

Städtebauliche Verträglichkeitsuntersuchung

zur geplanten Verlagerung und Erweiterung
des Lebensmitteldiscounters Lidl am Standort
Chauvignystraße 9 in der Hochschulstadt Geisenheim

Im Auftrag der Hochschulstadt Geisenheim

Bearbeitung

Eva Bauch
Stefan Kruse



Markt 5
44137 Dortmund
www.junker-kruse.de

Dortmund, Oktober 2024

Hinweise

Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit werden keine männlichen und weiblichen Schriftformen verwendet. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich alle Geschlechter angesprochen.

Der Endbericht sowie die Entwurfsvorlagen unterliegen dem Urheberrecht (§ 2 Absatz 2 sowie § 31 Absatz 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte). Soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart wurde, sind Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.

Datenschutzerklärung

Das Gutachterbüro Junker + Kruse verarbeitet personenbezogene Daten (Betriebsname, Adresse, Sortimentsangebot, Verkaufsfläche, Internetpräsenz) im Einklang mit den Bestimmungen der Datenschutz-Grundverordnung und dem Bundesdatenschutzgesetz. Die Erhebung und Verarbeitung der Daten erfolgt nach Artikel 6 Abs. 1 e) DSGVO zum Zweck der Wahrnehmung einer Aufgabe, die im öffentlichen Interesse liegt und ist im Rahmen der Erstellung der vorliegenden Untersuchung erforderlich. Darüber hinaus werden die Daten im Rahmen weiterer Arbeiten, die ebenfalls im öffentlichen Interesse stehen, verwendet (z. B. Bauleitplanverfahren, Raumordnungsverfahren).

Die gespeicherten Daten werden gelöscht, sobald sie für die bestimmten Zwecke nicht mehr notwendig sind und der Löschung keine gesetzlichen Aufbewahrungspflichten entgegenstehen.

Kontaktdaten der Verantwortlichen

Junker + Kruse Stadtforschung Planung, Markt 5 | D-44137 Dortmund

Inhaber Dipl.-Geogr. Stefan Kruse

Tel +49 (0)2 31 55 78 58 0 | Fax+49 (0)2 31 55 78 58 50

E-Mail: info@junker-kruse.de | www.junker-kruse.de

Inhalt

1	Anlass und Zielsetzung der Untersuchung.....	5
2	Methodische Vorgehensweise.....	7
3	Lage des Vorhabenstandortes und absatzwirtschaftliche Relevanz des Vorhabens	12
4	Marktsituation im Untersuchungsraum	15
4.1	Abgrenzung des Einzugsgebietes und des Untersuchungsraumes.....	15
4.2	Untersuchungsrelevante Nachfragesituation	16
4.3	Untersuchungsrelevante Angebotssituation	17
4.4	Bewertung der Ausstattungssituation und Schluss-folgerungen für die Berechnung der Umsatzumverteilung	19
5	Potenzielle Auswirkungen des Vorhabens.....	21
5.1	Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Einordnung möglicher absatzwirtschaftlicher Auswirkungen	21
5.2	Ergebnisse der Berechnungen – absatzwirtschaftliche Auswirkungen des Vorhabens und städtebauliche Einordnung	22
6	Fazit.....	25
	Verzeichnisse	26

1 Anlass und Zielsetzung der Untersuchung

Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Hochschulstadt Geisenheim¹ wurde in der Sitzung im September 2023 von der Stadtverordnetenversammlung politisch beschlossen und dient der Stadt seither als Bewertungsgrundlage für zukünftige Entscheidungen im Zusammenhang mit einzelhandelsspezifischen Stadtentwicklungsfragestellungen einerseits sowie als Grundlage für die bauleitplanerische Umsetzung in der Stadt Geisenheim. Verbindlich umgesetzt werden können die formulierten Zielsetzungen demnach erst im Rahmen von Bebauungsplänen, in denen entsprechende Aussagen getroffen werden zum Umgang mit dem Einzelhandel in dem jeweiligen Plangebiet. Hierzu können in Einzelfällen bewertende Aussagen zu absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen im Rahmen von Einzelfallprüfungen erforderlich sein, wie auch im vorliegenden Fall.

Es gibt es Überlegungen, den bestehenden Lebensmitteldiscounter Lidl aus dem Gewerbegebiet an den Standort Chauvignystraße 9 (Teilfläche der Wald Bau Unternehmen GmbH) zu verlagern. Im Rahmen dieser Verlagerung soll auch die Verkaufsfläche erweitert werden. Für die Bewertung des Vorhabens ist eine städtebauliche Wirkungsanalyse erforderlich, die die möglichen Folgewirkungen der geplanten Erweiterung i.S.v. § 11 (3) BauNVO analysiert und bewertet. Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass sich der Lebensmitteldiscounter seit vielen Jahren am Standort Geisenheim befindet und er sich somit in der sozialen und ökonomischen Realität längst niedergeschlagen hat. Somit sind für die Bewertung möglicher Auswirkungen nur die im Rahmen der Verlagerung und Erweiterung zu erwartenden (Attraktivitäts)Veränderungen (zum Beispiel i.S.v. Umsatzzuwächsen für das Neuvorhaben im Vergleich zum derzeitigen Bestandumsatz) relevant.

