfeld von Ilvesheim[15]

Die Wettbewerbssituation im Umfeld wird überwiegend von den großflächigen Angebotskonzentrationen im Oberzentrum Mannheim dominiert. Wettbewerbsrelevant sind hauptsächlich die zentralen Versorgungsbereiche und die größeren Anbieter in den Streulagen der Mannheimer Stadtteile Feudenheim, Wallstadt, Seckenheim sowie die großflächigen Angebotsstandorte Kurpfalz-Center und Seckenheimer Landstraße. Zusätzlich beeinflussen die Angebotsentwicklungen in Ladenburg und Edingen-Neckarhausen die Einzelhandelssituation in Ilvesheim.

Mannheim-Feudenheim

Der Stadtteil Mannheim-Feudenheim liegt in direkter Nachbarschaft zum Untersuchungsstandort und ist auf sehr kurzem Wege zu erreichen. Das Lebensmittelangebot in dem Stadtteil konzentriert sich zum einen im Stadtteilzentrum (STZ) Feudenheim und zum anderen im nördlichen Siedlungsbereich im Übergang zwischen Mannheim-Feudenheim und Mannheim-Wallstadt.

Das Stadtteilzentrum Feudenheim (ein ausführliches Standortprofil befindet sich im Anhang) verfügt über ein vielseitiges Einzelhandelsangebot, dabei liegt der Schwerpunkt auf der Nahversorgung. Mit dem Anbieter Edeka, dm, Biomarkt und handwerklichen Betrieben besteht ein reichhaltiges Angebot. Trotz des diversifizierten Angebots bedienen die Anbieter überwiegend den lokalen Markt der umliegenden Siedlungsbereiche von Feudenheim.

Die nördlich gelegenen Anbieter Penny und Edeka City Markt verfügen hingegen über ein großzügiges Parkplatzangebot und liegen verkehrsorientiert an einer der Haupterschließungsachsen Wallstadter Straße bzw. Theodor-Storm-Straße des Stadtteils, sodass von weitläufigeren Einkaufsverflechtungen z. B. auch aus Wallstadt ausgegangen werden kann.

Mannheim-Wallstadt

Im Stadtteil Mannheim-Wallstadt sind neben den Anbietern im NVZ Wallstadt, die ausschließlich auf die Nahversorgung ausgerichtet sind, auch die Anbieter Penny und Aldi ansässig. Direkt an das Wohngebiet von Wallstadt angrenzend weist Aldi eine gute Frequentierung auf. Penny liegt in Sichtweite zur Siebenbürger Straße und kann von der gut ausgebauten Landstraße profitieren.

Mannheim-Seckenheim

Der Stadtteil Mannheim-Seckenheim liegt durch den Neckar getrennt nachbarschaftlich zum südlichen Ilvesheimer Siedlungsgebiet und ist über die Neckarbrücke schnell zu erreichen. Insgesamt besteht in dem Stadtteil nur ein vergleichsweise geringes Lebensmittelangebot. Neben den Anbietern im ZVB Seckenheim befinden sich weitere filialisierte Lebensmittelanbieter im weiteren Siedlungsbereich in wohngebietsbezogenen Lagen von Seckenheim, die jeweils als Solitärstandorte am Markt agieren und aufgrund ihrer Lagesituation ausschließlich die unmittelbare Nahversorgung übernehmen.

[15] Für die zentralen Versorgungsbereiche Mannheim-Feudenheim, Mannheim-Seckenheim und Mannheim-Wallstadt sind ausführliche Standortprofile im Anhang angefügt.

Der ZVB Seckenheim erstreckt sich entlang der Seckenheimer Hauptstraße, die derzeit von Straßenumbauarbeiten geprägt wird. Das Angebotsniveau des Stadtteilzentrums ist eher einfach und bietet lediglich ein begrenztes Angebot. Das Angebot im Periodischen Bedarf wird hauptsächlich vom kleindimensionierten Penny-Markt übernommen. Dem Anbieter kommt eine wichtige Nahversorgungsfunktion zu, er dürfte aber keine nennenswerte Ausstrahlungskraft auf das benachbarte Ilvesheim entfalten.

Mannheim-Neuostheim/Neuhermsheim

Der Einzelhandelsschwerpunkt Seckenheimer Landstraße bietet mit den leistungsfähigen Anbietern Aldi, Lidl und Edeka ein ausgeprägtes Lebensmittelangebot, die zusammen mit dem Möbelanbieter Segmüller auf ein großes Marktgebiet reflektieren. Verkehrlich sehr gut erreichbar, zielen die Anbieter vor allem auf das Nachfragepotenzial der Stadtteile Neuostheim/Neuhermsheim, Seckenheim, aber auch auf den nördlichen gelegenen Siedlungsbereich von Feudenheim.

Mannheim, Kurpfalz-Center

Das sich in nicht integrierter Lage befindliche Kurpfalz-Center hat durch die erfolgten Umbaumaßnahmen und die Integration von weiteren Fachmärkten mit zentrenrelevanten Sortimenten eine erhebliche Aufwertung erfahren. Mittlerweile hat sich das Center sehr gut am Markt positioniert und kann ein großes Marktgebiet ansprechen. Die vorhandenen Anbieter im Periodischen Bedarf real,-, Aldi, dm und Fressnapf sind allesamt gut frequentiert und decken zusammen ein breites Angebotsspektrum ab. Die Erreichbarkeit des Angebotsstandortes aus der Gemeinde Ilvesheim ist über die parallel zur A 6 verlaufende, gut ausgebaute Siebenbürgen Straße sehr gut gegeben, so dass von intensiven Kaufkraftverflechtungen auch aus Ilvesheim auszugehen ist.

Ladenburg

Östlich von Ilvesheim ist das Grundzentrum Ladenburg lokalisiert. In den letzten Jahren hat sich der Lebensmitteleinzelhandel in der Stadt positiv entwickelt. Die Angebotskonzentration Edeka, Aldi und dm in der Nähe der Innenstadt ist sehr gut frequentiert und als überdurchschnittlich leistungsstark einzuschätzen. Zusammen mit den Anbietern Penny, Lidl und Norma besteht im westlichen Stadtgebiet ein großes Lebensmittelangebot, das die Nahversorgung in Ladenburg sichert.

Edingen-Neckarhausen

Neben den Filialen des Betreibers Lidl in Ladenburg, Mannheim-Neuostheim/Neuhermsheim ist in Edingen-Neckarhausen eine weitere Filiale des Anbieters vorhanden. In der Fachmarktagglomeration Gerberstraße (Aldi, Lidl, dm, Getränke Stahl) besteht eine leistungsfähige Angebotsagglomeration. Unweit davon befindet sich darüber hinaus das real-, SB-Warenhaus. Der Standort liegt verkehrlich gut erreichbar und kann zudem von Pendlerströmen zwischen Mannheim und Heidelberg profitieren. Die Erreichbarkeit aus Ilvesheim ist gut gegeben.

Planungen im Umfeld

- In Edingen-Neckarhausen wird derzeit das SB-Warenhaus real,-, bei laufendem, wenngleich eingeschränktem Betrieb umgebaut. Geplant ist die Stärkung des Periodischen Bedarfs. Die Verkaufsfläche wird insgesamt rund 4.600 qm betragen. Im neu errichteten Anbau werden zudem der ehemalig im Obergeschoss angeordnete Adler-Bekleidungsfachmarkt und drei weitere Fachmärkte angesiedelt. Insgesamt wird der Standort bis Ende 2016 zu einem attraktiven Fachmarktzentrum ausgebaut[16]. Marktanalytisch ist diese Entwicklung in der Wirkungsanalyse berücksichtigt.

- In Ladenburg ist die ehemalige Aldi-Filiale vakant bzw. befindet sich in der Vermarktung. In direkter Nachbarschaft entwickelt die Bäckerei Görtz eine größere Bäckerei samt Gastronomieeinheit. Beide Projekte erhöhen die Angebotsvielfalt für Ladenburg, finden aber marktanalytisch keine Beachtung, da insbesondere die Art der Nachnutzung der ehemaligen Aldi-Fläche nicht bekannt ist und auch keine Informationen zum Projekthorizont vorliegen.

Fazit Wettbewerbssituation

Lidl übernimmt eine zentrale Versorgungsfunktion vor allem für den nördlichen Siedlungsbereich der Gemeinde Ilvesheim.

Im umliegenden Marktgebiet sind hauptsächlich die Anbieter in Mannheim-Feudenheim, Mannheim-Wallstadt sowie die großen FMA Seckenheimer Landstraße und Kurpfalz-Center wettbewerbsrelevant. Darüber hinaus sind auch die Angebotsstandorte in Ladenburg (West) und Edingen-Neckarhausen aufgrund ihres vielfältigen Angebots von Bedeutung.

Wettbewerbsveränderungen sind nur in einem geringen Umfang zu erwarten. Der real,- in Edingen-Neckarhausen wird aktuell modernisiert und umgebaut und in Ladenburg wird die ehemalige Aldi-Filiale zur Nachvermietung angeboten. Neuentwicklungen oder Erweiterungen in den untersuchungsrelevanten Mannheimer Stadtteilen sind aktuell nicht bekannt.

[16] laut Metro Group

5 MARKTGEBIET UND NACHFRAGE

5.1 Marktgebiet des Untersuchungsstandortes

Die Abgrenzung des vorhabenbezogenen Marktgebietes basiert auf der marktanalytischen Untersuchung des Wettbewerbsnetzes unter Berücksichtigung der siedlungsstrukturellen Situation, der Lage des Vorhabens im Raum und verkehrlicher und topografischer Kriterien. Gestützt wird die Abgrenzung des Marktgebietes durch eine vom Betreiber Lidl durchgeführte PLZ-Kundenbefragung (KW 7, 2016)[17].

Siedlungsstrukturelle Einteilung der Gemeinde Ilvesheim

Lidl kommt für das nördliche Siedlungsgebiet von Ilvesheim eine zentrale Nahversorgungsfunktion zu. Als einziger Lebensmittelanbieter in diesem Bereich kann von einer starken Marktposition ausgegangen werden. In einem Radius von 700 m um den Markt herum werden große Teile des nördlichen Gebietes von Ilvesheim abgedeckt und auch Teilbereiche von Mannheim-Feudenheim erfasst.

Die südlichen Bereiche von Ilvesheim werden überwiegend von den Anbietern Penny und Rewe, die zusammen in ihren jeweiligen 700 m Radien fasst das ganze Siedlungsgebiet abdecken, versorgt. Jedoch kann auch aufgrund der Leistungsstärke von Lidl von intensiven Einkaufsverflechtungen zum Lidl-Markt ausgegangen werden. Insgesamt stammen gemäß den Erhebungen von Lidl, die hier zu Grunde gelegt werden, rund 55 % der Kunden aus Ilvesheim.

[17] Von den befragten Kunden, bezogen auf die gültigen Angaben, stammen 55,3 % aus dem PLZ-Gebiet 68549 Ilvesheim, 28,6 % aus 68259 Mannheim-Feudenheim/Wallstadt, 1,1 % aus 68542 Heddesheim, 1,1 % aus 68526 Ladenburg, 0,5 % aus 68239 Mannheim-Seckenheim, 13,5 % aus sonstigen Gebieten.

Dichtes Filialnetz des Anbieters Lidl

Die Reichweite des Marktgebietes wird wesentlich durch die Anbieter im benachbarten Oberzentrum Mannheim und dem dichten Filialnetz des Anbieters Lidl limitiert. Bei der hohen Filialdichte von Lidl ist von Überschneidungen der jeweiligen Einzugsgebiete auszugehen. Die umliegenden Filialen von Lidl sind in Mannheim-Neuostheim/Neuhermsheim, Edingen-Neckarhausen und Ladenburg ansässig. In den Stadtteilen Feudenheim und Wallstadt ist Lidl nicht vertreten.

Aufgrund der guten Erreichbarkeit aus dem Stadtteil Mannheim-Feudenheim ist von größeren Einkaufsverflechtungen aus diesem Bereich auszugehen, ebenso aus dem Mannheimer Stadtteil Wallstadt[18]. Der alternative Lidl-Standort in Mannheim-Käfertal ist im direkten Vergleich aus dem Kerngebiet von Wallstadt weniger gut zu erreichen.

Topografisch begrenzt der Neckar im Süden das Gemeindegebiet von Ilvesheim. Aus südlicher Richtung (Seckenheim) besteht lediglich eine Querungsmöglichkeit im südlichen Siedlungsgebiet von Ilvesheim. Der alternative Lidl-Standort in Mannheim-Neuostheim/Neuhermsheim ist dementsprechend für die Kunden aus Seckenheim schneller zu erreichen (0,5 % der PLZ-Befragten aus Seckenheim).

Aufgrund der guten Eigenversorgung Ladenburgs und der Lidl-Filiale im westlichen Stadtgebiet sind nur geringe Einkaufsverflechtungen zwischen den Einwohnern in Ladenburg und dem Untersuchungsstandort zu verzeichnen.

Darüber hinaus wird deutlich, dass Lidl aufgrund seiner guten verkehrlichen Lage ein größeres, diffus gestaltetes Marktgebiet ansprechen

[18] Bestätigt wird die große Nachfrageverflechtung der Einwohner aus den Mannheimer Stadtteilen Feudenheim und Wallstadt durch die durchgeführte PLZ-Befragung im Lidl-Markt.

kann (13,5 % der PLZ-Befragten), die als unspezifische externe Zuflüsse zu klassifizieren sind.

Aufgrund der geringen Ausprägung der Kundenfrequenzen aus Mannheim-Seckenheim (0,5 %), Heddesheim (1,1 %) und Ladenburg (1,1 %) werden diese den externen Streukunden zugeordnet.

Zweizonales Marktgebiet mit hohem Anteil an externen Zuflüssen

Insgesamt umfasst das Kerneinzugsgebiet das Gemeindegebiet von Ilvesheim. Die ausgeprägteren Verflechtungen mit den nahegelegenen Mannheimer Stadtteilen Feudenheim und Wallstadt liegen in der Alleinstellung des Anbieters Lidl und der räumlichen Nähe begründet. Trotz des dichten Filialnetzes im Umfeld finden sich in Mannheim-Feudenheim und Mannheim-Wallstadt keine Filialen des Betreibers.

Das Markgebiet wird marktanalytisch in zwei Kernzonen unterteilt und umfasst das Gemeindegebiet von Ilvesheim mit insgesamt 9.008 Einwohnern. Zusätzlich werden die Einwohner der Stadtteile Mannheim-Feudenheim und Mannheim-Wallstadt als externes Ergänzungsgebiet erfasst. Alle weiteren Nachfragepotenziale können aufgrund des jeweils sehr geringen Kundenaufkommens nicht als zuordenbares betriebswirtschaftliches Einzugsgebiet definiert werden und werden daher den externen Zuflüssen zugeordnet.

5.2 Projektrelevantes Nachfragevolumen im Kernsortiment Periodischer Bedarf

Nachfragevolumen im Periodischen Bedarf

Unter Beachtung des gebietsspezifischen Kaufkraftniveaus und des sortimentsspezifischen Elastizitätskoeffizienten ermittelt sich ein jährliches Nachfragevolumen von etwa 84,9 Mio. Euro für das betrachtete Marktgebiet. Darunter entfallen rund 26,2 Mio. Euro p. a. auf die Gemeinde Ilvesheim.

Daten zum Marktgebiet Lidl in Ilvesheim, Sortiment: Periodischer Bedarf
Einwohner, Verbrauchsausgaben und Ausgabenvolumen p. a. 2015/2016

Zone	Gebiet	Einwohner 31.12.2014	Verbr.-Ausgaben €/Ew. p. a.	Ausg.-Volumen Mio. € p. a.	Verteilung %
Zone 1	Ilvesheim-Nord	3.377	2.912	9,8	11,6
Zone 2	Ilvesheim-Süd	5.631	2.912	16,4	19,3
Ergänzung	MA-Feudenheim, MA-Wallstadt	21.128	2.775	58,6	69,1
MG	**Alle Bereiche**	**30.136**	**2.816**	**84,9**	**100,0**
Verbrauchsausgaben p. a. (Ø BRD 2015):		**2.784**	€/Ew. p. a.	Elastizität:	**0,33**
Kaufkraftkennziffer	Zone 1: **113,9**	2.912	€/Ew. p. a.		
(Ø BRD =100)	Zone 2: **113,9**	2.912	€/Ew. p. a.		
	Ergänzung: **99,0**	2.775	€/Ew. p. a.		

Quelle: Berechnungen bulwiengesa, Kaufkraftkennziffer MB-Research, Einwohnerzahlen von Ilvesheim auf Grundlage der Einwohnerzahlen zum Stand 06.06.2016 anteilig umbasiert auf Einwohnerzahlen des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg zum 31.12.2014, Einwohnerzahl Mannheim auf Grundlage von Einwohnerzahlen der Stadt Mannheim zum Stand 31.12.2014 anteilig umbasiert auf Einwohnerzahl des Statistischen Landesamtes Baden-Württemberg 31.12.2014 (größere Abweichungen zu Zensus 2011, siehe auch Anmerkungen in Kapitel 2), MG = Marktgebiet

Entwicklung des Nachfragevolumens im Periodischen Bedarf[19]

Im Verlauf der letzten Jahre sind die Pro-Kopf-Ausgaben im Periodischen Bedarf deutlich angestiegen. Gegenüber der früheren Untersuchung aus dem Jahre 2010[20] haben sich die Pro-Kopf-Ausgaben um 25 % auf rund 2.784 Euro/EW erhöht[21]. Sowohl die Ausgaben für Nahrungs- und Genussmittel als auch für Drogerieartikel haben sich sehr positiv entwickelt.

Das Nachfragevolumen im Kerneinzugsgebiet (Ilvesheim) für den Periodischen Bedarf liegt im Jahr 2015/2016 (26,2 Mio. Euro) gegenüber dem Datenstand 2010 (19,1 Mio. Euro) um rund 37 % höher. Folgende Gründe sind hier maßgebend:

- Einwohnerbestand in Ilvesheim[22]: +8,3 %
- Kaufkraftkennziffer in Ilvesheim[23]: rund +1,4 Prozentpunkte
- durchschnittliches Pro-Kopf-Nachfrage in Deutschland 2010 und 2015: rund +25 %

[19] Im Unterschied zum EH-Konzept der Stadt Mannheim 2016 beinhaltet der Periodische Bedarf in dieser Wirkungsanalyse nicht die Sortimente Blumen und Schreibwaren; Apotheken werden nur anteilig in Bezug auf die frei verkäuflichen Arzneimittel u. Drogerie berücksichtigt.

[20] Die Ausgaben des Periodischen Bedarfs wurden in der Wirkungsanalyse 2010 mit 2.220 Euro/EW berechnet und zusätzlich mit der damaligen Kaufkraftkennziffer und Elastizität gewichtet. Es ermittelte sich ein Nachfragevolumen für den Periodischen Bedarf in Ilvesheim von rund 19,1 Mio. Euro.

[21] Verbrauchsausgaben im Vergleich z. B. zum Gutachter Dr. Donato Acocella: Stadtteil Feudenheim 2007 NuG (ohne Apotheke und Lebensmittelhandwerk) Pro-Kopf-Ausgaben etwa 1.403 Euro bzw. 2014 NuG (ohne Apotheke und Lebensmittelhandwerk), Verbrauchsausgaben Pro-Kopf NuG rund 1.746 Euro. Steigerungsrate im Betrachtungszeitraum von 8 Jahren rund 24,5 %.

[22] Einwohner 2009: 8.316, 2014: 9.008

[23] Kaufkraftkennziffer (MB-Research) für Ilvesheim 2009: 112,5, 2015: 113,9, unter Berücksichtigung des Elastizitätskoeffizienten wird jedoch nur rund ein Drittel der Kaufkraftsteigerung nachfragewirksam.

Zudem kommen folgende Aspekte zum Tragen:

- der durch die Umstellung der Bevölkerungsfortschreibung auf Basis des Zensus 2011 ausgelöste Effekt, wodurch die Pro-Kopf-nachfrage nochmals um rund +2 % angestiegen ist
- Datenrevisionen des Statistischen Bundesamtes und des Handelsverbandes HDE bzgl. des durchschnittlichen Pro-Kopf-Nachfragevolumens und der allgemeinen Preissteigerung in Deutschland, wodurch die Pro-Kopf-Nachfrage für 2010 rückwirkend angehoben wurde mit rund +8,2 %

Ausblick Nachfrageentwicklung und derzeitige Versorgung

Positiv entwickeln sich die Pro-Kopf-Ausgaben im Periodischen Bedarf im Zeitverlauf. Dabei ist auch zukünftig von einem positiven Trend mit Steigerungsraten von rund 0,5 % p. a. auszugehen.

Insgesamt ist aufgrund der sich positiv entwickelnden Einwohnerzahlen und der Pro-Kopf-Ausgaben zukünftig von einem weiter steigenden Nachfragepotenzial auszugehen. Zur Bestimmung der Wettbewerbswirkung der Lidl-Erweiterung wird dieses zusätzliche Potenzial jedoch nicht mitberücksichtigt.

Mit einem geschätzten Umsatz von 18,0 Mio. Euro, den die vorhandenen Anbieter in Ilvesheim derzeit erwirtschaften, ermittelt sich eine Zentralitätskennziffer für den Periodischen Bedarf von rd. 68,5 Punkten. Aufgesplittet[24] beläuft sich die Zentralitätskennziffer für Nahrungs- und Genussmittel auf 74,5[25]. Aufgrund des niedrigen Angebotes fällt die Zentralität für das Segment Drogerieartikel mit 29,2 Punkten deutlich niedriger aus.

[24] Der Umsatz für NuG liegt in Ilvesheim aktuell bei 16,7 Mio. Euro, für Drogerie bei rd. 0,7 Mio. Euro, für die restlichen Sortimente des Periodischen Bedarf bei rd. 0,6 Mio. Euro und insgesamt im Periodischen Bedarf für Ilvesheim bei 18,0 Mio Euro.

[25] Das Nachfragevolumen beträgt in Ilvesheim derzeit für NuG ca. 22,4 Mio. Euro, für Drogerie 2,5 Mio. Euro.

6 UMSATZSITUATION/KAUFKRAFTBINDUNG IM MARKTGEBIET – AUSGANGSLAGE

Lidl ist gut am Markt positioniert und übernimmt eine wichtige Versorgungsfunktion für das umliegende Marktgebiet. Der aktuelle Umsatz des Lidl wird auf rund 7,0 Mio. Euro p. a. beziffert[26], so dass die Flächenproduktivität (Umsatz/qm VKF) insgesamt bei rund 7.010 Euro/qm VKF p. a. liegt. Für den Periodischen Bedarf wird eine Raumleistung von 7.050 Euro/qm VKF zugrunde gelegt.

In der Ausgangslage bindet Lidl rund 6,3 % des Nachfragevolumens im Marktgebiet (einschließlich Ergänzungszone) bei einem Umsatz im Kernsortiment Periodischer Bedarf von etwa 5,4 Mio. Euro p. a.. Unter Berücksichtigung externer Kaufkraftzuflüsse vor allem aufgrund der guten verkehrlichen Erreichbarkeit des Anbieters summiert sich der Umsatz im Periodischen Bedarf auf rund 6,4 Mio. Euro p. a.

In der Zone 1 liegt die Kaufkraftbindung (KKB) mit etwa 17,0 % am höchsten, da Lidl der einzige großflächige Anbieter in Ilvesheim-Nord ist und der fußläufige Bereich fast das gesamte Siedlungsgebiet abdeckt. In der Zone 2 (11,5 %) ist aufgrund des vorhandenen alternativen Angebots von einer reduzierten Marktdurchdringung auszugehen. Der Discounter kann insgesamt knapp 14 % des Nachfragevolumens im Periodischen Bedarf in Ilvesheim binden.