Folgende Fragestellungen stehen im Mittelpunkt des Untersuchungsinteresses:

- Welchen Umsatz wird das Verlagerungs- und Erweiterungsvorhaben voraussichtlich generieren?
- Wie stellt sich die lokale und regionale Nachfragesituation dar? (u.a. rechnerische Ermittlung der sortimentspezifischen Kaufkraftabschöpfung)
- Wie stellt sich die (derzeitige und zukünftige absehbare) untersuchungsrelevante Versorgungs- und Konkurrenzsituation im Untersuchungsraum dar?
- Wie stellen sich die Bedeutung und Stabilität der (untersuchungsrelevanten) Angebotsstandorte (v. a. zentrale Versorgungsbereiche, Nahversorgungsstandorte) im Einzugsgebiet des Vorhabens dar? Dabei müssen auch geplante / absehbare Veränderungen mitberücksichtigt werden.
- Welche absatzwirtschaftlichen und daraus resultierenden städtebaulichen Folgewirkungen wären mit der Realisierung der Verlagerung und Verkaufsflächenerweiterung des

¹ Vgl. Junker+Kruse: Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Hochschulstadt Geisenheim, August 2023

vorhandenen Lebensmitteldiscounters Lidl verbunden? (Ermittlung von potenziellen Umsatzumverteilungen und möglichen städtebaulichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnortnahen Versorgungsstrukturen im Untersuchungsraum)

2 Methodische Vorgehensweise

Datengrundlagen

Methodisch stützt sich die Bearbeitung der vorliegenden Untersuchung vor allem auf Datengrundlagen aus primärstatistischen Erhebungen des untersuchungsrelevanten **Einzelhandelsbestandes** in der Stadt Geisenheim und im Untersuchungsraum, die im Juli 2024 durch das Büro Junker + Kruse durchgeführt wurden.

Der dieser Untersuchung zugrunde liegende Datensatz umfasst alle im potenziellen räumlichen Auswirkungsbereich des Vorhabens (Stadtgebiete Geisenheim, Rüdesheim a. R. und Oestrich-Winkel) liegenden Betriebe der **untersuchungsrelevanten Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel**. Dabei wurden innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche flächendeckend alle Betriebe mit entsprechendem Kernsortiment aufgenommen, außerhalb zentraler Versorgungsbereiche alle Betriebe mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel mit mehr als 400 m² Gesamtverkaufsfläche (= strukturprägende Lebensmittelmärkte) berücksichtigt.

Zur **Verkaufsflächendefinition** wurde in der Untersuchung die einschlägige Rechtsprechung berücksichtigt. Gemäß dem Urteil vom BVerwG – 4 C 10.04 vom 24.11.2005 ist bei der Berechnung der Verkaufsfläche die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich. Hierzu gehören auch Schaufenster, Gänge, Treppen, Kassenzonen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände und Freiverkaufsflächen soweit sie nicht nur vorübergehend zum Verkauf genutzt werden.

- Auch zur Verkaufsfläche sind diejenigen Bereiche zu zählen, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (Käse-, Fleisch- und Wursttheke etc.) und in dem das Personal die Ware zerkleinert, abwiegt und verpackt.
- Ebenso zählen dazu die Flächen des Windfangs und des Kassenvorraums (einschließlich eines Bereiches zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials).
- Flächen für die Pfandrücknahme sind gemäß Rechtsprechung (Urteil OVG NRW - AZ 7 B 1767 / 08 vom 06. Februar 2009) der Verkaufsfläche zuzurechnen soweit sie dem Kunden zugänglich sind. Für Kunden unzugängliche Lagerräume für Pfandgut gehören nicht zur Verkaufsfläche.
- Nicht zur Verkaufsfläche sind diejenigen Flächen zu zählen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung (Portionierung etc.) erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen. Abstellflächen für Einkaufswagen gehören, soweit sie außerhalb des Gebäudes gelegen sind, laut Urteil des OVG NRW - AZ 7 B 1767 / 08 vom 06. Februar 2009 grundsätzlich nicht zur Verkaufsfläche.

Bei der Ermittlung der aktuellen **Umsatzzahlen** werden nicht nur die untersuchungsrelevanten Verkaufsflächen sowie bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte berücksichtigt, sondern auch die konkrete Situation vor Ort beachtet. Dazu zählen insbesondere die unterschiedlichen

Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der räumlich detaillierten Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum.

Die erforderliche **Nachfrageseite** wird auf Basis von Bevölkerungsdaten sowie den sekundärstatistischen Daten (insbesondere die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der IFH Retail Consultants², Köln, 2024) zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in der Hochschulstadt Geisenheim und der Region ermittelt und dargestellt.

Neben der Ermittlung dieser quantitativen Grundlagen ist grundsätzlich eine klassische **städtebauliche Analyse** mit einer Bewertung der städtebaulichen Situation der zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsgebiet - auch unter qualitativen Aspekten - notwendig, soweit sie relevant betroffen sind. Für die Stadt Geisenheim liegt mit dem politisch beschlossenen EKK 2023 eine Leitlinie zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung vor, die konkrete Aussagen zu Entwicklungszielen des Einzelhandels enthält. Für die im Untersuchungsraum liegenden Städte Rüdesheim a. R. und Oestrich-Winkel liegen keine kommunalen Einzelhandelskonzepte vor. Hier wurden abgrenzbare Standortbereiche entsprechend einer Konzeption und Standortstruktur abgegrenzt und in die Untersuchung aufgenommen.

Auf Basis einer fundierten städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Analyse erfolgt i. S. v. § 11 (3) BauNVO die Untersuchung möglicher Auswirkungen des Vorhabens auf die Zentrenstruktur sowie sonstige Angebotsstandorte in städtebaulich integrierten³ und nicht integrierten Lagen⁴ im Untersuchungsraum.