Deutlich niedriger liegen die Werte außerhalb von Ilvesheim. Mit 1,8 Mio. Euro werden rund 28,0 % des Umsatzes aus den Stadtteilen Mannheim-Feudenheim und Mannheim-Wallstadt generiert[27], was einer Bindungsquote von etwa 3,1 % entspricht. Insgesamt bezieht der Lidl-Markt in der Ausgangslage rund 55,5 % des Umsatzes aus der Gemeinde Ilvesheim.

Mit rund 1,0 Mio. Euro p. a. Streukundenumsatz kann Lidl von seiner verkehrsorientierten Lage profitieren. Die externen Zuflüsse lassen sich marktanalytisch nicht einem bestimmten Herkunftsgebiet zuordnen (Lidl-PLZ-Kundenbefragung zeigt eine disperse Verteilung).

Umsatzschätzung aktuell – Lidl Ilvesheim

Zone	Einwohner	Ausgabenvolumen Mio. € p. a.	Kaufkraftbindung %	Umsatzchance Mio. € p. a.	Umsatzzusammensetzung nach % Herkunft	Umsatzzusammensetzung nach % Kern-/Randsortiment
1	3.377	9,8	17,0	1,7	26,1	
2	5.631	16,4	11,5	1,9	29,4	
Ergänzung	21.128	58,6	3,1	1,8	28,3	
MG	**30.136**	**84,9**	**6,3**	5,4	**83,8**	
			plus externer Zufluss	1,0	16,2	
			Umsatz Periodischer Bedarf p. a.	6,4	**100,0**	**91,5**
			zzgl. Gebrauchsgüter	0,6		8,5
			Gesamtumsatz p. a.	7,0		**100,0**

Dimensionierung und Auslastung

Sortiment	Umsatz Mio. € p. a.	Verkaufsfläche qm	Raumleistung €/qm VKF p. a.
Periodischer Bedarf	6,4	910	7.050
Gebrauchsgüter	0,6	90	6.622
Gesamtprojekt	**7,0**	**1.000**	**7.011**

Quelle: bulwiengesa, MG = Marktgebiet, Ergänzung = Mannheim-Feudenheim und Mannheim-Wallstadt, Rundungsdifferenzen möglich

[26] Nach Informationen des Projektentwicklers erwirtschaftet der Anbieter Lidl gute Umsätze.

[27] Aufgrund der PLZ-Kundenbefragung ist von ausgeprägten Einkaufsverflechtungen von Mannheim-Feudenheim und Mannheim-Wallstadt zum Lidl-Standort in Ilvesheim auszugehen.

7 WIRKUNGSANALYSE

Methodische Vorbemerkung

Im Folgenden wird dargelegt, welche modellhaften Auswirkungen das Erweiterungsvorhaben auf die Versorgungsstrukturen im Einzugsgebiet und dort jeweils speziell auf die zentralen Versorgungsbereiche nimmt, und wie diese gemäß den relevanten städtebaulichen und raumordnungsplanerischen Kriterien zu bewerten sind.

Basis für die quantitative Berechnung projektinduzierter Umverteilungen ist der modellanalytische, rechnerisch-simulierte Markteintritt des Erweiterungsvorhabens in die Marktverteilungsrechnung der Ausgangssituation und damit die Ableitung der Marktverteilungsrechnung für die Prognosesituation für das Kernsortiment Periodischer Bedarf.

Diese Auswirkungen gehen im Regelfall von der Umlenkung regionaler Kaufkraftströme aus, die an Wettbewerbsstandorten zu Umsatz- und Frequenzabzügen führen und diese entsprechend belasten. Fällt diese Belastung "mehr als unwesentlich aus", entsteht ein Risiko für negative raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen, namentlich:

- Verlust von Versorgungsfunktionen (hervorgerufen durch fortschreitende Angebotserosion, signifikanten Frequenz- und Reichweitenrückgang)
- Trading-down-Tendenzen an den betroffenen Standorten (Leerstandsbildung, Angebotsverluste oder -verflachung)
- Unterlassung standorterhaltender Investitionen, Einstellung von Planungen sowie die Gefährdung städtebaulicher Entwicklungs- und Sanierungsziele

In zahlreichen Gutachten und gerichtlichen Urteilen basiert die Einordnung und Bewertung, ab welchem Umverteilungsvolumen gemäß den relevanten städtebaulichen und raumordnungsplanerischen Kriterien *"wesentliche"* oder gar *"schädigende"* Wirkungen eintreten (z. B. dauerhafte Frequenz- und Umsatzverluste, welche in irreversible Betriebsaufgaben, Leerstandsbildung, Angebots- und Funktionseinschränkungen münden) auf einer Maßgeblichkeitsschwelle von rund 10 %.

Dieser Schwellwert basiert auf einer im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg mit Förderung des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg erstellten Langzeitstudie[28].

Aus den umfangreichen Ergebnissen wurde die Schlussfolgerung gezogen, dass sich für innenstadtrelevante Sortimente erhebliche negative städtebauliche Folgen bei einer Umsatzumverteilung zwischen 10 % und 20 % ableiten lassen. Jedoch wurde ergänzt, dass die Auswirkungen durch Einzelfallprüfungen zu verifizieren, also nicht ohne Weiteres pauschal zu übertragen sind.

So hat das OVG Nordrhein-Westfalen in einem Urteil vom 01.02.2010[29] festgestellt, dass bereits ein Kaufkraftabfluss von -7,9 % bis -8,8 % in dem betroffenen Warenbereich zu einer städtebaulich nachhaltigen Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit eines zentralen Versorgungsbereiches führen kann, wenn dieser schon erheblich "vorgeschädigt" ist.

[28] Vgl. GMA (1997): Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Kurzfassung der GMA-Langzeitstudie im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg mit Förderung des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg, Ludwigsburg, S. 41

[29] Az.: 7A 1635/07

Dieses Urteil verdeutlicht, dass es nicht möglich ist, formelhaft auf bekannte Kennzahlen aus der Rechtsprechung zurückzugreifen, sondern es müssen die konkreten Besonderheiten des Sachverhaltes in die Betrachtung einbezogen werden. Je nach konkreter Situation können demnach auch schon unter oder ggf. erst deutlich über der 10-%-Schwelle Strukturschädigungen angenommen werden.

Bei der Berechnung und Bewertung der projektbedingten Umverteilungswirkungen ist berücksichtigt, dass

- Auswirkungen gegenüber typähnlichem Besatz deutlich stärker als gegenüber typunähnlichem Besatz ausfallen; in Ilvesheim ist mit Penny ein weiterer Discounter ansässig, im weiteren Umfeld sind weitere Filialen von Lidl am Markt.

- der Anbieter Lidl trotz des Discountformates auch Sortimentsüberschneidungen mit Vollsortimentern aufweist und es deshalb zu Kaufkraftumverteilungen gegenüber dieses Betriebstyps kommt.

- die Auswirkungen mit zunehmender Distanz sowie der Zunahme von Angebotsalternativen im weiteren Umfeld tendenziell zurückgehen.

- die Wettbewerbsintensität in der Ausgangslage auf lokaler Ebene unterdurchschnittlich ausgeprägt ist.

- die Flächenauslastung des Wettbewerbsnetzes in der Ausgangslage als recht hoch eingeschätzt ist; sie beträgt im gesamten Gemeindegebiet durchschnittlich 5.080 Euro/qm.

7.1 Umsatzschätzung und Tragfähigkeit des Planvorhabens

Die Umsatzschätzung leitet sich aus dem Nachfragevolumen im Kernsortiment Periodischer Bedarf und der Wettbewerbssituation in der Ausgangslage ab. Zudem werden Neben- und Aktionssortimente in betriebstypischer Größenordnung berücksichtigt.

Lidl weist im Tagesverlauf eine hohe Frequentierung und Parkplatzauslastung auf. Die gute Erreichbarkeit und wohnortnahe Lage sind gute Voraussetzungen für eine gute wirtschaftliche Performance. In der Ausgangssituation wird der Lidl-Markt mit einer Flächenproduktivität von rund 7.050 Euro/qm VKF eingeschätzt, sodass sich ein jährlicher Umsatz von etwa 6,4 Mio. Euro im Kernsortiment Periodischer Bedarf ermittelt.

Für den Lebensmitteldiscounter errechnet sich im untersuchungsrelevanten Kernsortiment Periodischer Bedarf, nach Einstellung der Erweiterungsplanung in die Kaufkraftstrom-Modellrechnung und unter der Maßgabe einer weiterhin leistungsstarken Betreibung sowie einer kunden- und marktgerechten Planumsetzung, eine Umsatzchance von rund 7,5 Mio. Euro p. a. für den Periodischen Bedarf. Einschließlich der Non-Food- sowie Rand- und Aktionssortimente dürfte sich der Zielumsatz des Planvorhabens auf knapp 8,3 Mio. Euro p. a. belaufen.

Aufgrund der deutlich großzügigeren Marktgestaltung und Warenpräsentation ist zukünftig von einer leicht reduzierten Flächenproduktivität auszugehen, die mit rund 6.460 Euro/qm VKF im Periodischen Bedarf jedoch immer noch deutlich oberhalb des Durchschnitts im Marktgebiet liegt.

Zukünftig kann von einer Steigerung der Kaufkraftbindungsquoten ausgegangen werden, da durch die Modernisierung des Marktes die Attraktivität gegenüber den Wettbewerbern steigt.

Umsatzschätzung Prognose – Lidl						
Zone	Einwohner	Ausgabenvolumen Mio. € p. a.	Kaufkraftbindung %	Umsatzchance Mio. € p. a.	Umsatzzusammensetzung nach % Herkunft	Umsatzzusammensetzung nach % Kern-/Randsortiment
1	3.377	9,8	20,5	2,0	26,9	
2	5.631	16,4	13,5	2,2	29,5	
Ergänzung	21.128	58,6	3,5	2,1	27,4	
MG	**44.993**	84,9	7,4	6,3	83,8	
plus externer Zufluss				1,2	16,2	
Umsatz Periodischer Bedarf p. a.				7,5	100,0	90,0
zzgl. Gebrauchsgüter				0,8		10,0
Gesamtumsatz p. a.				8,3		100,0

Dimensionierung und Auslastung			
Sortiment	Umsatz Mio. € p. a.	Verkaufsfläche qm	Raumleistung €/qm VKF p. a.
Periodischer Bedarf	7,5	1.160	6.460
Gebrauchsgüter	0,8	130	6.400
Gesamtprojekt	**8,3**	**1.290**	**6.450**

Quelle: bulwiengesa, MG = Marktgebiet, RL auf 10er gerundet

– Aus der Kernbereichszone 1 kann der Discounter danach rund 20,5 % des Nachfragepotenzials absorbieren. Dies entspricht einem Umsatzbeitrag von etwa 2,0 Mio. Euro p. a.. Diese Bindungsquote ist durch die wettbewerbliche Alleinstellung als einziger moderner Discounter, der guten Anbindung an den MIV und ÖPNV sowie fußläufigen Erreichbarkeit gut erzielbar.

– In Zone 2, dem südlichen Gemeindegebiet von Ilvesheim, fällt die erzielbare Kaufkraftbindung mit 13,5 % deutlich niedriger aus, da sich hier weitere Anbieter befinden.

– Für Ilvesheim kann insgesamt unterstellt werden, dass der projektierte Lidl inkl. Erweiterung rund 56,4 % seines zukünftigen Umsatzes aus der Gemeinde Ilvesheim generiert.

– Die Stadtteile Mannheim-Feudenheim und Mannheim-Wallstadt verfügen selbst über ein ausgebautes Nahversorgungsangebot. Durch den Ausbau des Lidl-Marktes kann von einer geringen Erhöhung (+0,4 %) der Marktdurchdringung in diesem Bereich auf 3,5 % ausgegangen werden bzw. einem Umsatzanteil von rund 27,4 %, da diese über keinen eigenen Lidl-Standort verfügen.

– Hinzu kommen im Kernsortiment knapp 1,2 Mio. Euro p. a. (+0,2 Mio. Euro) durch externe Zufalls- und Durchgangskunden mit Wohnsitz außerhalb des Marktgebietes.

– Für betreibertypische Non-Food-Rand-/Aktionssortimente wird ein Umsatzvolumen von etwa 0,8 Mio. Euro p. a. erwartet. Hierzu zählen in einem schmalen Ausschnitt u. a. Papier-/Büro-/Schreibwaren, Elektroartikel, Textilien, Heimwerkerbedarf und Blumen/Pflanzen in (saisonal) variierender Zusammensetzung. Je Sortiment ist die Markteinflussnahme hier sehr gering, sodass der erwartungsbedingte Mehrumsatz in Höhe von rund 0,2 Mio. Euro wirkungsanalytisch vernachlässigt werden kann.

7.2 Umsatzrekrutierung Lidl-Erweiterung

Der Umsatz des Projektvorhabens rekrutiert sich weitestgehend aus dem Ausgangsumsatz des bestehenden Lidl-Marktes (rund 85,6 %) sowie aus Umverteilung in Ilvesheim und konkreten Lagebereichen außerhalb (rund 12,4 %). Hinzu treten jeweils – aufgeteilt auf unterschiedliche Standorte außerhalb des Marktgebietes – geringe Umsatzanteile aus Neubindungen bzw. Verminderungen von Kaufkraftabflüssen aus Ilvesheim (rund 2,0 %).

Umsatzrekrutierung des projektierten Lidl-Marktes im Kernsortiment Periodischer Bedarf

Projektumsatz Lidl	Umsatz jährlich	
	Mio. Euro	Anteil in %
Übertragener Ausgangsumsatz	**6,4**	**85,6**
Umverteilung in Ilvesheim	0,5	6,1
Umverteilung aus MA-Stadtteile	0,3	4,4
Umverteilung bei betrachteten Einkaufsalternativen außerhalb des betrachteten Marktgebietes	0,1	1,9
Zwischensumme Umverteilung im Marktgebiet + konkret betrachtete Lagebereiche außerhalb	**0,9**	**12,4**
Diffuse Umverteilung außerhalb des Untersuchungsraumes/zusätzliche externe Streuzuflüsse	*0,2*	*2,0*
Gesamtumsatz Lidl zukünftig	**7,5**	**100,0**
darin Summe zusätzlicher Umsatz	*1,1*	*14,4*

Quelle: Berechnungen bulwiengesa, Rundungsdifferenzen möglich

7.3 Umsatzumverteilung

Gemäß der Modellrechnung ermittelt sich für die Erweiterung des Lidl-Marktes eine mögliche Umsatzumverteilung für die Anbieter im betrachteten Marktgebiet von insgesamt 0,8 Mio. Euro. Aus den weiteren betrachteten Lagen ermittelt sich eine Umsatzumverteilung von rund 0,1 Mio. Euro. In einer ähnlichen Größenordnung fallen die prognostizierten diffusen Neubindungen aus.

- Die Anbieter in der Gemeinde Ilvesheim werden dabei mit einer Umsatzumverteilung von 2,8 bis 5,8 % betroffen sein. Aufgrund des typgleichen Wettbewerbs ermittelt sich beim Anbieter Penny die höchste Umverteilungsquote. Dabei handelt es sich aber um ein Angebot in Streulage.

- Für die Anbieter im faktischen ZVB Ilvesheim ermitteln sich durchschnittliche Umverteilungsquoten von 2,8 %, die als gering und kaum spürbar einzuschätzen sind. Eine Funktionsminderung des zentralen Versorgungsbereiches durch eine vermehrte projektinduzierte Leerstandsbildung ist nicht zu erwarten, sodass die Größenordnung der Umverteilung als verträglich einzustufen ist.

- Auch für die zentralen Versorgungsbereiche im weiteren Marktgebiet (Mannheim-Feudenheim, Mannheim-Wallstadt) fallen die Auswirkungen mit jeweils rund 1,0 % sehr gering aus, sodass keine Bestandsgefährdung von Anbietern in den schützenswerten Lagebereichen zu erwarten ist. In Bezug auf die möglichen erwarteten Umsatzumverteilungen kann das Projekt als gut marktverträglich angesehen werden.

- Unter der gesonderten Annahme, dass sich der zusätzliche Umsatz des Lidl-Marktes, der aus den Stadtteilen MA-Feudenheim

und MA-Wallstadt generiert wird, ausschließlich zu Lasten des STZ Feudenheim umverteilt würde, ergibt sich eine Umverteilungsquote von rd. 2,6 % bzw. in Höhe von rd. 0,3 Mio. Euro für das Stadtteilzentrum Feudenheim. Diese überhöhte Worst-case-Annahme unterstellt, dass keine Umverteilungen bei den Angebotsstandorten AAS MA-Feudenheim, ZVB NVZ MA-Wallstadt, AAS MA-Wallstadt bewirkt würden.
Auch unter dieser (überhöhten) Annahme ergibt sich nur ein geringes Umverteilungsvolumen. Eine projektinduzierte Bestandsgefährdung einzelner Anbieter im zentralen Versorgungsbereich geht von diesem niedrigen Umsatzverteilungsvolumen nicht aus. Ein typgleicher Anbieter ist nicht vorhanden, daher ist davon auszugehen ist, dass sich die Umverteilungseffekte auf diverse Anbieter verteilen und insofern kaum spürbar sind.
Bezogen auf das Sortiment Nahrungs- und Genussmittel[30] ermittelt sich eine Umverteilungsquote[31] von rd. 3,5 %, die selbst unter dieser überhöhten Modellannahme nur sehr gering ausfällt und als absolut verträglich einzustufen ist.

– Die weiteren wettbewerbsrelevanten Angebotsstandorte werden von der Erweiterung des Lidl-Marktes nur geringfügig tangiert. Mit einem Umsatzrückgang von -1,8 % fallen die Auswirkungen für die betrachteten Betriebe in den Streulagen in Mannheim-Feudenheim am höchsten aus. Eine Bestandsgefährdung der Anbieter ist aufgrund der geringen, kaum spürbaren möglichen Umsatzumverteilungen für diese nicht schützenswerten Lagebereiche, als auch für die weiteren alternativen Angebotsstandorte in Mannheim auszuschließen.

Umverteilungswirkungen durch das Projektvorhaben im Kernsortiment Periodischer Bedarf

Standort-/Lagebereich	Umsatz IST	Umsatz KÜNFTIG	Projekt-umsatz durch Umverteil.	Umver-teilungs-quote
	Mio. Euro	Mio. Euro	Mio. Euro	%
Lidl	6,4	7,5	1,1	16,8
Ilvesheim Nord Kleinhandel	0,4	0,4	-0,0	-3,6
Σ Ilvesheim Nord inkl. Lidl	**6,8**	**7,9**	**1,1**	**15,6**
Ilvesheim faktischer ZVB	6,9	6,7	-0,2	-2,8
Streulage Ilvesheim Süd	4,2	4,0	-0,2	-5,8
Σ Ilvesheim gesamt	**18,0**	**18,6**	**0,6**	**3,5**
ZVB STZ Mannheim-Feudenheim	12,3	12,2	-0,1	-1,0
AAS Mannheim-Feudenheim	7,1	6,9	-0,1	-1,8
Σ Mannheim-Feudenheim	**19,4**	**19,2**	**-0,2**	**-1,3**
ZVB NVZ Mannheim-Wallstadt	3,0	3,0	-0,0	-1,0
AAS Mannheim-Wallstadt	9,8	9,8	-0,0	-0,4
Σ Mannheim-Wallstadt	**12,9**	**12,8**	**-0,1**	**-0,6**
Σ betrachtetes Marktgebiet	**50,2**	**50,5**	**0,3**	**0,6**
Abfluss nach ZVB STZ Mannheim-Seckenheim	2,7	2,7	0,0	0,0
Abfluss nach Kurpfalz-Center	51,0	51,0	-0,0	-0,1
Abfluss nach Seckenheimer Landstraße, Mannheim-Neuostheim/ Neuhermsheim	28,3	28,2	-0,1	-0,2
Abfluss nach AAS Ladenburg	32,6	32,6	0,0	0,0
Abfluss nach AAS Edingen-Neckarhausen	37,6	37,5	-0,0	-0,1

Quelle: Berechnungen bulwiengesa, Rundungsdifferenzen möglich, AAS = Andere Alternative Standorte

30 Nahrungs- und Genussmittel beinhaltet u.a. das Lebensmittelhandwerk

31 Umsatz STZ Feudenheim NuG (inkl. Lebensmittelhandwerk) liegt bei 9,2 Mio. Euro, maximaler Umsatz zur Umverteilung aus dem Stadtteil Feudenheim 0,3 Mio. Euro.

– Die leistungsstarken großen Angebotsstandorte Kurpfalz-Center, Seckenheimer Landstraße und Edingen-Neckarhausen werden ebenfalls nur marginal tangiert, sodass die Einflüsse zu vernachlässigen sind.

Fazit

Insgesamt gehen von der geplanten Lidl-Erweiterung nur geringe Umverteilungseffekte für die umliegenden Standortbereiche aus, die für alle betroffenen Lagen als sehr gut verträglich einzuschätzen sind.

Die Umsetzung der Erweiterung würde zu keiner Beeinträchtigung der schützenswerten Lagebereiche in Ilvesheim, Mannheim oder weiteren umliegenden Kommunen führen. Auch eine Verschlechterung der Nahversorgungssituation in Ilvesheim ist projektinduziert nicht zu erwarten. Vielmehr kann der ausgebaute Lidl zur Verbesserung der Nahversorgungssituation in Ilvesheim beitragen.

8 ERGEBNIS UND LANDES- UND REGIONALPLANERISCHE ZIELPRÜFUNG

8.1 Bewertung des Planvorhabens in Bezug auf die landesplanerischen Ziele und Grundsätze (LEP Baden-Württemberg 2002)

Der Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg 2002 bildet das rahmensetzende, integrierte Gesamtkonzept für die räumliche Ordnung und Entwicklung des Landes Baden-Württemberg. Im LEP 2002 sind Ziele und Grundsätze formuliert, die bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben, wie es die projektierte Erweiterung des Lidl ist, zu berücksichtigen bzw. einzuhalten sind. Nachfolgend werden die im LEP 2002 enthaltenen Ziele und Grundsätze, die hinsichtlich der Zulässigkeit der geplanten Erweiterung des Lidl von Bedeutung sind, im Einzelnen dargestellt und bewertet:

- *Ziel in Kap. 3.3.7 des LEP 2002 (S. 27)/Zentralitätsgebot:*

  "Großflächige Einzelhandelsbetriebe sollen sich in das zentralörtliche System einfügen; sie dürfen in der Regel nur in Ober-, Mittel- und Unterzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Hiervon abweichend kommen auch Standorte in Kleinzentren und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion in Betracht, wenn
  - *dies nach den raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist oder*
  - *diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren zusammengewachsen sind".*

Die Gemeinde Ilvesheim hat keine zentralörtliche Funktion. Jedoch können, wie oben ausgeführt, großflächige Einzelhandelsbetriebe auch in Gemeinden ohne zentralörtliche Einstufung etabliert werden, wenn dies nach den raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist.

Bereits derzeit weist der Markt eine Verkaufsfläche von 1.000 qm auf und ist als großflächiger Einzelhandel einzustufen. Die heutigen modernen Lebensmitteldiscountkonzepte benötigen, u. a. da die Produktpalette ausgeweitet wurde (z. B. Frischekompetenz ausgebaut, größere Obst- und Gemüsetheke, Integration von Backstationen) und ein kundenfreundlicheres und auch gehobeneres Einkaufsambiente geboten wird, mehr Fläche, um sich zu präsentieren. Daher ist, um den Markt zu halten und zukunftsfähig aufzustellen, eine Erweiterung um knapp 300 qm VKF angedacht.

Die Analyse hat zudem gezeigt, dass Lidl die wesentliche Versorgungsfunktion für das nördliche Siedlungsgebiet von Ilvesheim zukommt, er ist der einzige Lebensmittelanbieter in diesem Teilraum der Gemeinde. Mit der Erweiterung kann der Standort zukunftsfähig aufgestellt und auch die Qualität des Angebotes verbessert werden. Dem Markt kommt daher eine ganz wesentliche Funktion zur Sicherung der Grundversorgung dieses Siedlungsbereiches von Ilvesheim zu, daher sind die Rahmenbedingungen, die eine Abweichung von der Regel erlauben, als erfüllt zu bewerten.