Berechnung möglicher absatzwirtschaftlicher Auswirkungen

Zentraler Bestandteil dieser Untersuchung ist es, die sich durch eine mögliche Umverteilung der Umsätze (bedingt durch sich ändernde Kaufkraftströme) ergebenden Wirkungsgrade möglicher absatzwirtschaftlicher Auswirkungen des Planvorhabens auf den zentralen Versorgungsbereich und die wohnortnahen Versorgungsstrukturen im projektrelevanten Wirkungsbereich zu untersuchen. Zur Prognose der von Einzelhandelsvorhaben ausgehenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen hat sich in der Einzelhandelsforschung und -begutachtung der Gravitationsansatz bewährt. Das ursprünglich von Huff konzipierte **Gravitationsmodell**⁵

² Die Darstellung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Einzelhandelsgutachten und -analysen geschieht auf Grundlage sekundärstatistischer Daten. Die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die in regelmäßigen Abständen aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer einer Kommune unter dem Indexwert 100, so ist diese durch ein dem Prozentsatz entsprechendes, niedrigeres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet und zeigt mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der Stadt auf. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin.

³ Eine Legaldefinition des Begriffs der „städtebaulich integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Einzelhandelskonzepts der Stadt Geisenheim (2023) handelt es sich dabei um Einzelhandelsbetriebe, die in das Siedlungsgefüge der Stadt integriert sind und einen Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen haben.

⁴ Die städtebaulich nicht integrierte Lage umfasst sämtliche Standorte, die nicht im Zusammenhang mit Wohnbau stehen, z. B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen und autokundenorientierten Standorten (z. B. Gewerbegebiete).

⁵ Quelle: Huff, David L. (1964): Defining and estimating a trading area; Journal of Marketing; Vol. 28. Heinritz, G.: Die Analyse von Standorten und Einzugsbereichen. Passau 1999. Kemming: Raumwirtschaftstheoretische

kann nach Ansicht der Gutachter allerdings nur für eine erste Einschätzung dienen. Daher werden in dem hier angewendeten Gravitationsmodell vertiefend Kennwerte und Parameter sowohl zur sortimentspezifischen als auch standortspezifischen Attraktivität, unter Berücksichtigung vorhandener Kaufkraftabschöpfungen, rechnerisch eingestellt, was eine unabdingbare Voraussetzung für die Validität der Ergebnisse dieser Modellrechnung darstellt. Unter Anwendung dieses differenzierten Gravitationsmodells, in das die für den Untersuchungsraum relevanten Kennwerte einfließen, werden die potenziell durch das Vorhaben induzierten monetären und prozentualen Umsatzumverteilungen ermittelt.

Zum Grundverständnis des Gravitationsmodells ist prinzipiell Folgendes anzumerken:

- Für die untersuchten Standorte werden die Einzelhandelskennziffern der relevanten Warengruppe ermittelt bzw. liegen vor (Verkaufsfläche, Umsatz, Zentralitätsfaktor und Standortqualitätsgewichtung im Sinne von Gesamtattraktivität). Des Weiteren werden die räumlichen Widerstände zwischen den jeweiligen Nachfrage- und Angebotsstandorten zugrunde gelegt.
- Mit dem potenziellen Marktzutritt des Vorhabens verändert sich das raumwirtschaftliche Standortgefüge, da Umsätze und Widerstände von Nachfrage- und Angebotsstandorten zueinander eine relative Veränderung erfahren.

Eingangswerte des Gravitationsmodells sind

- die vorhandenen untersuchungsrelevanten **Verkaufsflächenangebote** der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel nach Anbietern / Standorten,
- die **Flächenproduktivitäten** (Euro / m²) nach Sortimenten und Anbietern / Standorten und der daraus resultierende sortimentspezifische und summierte **Umsatz** der Anbieter / Standorte,
- die **Widerstände** (Raumdistanzen) zwischen den Standorten, die jeweils aus der Abhängigkeit der Sortimente und der Gesamtattraktivität der Anbieter / Standorte und ihrer jeweiligen Marktgebiete resultieren,
- der zu erwartende **Umsatz des geplanten Vorhabens** und
- die einzelhandelsrelevante **Kaufkraft** im Untersuchungsraum für die projektrelevante Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel.

Die für eine Wirkungsanalyse notwendigen, konkreten einzelhandelsbezogenen Flächenangaben, Umsätze und Sortimentsstrukturen sind in allen Schritten detailliert in die Analyse eingestellt. Die ermittelten potenziellen Umverteilungsquoten stellen eine wesentliche Beurteilungsgrundlage dar.

Gravitationsmodelle - Eine Untersuchung ihrer analytischen Grundlagen. Berlin, 1980. Löffler, G.: Konzeptionelle Grundlagen der chronologischen Betrachtungsweise in deterministischen Modellansätzen. Bremen, 1987.