- *Ziel in Kap. 3.3.7.1 des LEP 2002 (S. 28)/Kongruenzgebot/Beeinträchtigungsverbot:*

  "Die Verkaufsfläche der Einzelhandelsgroßprojekte soll so bemessen sein, dass deren Einzugsbereich den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet. Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte dürfen nicht wesentlich beeinträchtigt werden."

Der Lidl-Markt in Ilvesheim übernimmt primär Versorgungsfunktionen für die Gemeinde Ilvesheim. Die Auswirkungsanalyse hat zudem gezeigt, dass durch die geplante Erweiterung des Lidl-Marktes nur geringe ökonomische Auswirkungen auf den vorhandenen Einzelhandelsbesatz zu erwarten sind und insbesondere die zentralen Versorgungsbereiche und hier im speziellen der ZVB Mannheim-Feudenheim, aber auch der ZVB Mannheim-Wallstadt nur marginal und kaum spürbar tangiert werden. Der ZVB Feudenheim ist gut und stabil aufgestellt, sodass weder eine Bestandsgefährdung von vorhandenen Betrieben, noch negative städtebauliche Auswirkungen zu erwarten sind.

Bezüglich des Kongruenzgebotes ist festzuhalten, dass die Kundenbefragung aufgezeigt hat, dass gut 28,6 % der Kunden aus Mannheim-Feudenheim/Mannheim-Wallstadt kommen. Wendet man die 30 %-Regel an, so wird diese durch den Markt für Mannheim-Feudenheim/Mannheim-Wallstatt eingehalten. Zu beachten ist auch, dass Lidl vorher in Mannheim-Feudenheim angesiedelt war und, da dort keine entsprechende Fläche zur Verfügung stand, nach Ilvesheim verlagert hat.

Vor diesem Hintergrund wird das in Kap. 3.3.7.1 des LEP 2002 formulierte Ziel eingehalten.

- *Ziel in Kap. 3.3.7.2 des LEP 2002 (S. 28)/Integrationsgebot/Beeinträchtigungsverbot:*

  "Einzelhandelsgroßprojekte dürfen weder durch ihre Lage und Größe noch durch ihre Folgewirkungen die Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde wesentlich beeinträchtigen. Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden."

Wie bereits oben dargelegt, hat die Auswirkungsanalyse gezeigt, dass durch die geplante Erweiterung des Lidl-Marktes die zentralen Versorgungsbereiche nur marginal und kaum spürbar tangiert werden, sodass negative städtebauliche Auswirkungen auszuschließen sind.

Die Standortlage ist als städtebaulich teilintegriert einzustufen. Ausreichend große Entwicklungsflächen für Einzelhandelsnutzungen in integrierten Lagen stehen in Ilvesheim, wie auch schon im Rahmen der Markt- und Wirkungsanalyse Super- und Getränkemarkt, Ilvesheim, 2010, festgestellt, nicht zur Verfügung. Laut dem Flächennutzungsplan (Nachbarschaftsverband Heidelberg-Mannheim), Seite 50, können, wenn keine integrierten Flächen zur Verfügung stehen, auch teilintegrierte Standortlagen, die zumindest einseitig an ein Wohngebiet anschließen, entwickelt werden. Diese Vorgabe wird durch den Projektstandort eingehalten. Daher wird auch dieses Ziel des LEP erfüllt.

8.2 Bewertung der Übereinstimmung mit den regionalplanerischen Vorgaben (Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar)

Eine weitere zu beachtende Grundlage ist der seit dem 15.12.2014 verbindliche Einheitliche Regionalplan Rhein-Neckar. Er umfasst Teile von Rheinland-Pfalz, Baden-Württemberg und auch Hessen, wobei für Hessen die Vorgaben nicht verbindlich sind. Für Baden-Württemberg berücksichtigt er auch die Vorgaben aus dem Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg 2002. Der einheitliche Regionalplan löst den bisher für den baden-württembergischen Teilraum geltenden Raumordnungsplan Rhein-Neckar und den Regionalplan Unterer Neckar samt Teilfortschreibungen ab.

Von Bedeutung für das geplante Vorhaben sind die in Kapitel "1.7 Einzelhandelsgroßprojekte" aufgeführten Plansätze mit den festgelegten Zielen und Grundsätzen der Regionalplanung.

- *Zu 1.7.2.2/Ziel Zentralitätsgebot (S. 54 Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar):*

  "Einzelhandelsgroßprojekte sind in der Regel nur in den Ober-, Mittel- sowie in Baden-Württemberg in den Unterzentren zulässig. In Rheinland-Pfalz gilt dies auch in den Grundzentren für Vorhaben bis max. 2.000 qm Verkaufsfläche.
  Ausnahmsweise kommen für Einzelhandelsgroßprojekte auch andere Standortgemeinden in Betracht, wenn dies ausschließlich zur Sicherung der Nahversorgung geboten ist und keine negativen Auswirkungen auf Ziele der Raumordnung zu erwarten sind. Für den baden-württembergischen Teil gilt die Ausnahmeregelung für andere Standortgemeinden auch dann, wenn diese in Verdichtungsräumen liegen und mit Siedlungsbereichen benachbarter Ober-, Mittel- oder Unterzentren zusammengewachsen sind."

Wie bereits in Kapitel 8.1 dargelegt, wird diese Vorgabe eingehalten.

- *Zu 1.7.2.3/Ziel Kongruenzgebot (S. 54 Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar):*

  "Verkaufsfläche, Warensortiment und Einzugsbereich von Einzelhandelsgroßprojekten sind auf die Einwohnerzahl der Standortgemeinde und deren Verflechtungsbereich sowie auf die zentralörtliche Funktionsstufe abzustimmen. Dabei darf der zentralörtliche Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschritten werden"[32].

Weiter wird auf S. 58 ff. des Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar ausgeführt, dass …

"ein Einzelhandelsvorhaben nach Umfang und Zweckbestimmung der räumlich-funktional zugeordneten Versorgungsaufgaben der jeweiligen Zentralitätsstufe entsprechen muss. … Das Kongruenzgebot ist dann verletzt, wenn der betriebswirtschaftliche Einzugsbereich des Vorhabens den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde wesentlich überschreitet."

Anschließend wird auf den Einzelhandelserlass in Baden-Württemberg abgestellt, der eine wesentliche Überschreitung bei einem Schwellenwert von mehr als 30 % des Umsatzes sieht.

[32] Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar, S. 54 und 55

Hierzu ist festzuhalten, dass Lidl, wie bereits erläutert, seinen Standort von Mannheim-Feudenheim nach Ilvesheim verlagerte, da dort keine entsprechend große Fläche zur Verfügung stand. Des Weiteren ist festzuhalten, dass der betriebswirtschaftliche Kerneinzugsbereich des Lidl die Gemeinde Ilvesheim umfasst, wobei auch größere Zuflüsse aus Mannheim-Feudenheim/Mannheim-Wallstatt zu konstatieren sind. Ein nennenswerter Kundenteil resultiert auch aus diffusen Zuflüssen, wobei diese jedoch keiner Gemeinde im Umfeld konkret in einem nennenswerten Umfang zugeordnet werden können, sodass diese auch nicht als Einzugsbereichszone erfasst, sondern als Streuzuflüsse berücksichtigt werden.

Wie aus den Erhebungen zur Kundenherkunft von Lidl abgeleitet, kommen rund 28,6 % der Kunden aus Mannheim-Feudenheim/Mannheim-Wallstadt, sowie 0,5 % aus Mannheim-Seckenheim. Damit wird der Schwellenwert von 30 % unterschritten. Das Kongruenzgebot wird somit eingehalten, da der betriebswirtschaftliche Einzugsbereich des Vorhabens den zentralörtlichen Verflechtungsbereich (Verflechtungsbereich ist die Gemeinde Ilvesheim) der Standortgemeinde nicht wesentlich überschreitet.

- *Zu 1.7.2.4/Ziel Beeinträchtigungsverbot (S. 55 des Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar):*

  "Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die städtebauliche Entwicklung, Ordnung und Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde, anderer Zentraler Orte sowie die Nahversorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich nicht wesentlich beeinträchtigen."

Wie bereits oben dargelegt, hat die Auswirkungsanalyse gezeigt, dass die geplante Erweiterung des Lidl-Marktes die zentralen Versorgungsbereiche von Mannheim, insbesondere die nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereiche Mannheim-Feudenheim und Mannheim-Wallstadt nur sehr marginal und kaum spürbar tangiert. Negative städtebauliche Auswirkungen sind daher auszuschließen. Das Beeinträchtigungsverbot wird eingehalten.

- *Zu 1.7.2.5/Ziel Integrationsgebot (S. 55 des Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar):*

  "Einzelhandelsgroßprojekte sind an städtebaulich integrierten Standorten anzusiedeln."

Siehe dazu auch die Ausführungen im vorherigen Kapitel 8.1. Laut dem Flächennutzungsplan (Nachbarschaftsverband Heidelberg-Mannheim, S. 50) können, wenn keine integrierten Flächen zur Verfügung stehen (wie es in Ilvesheim der Fall ist), auch teilintegrierte Flächen, die zumindest einseitig an ein Wohngebiet anschließen, entwickelt werden. Der Vorhabenstandort ist als teilintegrierte Lage einzustufen, so dass die Vorgaben erfüllt werden.

9 GESAMTERGEBNIS

Untersuchungsgegenstand ist die geplante Erweiterung des Lidl-Marktes in Ilvesheim von derzeit 1.000 qm auf zukünftig knapp 1.300 qm Verkaufsfläche. Die Erweiterung wird auf dem bisherigen Grundstück vollzogen. Aufgrund der Vorgaben im B-Plan, der nur eine maximale Geschossflächengröße von 1.300 qm vorsieht, ist eine Änderung des B-Plans notwendig.

Ergebnisse der Standortanalyse

- Die makroseitigen Rahmenbedingungen sind als sehr gut zu bewerten. Eine überdurchschnittliche Kaufkraft und eine gute MIV-Anbindung sind für den Standort von Vorteil. Insgesamt ist von einer weiteren sehr positiven Entwicklung der Nachfragebasis auszugehen.

- Es handelt sich um einen sehr gut eingeführten Einzelhandelsstandort in teilintegrierter Lage im nördlichen Siedlungsbereich von Ilvesheim, der eine wichtige Versorgungsfunktion für das umliegende Siedlungsgebiet übernimmt.

- In Ilvesheim fällt das Angebot im Periodischen Bedarf unterdurchschnittlich aus. Im Verlauf der letzten Jahre hat sich das relevante Angebot rückläufig entwickelt, während gleichzeitig die Einwohnerzahl stark angestiegen ist.

- Im weiteren Umfeld dominieren die großen Angebotsstandorte in Mannheim das Lebensmittelangebot. Wettbewerbsrelevant sind hauptsächlich die Einzelhandelsstandorte in MA-Feudenheim, Mannheim-Wallstadt, sowie das Kurpfalz-Center und die Fachmarktagglomeration Seckenheimer Landstraße, aber auch die Wettbewerber in den Streulagen Edingen-Neckarhausen und Ladenburg.

Ergebnisse der Markt- und Wirkungsanalyse

- Aus absatzwirtschaftlicher Sicht ermittelt sich für das Projektvorhaben ein Zielumsatz von rund 8,3 Mio. Euro p. a. (inkl. der Non-Food-Randsortimente) bzw. rund 7,5 Mio. Euro p. a. im untersuchungsrelevanten Kernsortiment Periodischer Bedarf. Der Ausgangsumsatz im Periodischen Bedarf (6,4 Mio. Euro) des bestehenden Lidl-Marktes fließt in die Berechnung in voller Höhe ein.

- Der zusätzliche Gesamtumsatz des Projektvorhabens von rund 1,1 Mio. Euro generiert sich gemäß der Modellrechnung und im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung überwiegend aus Umverteilungen im Bestandsnetz. Deutlich untergeordnet fallen die Kaufkraftneubindungen und die Erhöhung der externen Zuflüsse aus.

- Die vorhabeninduzierten Umverteilungsquoten fallen innerhalb des Marktgebietes insgesamt niedrig aus. Eine negative Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche im Marktgebiet (faktischer ZVB Ilvesheim, STZ Mannheim-Feudenheim, NVZ Mannheim-Wallstadt) ist durch das Projekt nicht zu erwarten, da sich die ermittelten Umverteilungsquoten im Rahmen von 1,0 % bis 2,8 % bewegen und damit als gut verträglich anzusehen sind.

- Mit einer Umverteilungsquote von 5,8 % werden die Streulagen in Ilvesheim, vornehmlich der Anbieter Penny etwas stärker durch

die Projekterweiterung tangiert. Dabei handelt es sich um einen nicht schützenswerten Lagebereich.

– Insgesamt fallen die Auswirkungen auf die weiteren betrachteten Einkaufsstandorte außerhalb von Ilvesheim gering aus und sind damit als sehr gut verträglich einzuschätzen. Die darüber hinaus gehenden Umverteilungen verteilen sich dispers auf weitere Standorte. Beeinträchtigungen von einzelnen zentralen Versorgungsbereichen sind aufgrund der geringen Einflussnahme als ausgeschlossen einzuschätzen.

Spiegelung des Projektvorhabens an den regionalen und landesplanerischen Zielvorgaben des LEP Baden-Württemberg 2002 und Einheitlicher Regionalplan Rhein-Neckar

– Zentralitätsgebot

Die Gemeinde Ilvesheim hat keine zentralörtliche Funktion. Jedoch können großflächige Einzelhandelsbetriebe auch in Gemeinden ohne zentralörtliche Einstufung etabliert werden, wenn dies nach den raumstrukturellen Gegebenheiten zur Sicherung der Grundversorgung geboten ist. Der bereits großflächige Lidl-Markt übernimmt eine tragende Versorgungsfunktion für das nördliche Siedlungsgebiet von Ilvesheim. Eine langfristige Bestandssicherung ist zu empfehlen.

– Integrationsgebot

Ausreichend große Entwicklungsflächen für Einzelhandelsnutzungen in integrierten Lagen stehen in Ilvesheim, wie schon im Rahmen der Markt- und Wirkungsanalyse Super- und Getränkemarkt, Ilvesheim, 2010, festgestellt, nicht zur Verfügung. Es können deshalb – wie im Flächennutzungsplan aufgeführt – auch Projekte in teilintegrierten Lagen entwickelt werden. Lidl grenzt unmittelbar an ein Wohngebiet an, befindet sich also in einer teilintegrierten Lage, so dass die Bedingungen für das Integrationsgebot als erfüllt anzusehen sind.

– Kongruenzgebot

Das Kerneinzugsgebiet (Verflechtungsbereich) des Lidl-Marktes bezieht sich auf die Gemeinde Ilvesheim. Aber auch aus Mannheim-Feudenheim und Mannheim-Wallstadt bestehen ausgeprägtere Nachfrageverflechtungen. Insgesamt setzt sich der betriebswirtschaftliche Einzugsbereich aus der Gemeinde Ilvesheim und den beiden Mannheimer Stadtteilen (Feudenheim, Wallstadt) zusammen. Gestützt durch eine PLZ-Kundenbefragung kann gezeigt werden, dass rund 28,6 % der Kunden aus den Mannheimer Stadtteilen zum Lidl-Markt fahren. Somit wird das Kongruenzgebot eingehalten.

– Beeinträchtigungsverbot

Die Wirkungsanalyse kann zeigen, dass von den erwarteten Umsatzumverteilungen keine negativen Auswirkungen auf die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Standorte (u. a. faktischer ZVB Ilvesheim, STZ Mannheim-Feudenheim, STZ Mannheim-Seckenheim und NVZ Mannheim-Wallstadt) zu erwarten sind. Auch weitere projektinduzierte Bestandsgefährdungen in weiteren, schützenswerten Lagebereichen können ausgeschlossen werden. Das Beeinträchtigungsverbot ist als erfüllt anzusehen.

Insgesamt kann die Erweiterung des Lidl-Marktes wirkungsanalytisch als gut verträglich sowie zielkonform in Bezug auf die landes- und regionalplanerischen Vorgaben angesehen werden. Darüber hinaus kann die Erweiterung zu einer Stärkung und Stabilisierung der Nahversorgungssituation in Ilvesheim beitragen.

ANHANG

Anhang 1: Kaufkraft-Matrix

Anhang 2: Standortprofile der zentralen Versorgungsbereiche Mannheims

bulwiengesa AG
Bettinastraße 62
60325 Frankfurt am Main
Tel. +49 69 75 61 467-60
Fax +49 69 75 61 467-69

© bulwiengesa AG 2017 – P1604-2750

Erläuterungen zur Kaufkraftstrom-Modellrechnung: Interpretationshilfe zum Verständnis der im Anhang beigefügten Kaufkraftstrom-Modellrechnung anhand einer fiktiven Beispielrechnung. Vgl. auch Kap. 1 Vorbemerkung.

Marktverteilung im Einzugsgebiet von Musterstadt – Ausgangslage

Wettbewerber	Musterstadt Nord Tsd. Euro p. a.	%	Musterstadt Süd Tsd. Euro p. a.	%	Musterstadt gesamt Tsd. Euro p. a.	%	Umland-Einzugsgebiet Tsd. Euro p. a.	%	Einzugsgebiet gesamt Tsd. Euro p. a.	%	Umsätze mit externen Kunden Tsd. Euro p. a.	Umsatz/Marktanteil Tsd. Euro p. a.	%
ZVB Innenstadt	**7.247**	***30,0***	**5.258**	***15,0***	**12.505**	***21,1***	**2.193**	***6,5***	**14.698**	***15,8***	**902**	**15.600**	***16,6***
Fachmarktzentrum	**8.455**	***35,0***	**6.310**	***18,0***	**14.765**	***24,9***	**1.687**	***5,0***	**16.452**	***17,7***	**1.949**	**18.401**	***19,6***
Kleinhandel	1.208	*5,0*	701	*2,0*	1.909	*3,2*	337	*1,0*	2.246	*2,4*	54	2.300	*2,4*
Bezirk Nord (Bestand)	**16.910**	***70,0***	**12.269**	***35,0***	**29.179**	***49,3***	**4.217**	***12,5***	**33.396**	***35,9***	**2.905**	**36.301**	***38,6***
Untersuchungsprojekt	- in der Ausgangslage noch nicht marktwirksam -												
Bezirk Nord gesamt	**16.910**	***70,0***	**12.269**	***35,0***	**29.179**	***49,3***	**4.217**	***12,5***	**33.396**	***35,9***	**2.905**	**36.301**	***38,6***
Streulagen Süd	**2.416**	***10,0***	**12.269**	***35,0***	**14.685**	***24,8***	**843**	***2,5***	**15.528**	***16,7***	**1.471**	**16.999**	***18,1***
ZVB OTZ Süd	**1.208**	***5,0***	**8.063**	***23,0***	**9.270**	***15,7***	**506**	***1,5***	**9.777**	***10,5***	**823**	**10.600**	***11,3***
Bezirk Süd gesamt	**3.624**	***15,0***	**20.332**	***58,0***	**23.955**	***40,5***	**1.349**	***4,0***	**25.305**	***27,2***	**2.294**	**27.599**	***29,3***
Musterstadt gesamt	**20.533**	***85,0***	**32.601**	***93,0***	**53.134**	***89,7***	**5.567**	***16,5***	**58.701**	***63,2***	**5.199**	**63.900**	***67,9***
ZVB Hinterbüttel	121	*0,5*	175	*0,5*	296	*0,5*	8.434	*25,0*	8.730	*9,4*	2.270	11.000	*11,7*
GE Hinterbüttel	966	*4,0*		*0,5*	1.142	*1,9*	8.097	*24,0*	9.238	*9,9*	2.962	12.200	*13,0*
Streulagen Hinterbüttel	242	*1,0*			242	*0,4*	3.374	*10,0*	3.615	*3,9*	385	4.000	*4,3*
Hinterbüttel gesamt	**1.329**	***5,5***	**351**	***1,0***	**1.679**	***2,8***	**19.905**	***59,0***	**21.584**	***23,2***	**5.617**	**27.201**	***28,9***
Kleinhandel Nebendorf	121	*0,5*			121	*0,2*	2.699	*8,0*	2.820	*3,0*	180	3.000	*3,2*
Umsatz/KKB im EZG	**21.983**	***91,0***	**32.952**	***94,0***	**54.934**	***92,8***	**28.170**	***83,5***	**83.105**	***89,4***	**10.996**	**94.101**	***100,0***
Abfluss nach B-Burg	242	*1,0*	175	*0,5*	417	*0,7*	337	*1,0*	754	*0,8*			
Abfluss in das EKZ	483	*2,0*	175	*0,5*	658	*1,1*	1.687	*5,0*	2.345	*2,5*			
Abfluss nach Fernerliefen	242		175	*0,5*	417	*0,7*	1.687	*5,0*	2.104	*2,3*			
Diffuser Abfluss	1.208	*5,0*	1.577	*4,5*	2.785	*4,7*	1.856	*5,5*	4.641	*5,0*			
Ausgabenvolumen	**24.157**	***100,0***	**35.055**	***100,0***	**59.212**	***100,0***	**33.737**	***100,0***	**92.949**	***100,0***			

Gesamtumsatz eines Lagebereiches und seine räumliche Herkunft.
Hier: In der Innenstadt von Musterstadt werden 15,6 Mio. Euro p. a. umgesetzt.
Davon stammen:
- 7,2 Mio. Euro aus dem nördlichen Stadtgebiet
- 5,3 Mio. Euro aus dem südlichen Stadtgebiet
- 2,2 Mio. Euro aus dem Umland-Einzugsgebiet
- 0,9 Mio. Euro aus externen Zuflüssen

Gesamtumsatz in Musterstadt

Gesamtumsatz in Hinterbüttel - einem nachgeordneten Zentralort im ländlichen Einzugsgebiet von Musterstadt, der im Wesentlichen sich selbst sowie Teile des ländlichen Einzugsgebietes versorgt.
Er verfügt zudem über eine Gewerbegebietslage, deren Fachmärkte in begrenztem Umfang auch in den nördlichen Stadtbezirk von Musterstadt ausstrahlen. Immerhin 4 % des Nachfragevolumens aus diesem Stadtbezirk fließen dorthin.
Durch die Randlage der Gemeinde Hinterbüttel im Einzugsgebiet Musterstadts empfängt sie auch Zuflüsse aus angrenzenden Räumen, die von Musterstadt nicht mehr erreicht werden. Deshalb erscheinen die Umsätze mit externen Kunden in Hinterbüttel recht hoch. Dies ist also kein Indiz für eine höhere Reichweite der Gemeinde Hinterbüttel, sondern tatsächlich überschneiden die beiden Einzugsbereiche nur nicht vollständig.
Ein großes Problem raumordnerisch vorgegebener Verflechtungsräume liegt darin, dass gegenseitige Einzugsgebietsüberschneidungen benachbarter Gemeinden ignoriert werden. Dies entspricht selten der Realität.

Gesamtumsatz in Musterstadt einschließlich seines ländlichen Einzugsgebietes, in dem sich der ländliche Zentralort Hinterbüttel sowie die kleine Gemeinde Nebendorf befinden.
Nicht nur die Verwendung der Nachfrage - auch die Höhe und die räumliche Zusammensetzung der im Untersuchungsraum getätigten Umsätze wird im Modell schlüssig erklärt. Das Modell ist insoweit selbstreferentiell - beide Perspektiven müssen letztlich stimmig sein.