Prognose möglicher städtebaulicher (Folge-)Wirkungen

Grundsätzlich ist anzunehmen, dass das umschriebene Modell und seine Ergebnisse nur eine erste Einschätzung möglicher Auswirkungen erlauben. Die Ermittlung der monetären bzw. prozentualen Höhe der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ist bei der abschließenden Beurteilung städtebaulich und versorgungsstrukturell negativer Implikationen allein nicht ausreichend. Auch ist die 10 %-Marke der Umsatzumverteilung in diesem Zusammenhang nicht als „Demarkationslinie“ zu sehen, sondern es sind die konkreten Angebotsstrukturen und Rahmenbedingungen zu berücksichtigen. Der gewichtige Schwellenwert ist als wesentlicher Indikator, anhand dessen die Intensität der Belastung der betroffenen Standorte ermittelt werden kann, somit nicht identisch mit der Zumutbarkeitsschwelle. Das Erreichen des gewichtigen Schwellenwertes ist Anlass, den Kaufkraftabfluss in die Abwägung bei der Planung als Belang einzustellen und zu bewerten, denn „Überschritten ist die städtebauliche Relevanzschwelle erst dann, wenn ein Umschlagen von rein wirtschaftlichen zu städtebaulichen Auswirkungen stattzufinden droht“.⁶

Als weiterer – zwingend erforderlicher – Schritt bei der Beurteilung der Auswirkungen potenzieller Vorhaben sind daher abschließend für diejenigen Versorgungsstandorte im Untersuchungsgebiet, die gewisse Schwellenwerte überschreiten, die abstrakten Ergebnisse der Berechnungen durch weitergehende Analysen im Hinblick auf mögliche schädliche Auswirkungen zu qualifizieren. Dabei fließen vor allem auch die individuellen städtebaulichen Gegebenheiten und Ausgangsbedingungen der potenziell betroffenen zentralen Versorgungsbereiche bzw. Versorgungsstrukturen sowie die wirtschaftliche Stabilität und Potenz der relevanten Anbieter in die Betrachtungen ein.

Überschritten ist die städtebauliche Relevanzschwelle erst dann, wenn ein Umschlagen von rein wirtschaftlichen zu städtebaulichen Auswirkungen stattzufinden droht. Eine **städtebaulich relevante Umsatzumverteilung** liegt z. B. dann vor, wenn durch Geschäftsaufgaben die Versorgung der Bevölkerung nicht mehr gewährleistet ist⁷ bzw. Ladenleerstände zu einer Verminderung der Vielfalt und Dichte des Warenangebotes sowie zu abnehmender Frequenz, zu Niveauabsenkung und damit zu einer **Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit** des jeweils betroffenen zentralen Versorgungsbereiches führt.⁸

Ein einschlägiges Urteil des Bundesverwaltungsgerichts interpretiert den in diesem Zusammenhang verwendeten Begriff der **Funktionsstörung** eines zentralen Versorgungsbereiches als Herbeiführung eines Zustandes der Unausgewogenheit, der zur Folge hat, dass der Versorgungsbereich seinen Versorgungsauftrag generell oder hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr in substantieller Weise wahrnehmen kann.⁹

⁶ vgl. OVG NRW – 10 D 148/04.NE, Urteil vom 28.12.2005 - „Centro-Urteil“

⁷ vgl. Fickert/Fieseler, BauNVO, 10. Auflage (2002), § 11 Rn. 21.1 m. w. N.

⁸ vgl. u. a. Janning, Der Ausschluss des zentrenschädigenden Einzelhandels im unbeplanten Innenbereich, BauR 2005, 1723, 1725

⁹ BVerwG 4 C 7.07 vom 11. Oktober 2007

Als Ergebnis wird das Vorhaben im Hinblick auf sein Beeinträchtigungspotenzial sowohl auf den im Untersuchungsraum liegenden Versorgungsbereich sowie auf die wohnortnahen Versorgungsstrukturen im Untersuchungsraum bewertet.

3 Lage des Vorhabenstandortes und absatzwirtschaftliche Relevanz des Vorhabens

De seit Jahrzehnten am Standort Geisenheim ansässige großflächige Lidl-Markt plant eine Verlagerung weg vom jetzigen Standort im Gewerbegebiet an der Industriestraße auf eine Fläche am Standort Chauvignystraße 9 (Teilfläche der Wald Bau Unternehmen GmbH). Im Rahmen dieser Verlagerung soll auch die Verkaufsfläche von derzeit rund 920 m² auf 1.470 m²¹⁰ erweitert werden.

Hinsichtlich seiner städtebaulichen Einordnung ist der Standort als weitestgehend städtebaulich integriert zu bewerten, wenngleich er nicht vollumfänglich von Wohnbebauung umschlossen ist¹¹. Die Planung sieht dabei im 1.-3. Obergeschoss Studentenwohnungen (Zimmer) vor. Es sollen laut Planunterlagen 56 kleinere Wohneinheiten entstehen, so dass sich die Wohnnutzung im direkten Umfeld des Marktes erhöht.

Die Standortverlagerung stellt aus versorgungsstruktureller, räumlicher Sicht eine Verbesserung und Optimierung dar. So rückt der Anbieter aus seinem gewerblichen Umfeld und seiner eindeutig städtebaulich nicht integrierten Lage, ohne Relevanz für eine wohnortnahe, fußläufige Versorgung und schließt sich mit dem avisierten Standort dem Siedlungsgefüge der Stadt Geisenheim an. Der perspektivische Standort ist als **Grundversorgungsstandort**, mit **Nahversorgungsrelevanz** für die zukünftigen Bewohner, der am Standort geplanten die Wohnquartiere sowie für die Siedlungsbereiche entlang der Winkeler Straße sowie dem „Pflänzer“ und mit **gesamtstädtischer Versorgungsfunktion** einzustufen.

Die Einhaltung des landesplanerischen Ziels des Integrationsgebots ist für den geplanten Standort gewahrt: der Bereich ist als **Vorranggebiet Siedlung** im geltenden Regionalplan Südhessen/Reg. FNP 2010 ausgewiesen.

¹⁰ laut vorliegender Entwurfsplanung

¹¹ Aufgrund der Besonderheit der bandartigen Siedlungsstruktur entlang des Rheins sind Standorte in (vorbildlich) städtebaulich integrierte Lage kaum oder nur sehr eingeschränkt verfügbar.

Karte 1: Lage des Vorhabenstandortes im Geisenheimer Stadtgebiet



Quelle: Darstellung Junker + Kruse; © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA 2.0 (www.openstreetmap.org/copyright)

Beschreibung des Vorhabens

Unter Berücksichtigung betreiberspezifischer Verkaufsflächenanteile ist davon auszugehen, dass bei einem Lidl-Markt mit einer Gesamtverkaufsfläche von 1.470 m² rund 1.150 m² auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel entfällt. Das entspricht einer Verkaufsflächenerweiterung in der untersuchungsrelevanten Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel von rund 400 m². Gemeinsam mit Drogeriewaren, die neben den Nahrungs- und Genussmitteln zum Kernsortiment zählen, beläuft sich der Anteil dieser Warengruppen auf rund 88 % der Gesamtverkaufsfläche eines typischen Flächenkonzepts einer Lidl-Filiale. Das weitere Angebot umfasst weitere Non-Food-Artikel (Haushaltswaren, Zeitschriften, zoologische Artikel und Aktionswaren etc.).

Umsatzprognose für das Vorhaben

Mit Blick auf mögliche absatzwirtschaftliche Auswirkungen des Vorhabens gilt es aufzuzeigen, welcher jährliche Soll-Umsatz in der untersuchungsrelevanten Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel voraussichtlich durch die zu erwartende Verkaufsfläche des Lebensmitteldiscounters – unter Berücksichtigung branchenüblicher und betriebstypenspezifischer Kennwerte – zum bereits wirksamen Bestandsumsatz hinzutreten würde.

Die gängige Rechtsprechung¹² verlangt das Aufzeigen der maximal möglichen absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen eines Vorhabens (realitätsnahes „**Worst Case-Szenario**“). Diesem Anspruch ist bereits im Rahmen der Umsatzermittlung eines Vorhabens durch die Berücksichtigung maximaler Flächenproduktivitäten Rechnung zu tragen, um die Ermittlung maximaler Umsatzumverteilungen – als ökonomische Grundlage für die Abschätzung der maximal zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen – zu ermöglichen. Dies bedeutet, dass hinsichtlich der Leistungsfähigkeit (ausgedrückt in der sog. Flächenproduktivität = jährlicher Umsatz pro m² Verkaufsfläche) für die Berechnungen und Bewertungen die maximale betriebstypenspezifische Flächenproduktivität des Betreibers eingestellt wird. Zugleich ist es im Sinne der rechtlich geforderten „realitätsnahen Betrachtung des Worst-Case-Ansatzes“ (Urteil des OVG NRW – 7 D 18/13.NE vom 02. Oktober 2013) unerlässlich, sofern es sich um ein konkretes Vorhaben handelt, bei dem der Betreiber feststeht, betreiberspezifische Rahmendaten in diese Analyse einzusetzen, um so die möglichen Auswirkungen weder zu unter- noch zu überschätzen.

Bei dem Vorhaben handelt es sich um die Erweiterung eines deutschlandweit – und darüber hinaus auch international – agierenden Lebensmitteldiscounters. Die Flächenproduktivität innerhalb der vorliegenden Verträglichkeitsanalyse orientiert sich an belastbaren Branchenveröffentlichungen wie dem Hahn Retail Real Estate Report 2023/24¹³ und berücksichtigt die ortsspezifischen nachfrage- und angebotsseitigen Rahmenbedingungen in der Stadt Geisenheim und der Region.

Eine signifikante Abweichung (nach oben bzw. nach unten) ist für das Vorhaben nicht anzunehmen, sodass dieser Wert als Basis zugrunde gelegt wird. Deshalb ist davon auszugehen, dass für das Planvorhaben des Lebensmitteldiscounters der Firma **Lidl** eine **Flächenproduktivität** von maximal **9.500 Euro / m²** anzunehmen ist. Der zu erwartende Vorhabenumsatz in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel beträgt demzufolge **rund 11 Mio. Euro**.

Neben den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel mit insgesamt rund 1.150 m² Verkaufsfläche sowie Drogeriewaren mit rund 140 m² Verkaufsfläche umfasst das übrige Angebot des Lebensmitteldiscounters voraussichtlich auf rund 12 % der Gesamtverkaufsfläche (bzw. rund 180 m²) Artikel aus den Warengruppen GPK¹⁴ / Haushaltswaren und weitere Non-Food-Artikel. Umsatz- und flächenmäßig ordnen sich die Neben- bzw. Randsortimente dem Kernsortiment deutlich unter. Die breite Streuung der Randsortimente über eine Vielzahl von verschiedenen Sortimenten impliziert vergleichsweise geringe, sortimentspezifische, umverteilungsrelevante Umsätze. Mit Blick auf die Vielzahl der untersuchungsrelevanten Angebotsstandorte sind absatzwirtschaftliche Auswirkungen daher für die einzelnen Standorte nur in geringen Ausprägungen (< 0,1 Mio. Euro) zu erwarten bzw. teilweise im Rahmen der Modellrechnung rechnerisch nicht nachweisbar. In diesem Sinne erfolgt für die einzelnen Neben- und Randsortimente keine weitere dezidierte Betrachtung im Gravitationsmodell.