Die Kaufkraftbindung steuert das Rechenmodell.
Die Einwohner des nördlichen Stadtgebietes verfügen über ein Nachfragevolumen von knapp 24,2 Mio. Euro p. a. Davon werden 30 % in der Innenstadt ausgegeben. Daraus resultiert dort ein Umsatzbeitrag von rund 7,2 Mio. Euro p. a.
Ein Fachmarktzentrum ist noch vor der Innenstadt ein weiterer wichtiger Lagebereich mit 35 % Kaufkraftbindung. Alle weiteren Lagebereiche sind nachrangig.
Die Modellrechnung erklärt die Verteilung des Nachfragevolumens schlüssig auf die in Betracht kommenden Einkaufsalternativen.

Der an einem Standort durchsetzbare Anteil der Kaufkraftbindung im umgebenden Einzugsgebiet oder einzelnen Marktzonen dieses Einzugsgebietes ist dabei von einer Vielzahl von Determinanten abhängig, deren Relevanz für die Einkaufsstättenwahl zudem in den verschiedenen Handelsbranchen unterschiedlich ausgeprägt ist. Herausragende Einflussfaktoren sind Distanz/Erreichbarkeit, Betriebstypik, Zentralität des jeweiligen Lagebereiches. Sie bestimmen die Ausprägung der Kaufkraftbindung. Wo immer möglich, wird das Rechenmodell durch die Auswertung realer Befunde z. B. zur Kunden- und Umsatzherkunft an bestehenden Standorten kalibriert.

Knapp 90 % der in Musterstadt ansässigen Nachfrage werden bereits im Stadtgebiet umgesetzt - rund 85 % sind es im Bezirk Nord und 93 % im Bezirk Süd. Die Differenz erklärt sich in diesem fiktiven Beispiel aus nördlich vorgelagerten Konkurrenzzentren (Gewerbegebiet Hinterbüttel, EKZ), die in begrenztem Umfang Kaufkraft aus Musterstadt-Nord abziehen. Für das in der anschließenden Wirkungsanalyse in das Rechenmodell einzustellende Planvorhaben ist bereits im Vorwege erkennbar: Die KKB in Musterstadt ist kaum mehr steigerbar - hohe lokale Verdrängung ist zu erwarten.

Kaufkraftstrom-Modellrechnung im Periodischen Bedarf für das Einzugsgebiet Lidl – Ausgangslage
Verteilung der Nachfragevolumina je Marktzone in den Spalten – Erklärung der Umsatzherkunft an den einzelnen Standortbereichen in den Zeilen

Standortbereich	Zone 1 Ilvesheim-Nord Umsatz/KKB*		Zone 2 Ilvesheim-Süd Umsatz/KKB*		Ergänzungsgebiet MA-Feudenheim Umsatz/KKB*		Marktgebiet total Umsatz/KKB*		Externer Zufluss	Umsatz in … Umsatz/Marktanteil	
	Mio. Euro p. a.	%	Mio. Euro p. a.	%	Mio. Euro p. a.	%	Mio. Euro p. a.	%	Mio. Euro p. a.	Mio. Euro p. a.	%
Lidl	1,7	17,0	1,9	11,5	1,8	3,1	5,4	6,3	1,0	6,4	12,8
Ilvesheim Nord Kleinhandel	0,4	3,6					0,4	0,4	0,1	0,4	0,8
Σ Ilvesheim Nord inkl. Lidl	2,0	20,6	1,9	11,5	1,8	3,1	5,7	6,8	1,1	6,8	13,6
Ilvesheim faktischer ZVB	1,7	17,0	4,8	29,0			6,4	7,6	0,5	6,9	13,7
Streulage Ilvesheim Süd	1,0	10,0	3,1	19,0			4,1	4,8	0,1	4,2	8,5
Σ Ilvesheim gesamt	**4,7**	**47,6**	**9,8**	**59,5**	**1,8**	**3,1**	**16,3**	**19,2**	**1,7**	**18,0**	**35,8**
ZVB STZ Mannheim-Feudenheim	0,5	5,0	0,1	0,5	10,8	18,5	11,4	13,5	0,9	12,3	24,6
AAS Mannheim-Feudenheim	0,6	6,5	0,2	1,0	5,6	9,5	6,4	7,5	0,7	7,1	14,1
Σ Mannheim-Feudenheim	**1,1**	**11,5**	**0,2**	**1,5**	**16,4**	**28,0**	**17,8**	**21,0**	**1,6**	**19,4**	**38,6**
ZVB NVZ Mannheim-Wallstadt					2,9	4,9	2,9	3,4	0,1	3,0	6,0
AAS Mannheim-Wallstadt	0,7	7,0	0,5	3,0	7,7	13,1	8,9	10,4	1,0	9,8	19,6
Σ Mannheim-Wallstadt	**0,7**	**7,0**	**0,5**	**3,0**	**10,6**	**18,0**	**11,7**	**13,8**	**1,1**	**12,9**	**25,6**
Σ betrachtetes Marktgebiet	**6,5**	**66,1**	**10,5**	**64,0**	**28,8**	**49,1**	**45,8**	**54,0**	**4,5**	**50,2**	**100,0**
Abfluss nach ZVB STZ Seckenheim			0,2	1,0			0,2	0,2	2,6	2,7	
Abfluss nach Kurpfalz-Center	2,5	25,0	3,3	20,0	17,6	30,0	23,3	27,5	27,7	51,0	
Abfluss nach Seckenheimer Landstraße Mannheim-Neuostheim/Neuhermsheim	0,1	1,0	0,3	2,0	2,9	5,0	3,4	4,0	24,9	28,3	
Abfluss nach AAS Ladenburg	0,1	1,0	0,3	2,0			0,4	0,5	32,2	32,6	
Abfluss nach AAS Edingen-Neckarhausen	0,2	2,0	0,8	5,0			1,0	1,2	36,5	37,6	
Regionale Abflüsse gesamt	**2,9**	**29,0**	**4,9**	**30,0**	**20,5**	**35,0**	**28,3**	**33,3**	**124,0**	**152,3**	
Diffuser Abfluss	**0,5**	**4,9**	**1,0**	**6,0**	**9,3**	**15,9**	**10,8**	**12,7**			
Ausgabenvolumen	**9,8**	**100,0**	**16,4**	**100,0**	**58,6**	**100,0**	**84,9**	**100,0**			

Quelle: bulwiengesa, AAS = Alternative Angebotsstandorte

* KKB = Kaufkraftbindung

Kaufkraftstrom-Modellrechnung im Periodischen Bedarf für das Einzugsgebiet Lidl – Prognose
Verteilung der Nachfragevolumina je Marktzone in den Spalten – Erklärung der Umsatzherkunft an den einzelnen Standortbereichen in den Zeilen

Standortbereich	Zone 1 Ilvesheim-Nord		Zone 2 Ilvesheim-Süd		Ergänzungsgebiet MA-Feudenheim		Marktgebiet total		Externer Zufluss	Umsatz in …		Veränderung	
	Umsatz/KKB*		Umsatz/KKB*		Umsatz/KKB*		Umsatz/KKB*			Umsatz/Marktanteil			
	Mio. Euro p. a.	%	Mio. Euro p. a.	%	Mio. Euro p. a.	%	Mio. Euro p. a.	%	Mio. Euro p. a.	Mio. Euro p. a.	%	Mio. Euro p. a.	%
Lidl	2,0	20,5	2,2	13,5	2,1	3,5	6,3	7,4	1,2	7,5	14,8	1,1	16,8
Ilvesheim Nord Kleinhandel	0,3	3,4					0,3	0,4	0,1	0,4	0,8	-0,0	-3,6
Σ Ilvesheim Nord inkl. Lidl	2,4	23,9	2,2	13,5	2,1	3,5	6,6	7,8	1,3	7,9	15,6	1,1	15,6
Ilvesheim faktischer ZVB	1,6	15,9	4,7	28,6			6,3	7,4	0,5	6,7	13,3	-0,2	-2,8
Streulage Ilvesheim Süd	0,8	8,6	3,0	18,4			3,9	4,6	0,1	4,0	7,9	-0,2	-5,8
Σ Ilvesheim gesamt	**4,8**	**48,4**	**9,9**	60,5	**2,1**	**3,5**	**16,7**	**19,7**	**1,9**	**18,6**	**36,8**	**0,6**	**3,5**
ZVB STZ Mannheim-Feudenheim	0,5	4,9	0,1	0,4	10,8	18,4	11,3	13,3	0,9	12,2	24,2	-0,1	-1,0
AAS Mannheim-Feudenheim	0,6	6,3	0,1	0,9	5,5	9,4	6,2	7,4	0,7	6,9	13,7	-0,1	-1,8
Σ Mannheim-Feudenheim	**1,1**	**11,2**	**0,2**	1,3	**16,2**	**27,7**	**17,6**	**20,7**	**1,6**	**19,2**	**37,9**	**-0,2**	**-1,3**
ZVB NVZ Mannheim-Wallstadt					2,9	4,9	2,9	3,4	0,1	3,0	5,9	-0,0	-1,0
AAS Mannheim-Wallstadt	0,7	6,9	0,5	3,0	7,7	13,1	8,8	10,4	1,0	9,8	19,4	-0,0	-0,4
Σ Mannheim-Wallstadt	**0,7**	**6,9**	**0,5**	3,0	**10,5**	**17,9**	**11,7**	**13,8**	**1,1**	**12,8**	**25,3**	**-0,1**	**-0,6**
Σ betrachtetes Marktgebiet	**6,5**	**66,5**	**10,6**	**64,8**	**28,8**	**49,1**	**46,0**	**54,2**	**4,6**	**50,5**	**100,0**	**0,3**	**0,6**
Abfluss nach ZVB STZ Seckenheim			0,2	1,0			0,2	0,2	2,6	2,7			
Abfluss nach Kurpfalz-Center	2,4	24,9	3,2	19,8	17,6	30,0	23,3	27,4	27,7	51,0		-0,0	-0,1
Abfluss nach Seckenheimer Landstraße Mannheim-Neuostheim/Neuhermsheim	0,1	0,8	0,3	1,8	2,9	5,0	3,3	3,9	24,9	28,2		-0,1	-0,2
Abfluss nach AAS Ladenburg	0,1	1,0	0,3	2,0			0,4	0,5	32,2	32,6			
Abfluss nach AAS Edingen-Neckarhausen	0,2	1,9	0,8	4,8			1,0	1,1	36,5	37,5		-0,0	-0,1
Regionale Abflüsse gesamt	**2,8**	**28,6**	**4,7**	29,4	**20,5**	**35,0**	**28,1**	**33,0**	**124,0**	**152,1**		**-0,1**	**-0,1**
Diffuser Abfluss	**0,5**	**5,0**	**1,0**	**5,8**	**9,3**	**15,9**	**10,7**	**12,9**					
Ausgabenvolumen	**9,8**	**100,0**	**16,4**	100,0	**58,6**	**100,0**	**84,9**	**100,0**					

Quelle: bulwiengesa, AAS = Alternative Angebotsstandorte

* KKB = Kaufkraftbindung

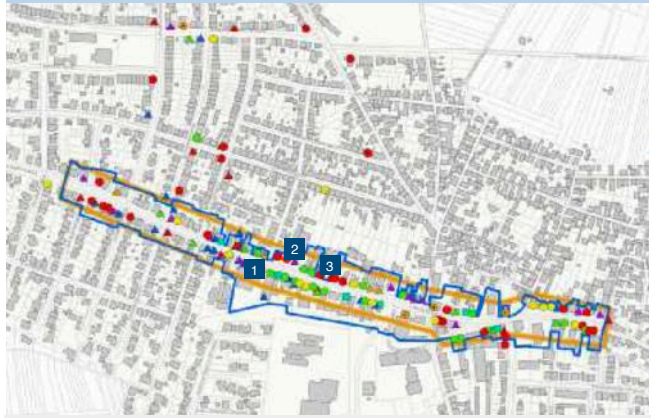
Mannheim – STZ Feudenheim – Zentrenprofil

Stadt/Gemeinde	Einwohner	Zentralörtliche Einstufung	Zentrenname/Lagebereich	Zentrenhierarchie/-typ	Versorgungsbedeutung	Entfernung zum Vorhaben		Zone
Mannheim	13.683 EW	MA-Oberzentrum	STZ Feudenheim	Stadtteilzentrum (ZVB)	Stadtteilbezogen	0,9 km	2 Min.	Erg.