¹² vgl. u. a. das sog. Preußen-Park-Urteil des OVG Münster: OVG NRW Az.: 7a D 60/99.NE vom 07. Dez. 2000, S. 53 ff.

¹³ Hahn Gruppe (2022): 18. Retail Real Estate Report Germany 2023 / 2024. Bergisch-Gladbach

¹⁴ Glas, Porzellan, Keramik

4 Marktsituation im Untersuchungsraum

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient als Grundlage zur Analyse der **Wettbewerbsituation** sowie zur **Ermittlung des externen Nachfragepotenzials** eines Vorhabens. Dabei kann das zu ermittelnde potenzielle Einzugsgebiet eines Vorhabens nur ein theoretisches Konstrukt darstellen, da keine aktuellen empirischen Untersuchungen zu tatsächlichen Kundenströmen vorliegen.

Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität für die Versorgung mit insbesondere mittel- und langfristigen Bedarfsgütern vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten der Nachfragenden. Im Zuge zunehmender Mobilitätsanforderungen werden insbesondere bei langfristigen Bedarfsgütern erhöhte Zeit- und Entfernungswiderstände in Kauf genommen. Demgegenüber ist zu berücksichtigen, dass ab spezifischen Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zum Einkaufsstandort) die Bereitschaft der Kunden abnimmt, diese aufzusuchen, weil wiederum andere Zentren bzw. Wettbewerbsstandorte geringere Raum-Zeit-Distanzen bzw. eine höhere Attraktivität aufweisen. Einfacher ausgedrückt bedeutet dies, dass mit zunehmender Entfernung zum Angebotsstandort die Kundenbindung immer weiter nachlässt. Aus diesem räumlichen Spannungsgewebe resultiert schließlich ein Einzugsgebiet.

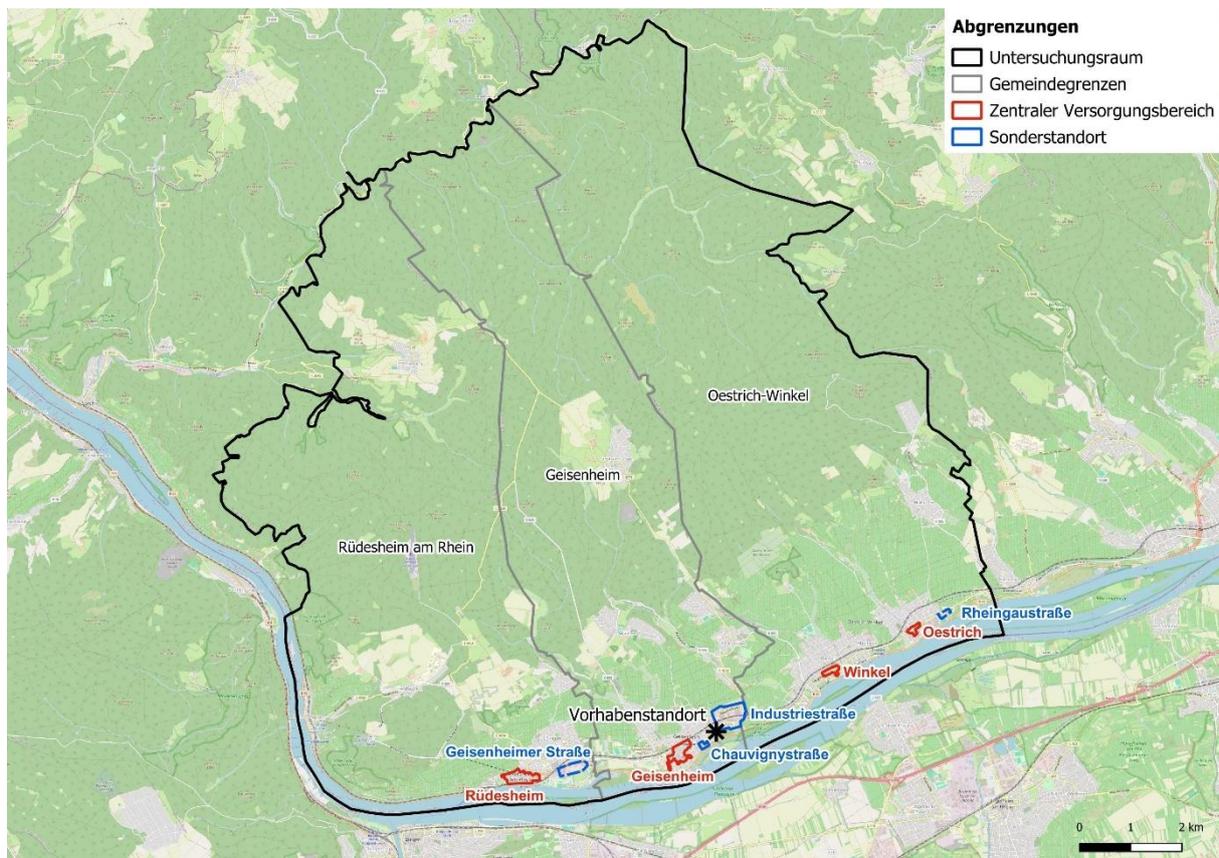
Zwar ist auch die Nachfrage nach kurzfristigen Waren, wie z. B. Nahrungs- und Genussmittel, von einer steigenden Mobilität gekennzeichnet, aufgrund der regelmäßigen Nachfrage nach Gütern des täglichen Bedarfs werden die Versorgungseinkäufe in nahversorgungsrelevanten Sortimenten jedoch üblicherweise möglichst in der Nähe des Wohnortes getätigt. Insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel besteht aufgrund der Regelmäßigkeit der Versorgungseinkäufe und des üblicherweise dichten Angebotsnetzes eine hohe Distanzempfindlichkeit beim räumlichen Einkaufsverhalten der Kunden.

4.1 Abgrenzung des Einzugsgebietes und des Untersuchungsraumes

Der Einzugsbereich des Vorhabens wird aber über diesen Nahbereich hinausgehen und schließt weitere die sich westlich und östlich angrenzenden Städte Rüdesheim a. R. und Oestrich-Winkel ein. Der Rhein bildet dabei die naturräumliche Grenze im Süden und Westen.

Unter Berücksichtigung der Wettbewerbsstruktur sowie der Situation vor Ort wurde das potenzielle Einzugsgebiet des Vorhabens ermittelt, welches gleichzeitig den Untersuchungsraum darstellt.

Karte 2: Abgrenzung des Untersuchungsraums/Einzugsgebiets



Quelle: Darstellung Junker + Kruse; © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA 2.0 (www.openstreetmap.org/copyright)

Relevante Auswirkungen des Ansiedlungsvorhabens auf Betriebe außerhalb des definierten Untersuchungsraums sind nicht zu erwarten. Über diesen Wirkungsbereich hinaus sind auch nennenswerte Kundenbindungen aufgrund der Nähe zu anderen Nahversorgungsstandorten bzw. zentralen Versorgungsbereichen sowie erhöhter Raumwiderstände eher unwahrscheinlich. Zwar mögen gewisse Kundenanteile des geplanten Vorhabens auch von außerhalb dieses Untersuchungsraums stammen, die Bewohner mit Wohnsitz außerhalb des definierten Einzugsbereiches werden mit hoher Wahrscheinlichkeit jedoch eine deutlich stärkere Orientierung auf andere Einkaufsstandorte aufweisen.

Zu berücksichtigende Angebotsstandorte sind daher die strukturprägenden Lebensmittelmärkte, die innerhalb des Untersuchungsraums liegen. Im Untersuchungsraum leben derzeit rund **34.000 Menschen** (vgl. Tabelle 1), die sich in etwa zu je einem Drittel auf die drei untersuchungsrelevanten Städte verteilen.

4.2 Untersuchungsrelevante Nachfragesituation

Zur Ermittlung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen sind neben der Kenntnis der untersuchungsrelevanten Angebotsstrukturen speziell auch die Gegebenheiten

auf der Nachfrageseite von Bedeutung. Diese sollen für die projektrelevante Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel im Folgenden anhand der wesentlichen Kennwerte dargestellt werden.

Das **gewichtete einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** in der Hochschulstadt Geisenheim liegt im Jahr 2024 bei **102,6¹⁵**, womit der Wert über dem Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) liegt. In den Nachbarstädten Rüdesheim a. R. und Oestrich-Winkel liegt die Kennziffer bei **95,6** bzw. **103,3**.

Die statistische einzelhandelsrelevante **Pro-Kopf-Kaufkraft** in der projektrelevanten **Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel** liegt in Geisenheim bei **3.070 Euro**, in Rüdesheim a. R. bei **2.844 Euro** und in Oestrich-Winkel bei **3.090 Euro¹⁶**. Auf Basis der Einwohnerzahlen lässt sich daraus das sortimentspezifische Kaufkraftvolumen in der untersuchungsrelevanten Warengruppe ermitteln. Für die insgesamt rund **34.000 Einwohner** im Untersuchungsraum ergibt sich ein **Kaufkraftvolumen** von rund **102 Mio. Euro¹⁷** in der projektrelevanten **Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (nur bezogen auf den stationären Einzelhandel)**.

Tabelle 1: Nachfragesituation im Untersuchungsraum

Städte im Untersuchungsraum	Einwohner (absolut)	einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen Nahrungs- und Genussmittel in Mio. Euro. (nur stationär)
Geisenheim	11.870	102,6	36,4
Rüdesheim a. R.	10.190	95,6	29,0
Oestrich-Winkel	11.820	103,3	36,5
gesamt	33.880		101,9

Quelle: IFH Köln 2024; Berechnungen Junker + Kruse; Einwohnerzahlen gerundet, daher sind Abweichungen in den Summen möglich

4.3 Untersuchungsrelevante Angebotssituation

Im gesamten Untersuchungsraum befinden sich derzeit (inkl. des Bestandsstandorts Lidl) **13 strukturprägende¹⁸ Lebensmittelanbieter** (vgl. dazu Karte 3), die Nahrungs- und Genussmittel als Kernsortiment führen. Die vorgehaltene Verkaufsfläche dieser Anbieter in dieser Warengruppe beträgt insgesamt rund 11.800 m².