Standortprofil ZVB Feudenheim

Lage/Abgrenzung/funktionales Konzept

– Das Stadtteilzentrum liegt zentral innerhalb des Stadtbezirkes Feudenheim und erstreckt sich linear entlang der Hauptverkehrsachse Hauptstraße.



Quelle: Berichtsent.Fortschreibung des Zentrenkonzeptes MA. 2016

Ankerbetriebe

1 Edeka
2 dm
3 Bio-Markt

Verkehrserschließung MIV/Ruhender Verkehr

– Die MIV-Erschließung ist aus allen Richtungen gut gegeben. Sowohl die Erreichbarkeit aus den anderen Stadtteilen von Mannheim als auch aus Richtung des Untersuchungsstandortes ist als gut zu bewerten.
– Überwiegend sind die Stellplätze straßenbegleitend vorhanden. Einzelne Anbieter verfügen über zum Teil vorgelagerte oder auch rückwärtig angeordnete eigene Parkplätze.
– Insgesamt besteht ein eher knappes PP-Angebot.

Verkehrserschließung ÖPNV

– Die Straßenbahn führt entlang des westlichen ZVB-Abschnitts der Hauptstraße und verfügt über mehrere Haltestellen, sodass eine sehr gute ÖPNV-Anbindung besteht.
– Im mittleren Bereich des ZVB befindet sich die Wendeschleife der Straßenbahn.

Einzelhandelsstrukturen

– Der ZVB verfügt über ein diversifiziertes vielfältiges Angebot.
– Der Schwerpunkt des Angebots liegt im Periodischen Bereich (Supermarkt, Drogeriemarkt, Biomarkt und Lebensmittelhandwerk), aber auch modische Anbieter sind vorhanden.
– Neben filialisiertem Einzelhandel sind eine Vielzahl an inhabergeführten Geschäften ansässig.
– Überwiegend kleinflächig strukturiertes Angebot mit wenigen größeren Flächen.
– Der Kernbereich des ZVB liegt westlich der Wendeschleife der Straßenbahn.
– Insgesamt besteht durch den Angebotsmix und die weiteren Einrichtungen eine hohe Funktionsmischung.

Städtebauliche Merkmale

– Attraktives Stadtbild und belebter Einkaufsstandort
– Die zum Teil historischen Gebäude sind bildprägend
– Geringe Leerstandsanzahl
– Straßenbegleitende Gehwege ermöglichen gute fußläufige Verbindung
– Durchgangsverkehr und Straßenbahn mindern die Aufenthaltsqualität und erschweren den Straßenseitenwechsel

Besonderheiten

– Größte Angebotsvielfalt nach dem Hauptzentrum Innenstadt Mannheim

Stadtteilzentrum in Zahlen

Angaben aus dem Berichtsentwurf Fortschreibung des Zentrenkonzeptes Mannheim 2016, Erhebung Oktober 2014:

Betriebe	54
VKF nahversorgungsrelevant in qm	3.175
VKF zentrenrelevant in qm	2.025
VKF nicht zentrenrelevant in qm	700
VKF gesamt in qm	5.900
Ø VKF je Einheit	*109*

Erhebungen für Wirkungsanalyse 2016	VKF	Umsatz Mio. Euro
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. LM)	2.000	9,2
Drogerie	590	2,7
Restliche Sortimente Periodischer Bedarf	80	0,4
Periodischer Bedarf in qm*	2.670	12,3

* Die Flächendifferenz kann auf die rückläufige Entwicklung der Klein- und Kleinstflächen zurückgeführt werden. Im Gegensatz zur Erhebung von 2010 ist auch der Netto mit rund 270 qm VKF vom Netz gegangen.

Fazit

– Der ZVB ist insgesamt gut aufgestellt und gut frequentiert. Die Anbieter übernehmen eine wichtige Versorgungsfunktion für die umliegenden Siedlungsgebiete.

– Im Kernbereich besteht ein abwechslungsreiches Angebot, das sich zu den Randbereichen ausdünnt.

Quellen

– Gutachten als Grundlage für die Fortschreibung des Zentrenkonzeptes der Stadt Mannheim, Berichtsentwurf, 2016
– Statistisches Landesamt Baden-Württemberg
– Erhebungen bulwiengesa

Mannheim – NVZ Wallstadt – Zentrenprofil

Stadt/Gemeinde	Einwohner	Zentralörtliche Einstufung	Zentrenname/Lagebereich	Zentrenhierarchie/-typ	Versorgungsbedeutung	Entfernung zum Vorhaben		Zone
MA-Wallstadt	7.445 EW	MA-Oberzentrum	NVZ Wallstadt	Nahversorgungsz.	Stadtteilbezogen	2,7 km	6 Min.	Erg.

Standortprofil NVZ Wallstadt

Lage/Abgrenzung/funktionales Konzept

– Das Nahversorgungszentrum liegt im zentralen Siedlungskern von Wallstadt und erfasst Teilbereiche der Mosbacher Straße und erstreckt sich abschnittsweise auch in nördlicher Richtung bis in den Bereich der Römerstraße

Quelle: Berichtsent.Fortschreibung des Zentrenkonzeptes MA. 2016

Ankerbetriebe

1 Markthaus

Verkehrserschließung MIV/Ruhender Verkehr

– Aufgrund der introvertierten Ortskernlage ist die Anbindung eingeschränkt.
– Straßenbegleitendes Parken ist möglich, allerdings stehen nur sehr wenige Parkplätze zur Verfügung.

Verkehrserschließung ÖPNV

– Die nächstgelegene Bushaltestelle Wallstadt Mitte liegt am westlichen Ende des ZVB.
– An den lokalen Schienenverkehr besteht keine Anbindung.
– Insgesamt ist die ÖPNV-Anbindung im Vergleich zu den STZ Mannheims weniger gut ausgebaut.

Einzelhandelsstrukturen

– Der ZVB ist geprägt durch kleinteiligen Besatz, der neben einem begrenzten Angebot im Periodischen Bedarf auch kleine Modeboutiquen bietet.
– Neben den Einzelhandelsangeboten sind auch diverse Dienstleistungsangebote vorhanden.

Städtebauliche Merkmale

– Die städtebauliche Qualität ist aufgrund der hohen Aufenthaltsqualität auf dem kleinen Marktplatz als gut zu bewerten, zumal das Verkehrsaufkommen relativ gering ist.
– Kein durchgehender Einzelhandelsbesatz, durchsetzt mit vielen Wohngebäuden
– Keine offensichtlichen Leerstände vorhanden

Besonderheiten

./.

Stadtteilzentrum in Zahlen

Angaben aus dem Berichtsentwurf Fortschreibung des Zentrenkonzeptes Mannheim 2016, Erhebung Oktober 2014:

Betriebe	13
VKF nahversorgungsrelevant in qm	825
VKF zentrenrelevant in qm	300
VKF nicht zentrenrelevant in qm	75
VKF gesamt in qm	1.175
Ø VKF je Einheit	*90*
Erhebungen für Wirkungsanalyse 2016	
VKF Periodischer Bedarf in qm *	730
Umsatz Periodischer Bedarf in Mio. Euro	3,0
Flächenproduktivität (Euro/qm VKF)	4.120

* Wegfall von Schlecker, sehr geringe Randsortimente bei vorhandenen Lebensmittelanbietern

Fazit

– Der zentrale Versorgungsbereich zeichnet sich durch eine introvertierte Lage und eine verhältnismäßig hohe städtebauliche Qualität aus.
– Der Einzelhandelsbesatz ist auf die Versorgung der umliegenden Wohnbereiche ausgelegt.

Quellen

– Gutachten als Grundlage für die Fortschreibung des Zentrenkonzeptes der Stadt Mannheim, Berichtsentwurf, 2016
– Statistisches Landesamt Baden-Württemberg
– Erhebungen bulwiengesa

Mannheim – STZ Seckenheim – Zentrenprofil

Stadt/Gemeinde	Einwohner	Zentralörtliche Einstufung	Zentrenname/Lagebereich	Zentrenhierarchie/-typ	Versorgungsbedeutung	Entfernung zum Vorhaben		Zone
MA-Seckenheim	14.857 EW	MA-Oberzentrum	STZ Seckeheim	Stadtteilzentrum	Stadtteilbezogen	2,5 km	6 Min.	

Standortprofil ZVB Seckenheim

Lage/Abgrenzung/funktionales Konzept

- Das Stadtteilzentrum liegt im nordöstlichen Siedlungsbereich von Seckenheim, erstreckt sich entlang der Seckenheimer Hauptstraße und umfasst auch den kleinen Marktplatz auf Höhe des Rathauses.

Quelle: Berichtsent.Fortschreibung des Zentrenkonzeptes MA. 2016

Ankerbetriebe

1 Penny
2 Werkmarkt Rath
3 KiK

Verkehrserschließung MIV/Ruhender Verkehr

- Die MIV-Anbindung ist gut ausgebaut. Derzeit werden umfangreiche Straßenbaumaßnahmen durchgeführt. Ein Anschluss besteht nach Ilvesheim über die Neckarbrücke.
- Straßenbegleitendes Parken ist möglich, jedoch besteht insgesamt ein eingeschränktes Parkplatz-Angebot.

Verkehrserschließung ÖPNV

- Die Straßenbahn verläuft entlang der Seckenheimer Hauptstraße und verbindet damit den Stadtteil mit dem Mannheimer Zentrum (Haltestelle Rathaus liegt im ZVB).
- Buslinien in diverse Richtungen u. a. Neckarhausen, Ladenburg und Ilvesheim ergänzen die ÖPNV-Anbindung.

Einzelhandelsstrukturen

- Der ZVB verfügt über ein begrenztes Angebot für ein Stadtteilzentrum.
- Neben den Anbietern des Periodischen Bedarfs, die eine zentrale Versorgungsfunktion übernehmen, ist auch filialisierter Einzelhandel (KiK, Matratzen Concord) vorhanden und ergänzt den inhabergeführten Besatz.
- Insgesamt kleinteilig strukturierter Einzelhandel, mit wenigen Angebotsmagneten.
- Neben den Einzelhandelsangeboten sind auch diverse ergänzende Dienstleistungsangebote vorhanden.

Städtebauliche Merkmale

- Hohes Verkehrsaufkommen mindert die Aufenthaltsqualität.
- Im Bereich des Marktplatzes kann im Rahmen der Straßenbaumaßnahmen von einer städtebaulichen Aufwertung ausgegangen werden.
- Kein durchgängiger Einzelhandelsbesatz, durchsetzt mit vielen Wohngebäuden.
- Einige Leerstände vorhanden, zumeist Kleinstflächen.

Besonderheiten

./.

Stadtteilzentrum in Zahlen

Angaben aus dem Berichtsentwurf Fortschreibung des Zentrenkonzeptes Mannheim 2016, Erhebung Oktober 2014:	
Betriebe	30
VKF nahversorgungsrelevant in qm	750
VKF zentrenrelevant in qm	1.000
VKF nicht zentrenrelevant in qm	900
VKF gesamt in qm	2.675
Ø VKF je Einheit	*89*
Erhebungen für Wirkungsanalyse 2016	
VKF Periodischer Bedarf in qm *	700
Umsatz Periodischer Bedarf in Mio. Euro	2,7
Flächenproduktivität (Euro/qm VKF)	3.920

* Die Flächendifferenz kann auf die Schließung der Bäckerei am Marktplatz zurückgeführt werden.

Fazit

- Der zentrale Versorgungsbereich ist aufgrund der umfangreichen Baumaßnahmen nur mäßig frequentiert.
- Einige Leerstände bei Kleinstflächen deuten auf Vermarktungsschwierigkeiten hin.
- Durch die Umbaumaßnahmen dürfte sich die Aufenthaltsqualität erhöhen, so dass von einer Stabilisierung der Lage und Verbesserung auszugehen ist.

Quellen

- Gutachten als Grundlage für die Fortschreibung des Zentrenkonzeptes der Stadt Mannheim, Berichtsentwurf, 2016
- Statistisches Landesamt Baden-Württemberg
- Erhebungen bulwiengesa