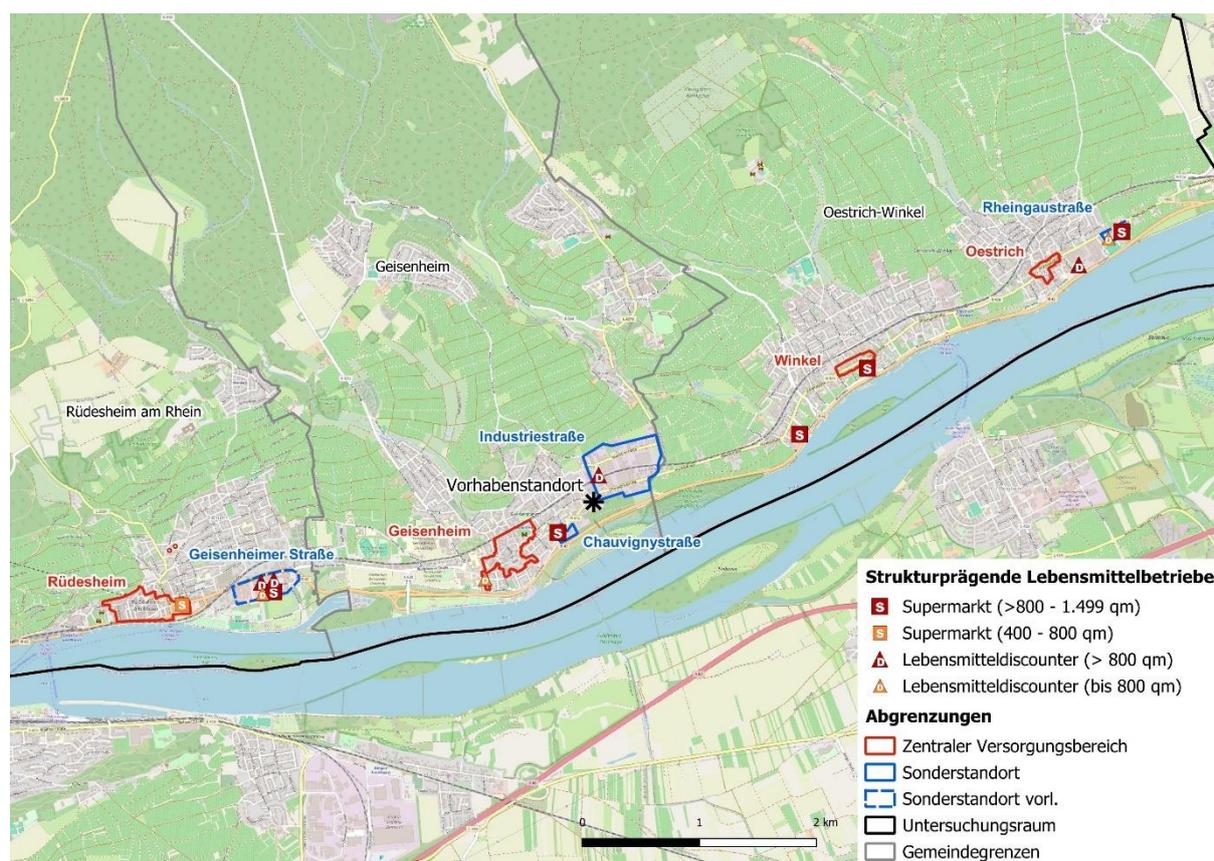
¹⁵ Quelle: IFH Retail Consultants Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern, Köln, 2024

¹⁶ inkl. Lebensmittelhandwerk; nur stationär IFH Retail Consultants Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern, Köln, 2024

¹⁷ eigene Berechnung auf Basis der Einwohnerzahlen sowie der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern

¹⁸ ab einer Gesamtverlaufsfläche von 400 m²

Karte 3: Angebotssituation im Untersuchungsraum



Quelle: Darstellung Junker + Kruse; © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA 2.0 (www.openstreetmap.org/copyright)

Die Angebotsstruktur im Untersuchungsraum umfasst verschiedene strukturprägende Anbieter, die Nahrungs- und Genussmittel als Kernsortiment führen (vgl. dazu Karte 3).

Tabelle 2: Wettbewerbsstandorte im Untersuchungsraum

Stadt	Lage	Betriebsform	Betriebsname	Gesamtverkaufsfäche gerundet
Geisenheim	Zentraler Versorgungsbereich	LD	Netto ¹⁹	600
Geisenheim	SO Chauvignystraße	SM	Edeka	1.350
Geisenheim (Verlagerungsstandort)	SO Industriestraße	LD	Lidl	900
Rüdesheim am Rhein	zentraler Versorgungsbereich	SM	Volga	400
Rüdesheim am Rhein	SO Europastraße	SM	Rewe	950
Rüdesheim am Rhein	SO Europastraße	LD	Lidl	1.000
Rüdesheim am Rhein	SO Europastraße	LD	Penny	750

¹⁹ Der im zentralen Versorgungsbereich angesiedelte Netto strebt derzeit eine Verkaufsflächenerweiterung zur Standortsicherung an. Ersten Überlegungen zufolge plant der Anbieter eine Erweiterung seiner Verkaufsfläche auf insgesamt rund 1.000 m².

Stadt	Lage	Betriebsform	Betriebsname	Gesamtverkaufsfläche gerundet
Rüdesheim am Rhein	SO Europastraße	LD	Aldi Süd	1.200
Oestrich-Winkel	zentraler Versorgungsbereich Winkel	SM	Edeka	1.000
Oestrich-Winkel	SO Rheingaustraße	LD	Netto	600
Oestrich-Winkel	SO Rheingaustraße	SM	Rewe	1.000
Oestrich-Winkel	städtebaulich nicht integrierte Streulage	LD	Aldi Süd	950
Oestrich-Winkel	städtebaulich nicht integrierte Streulage	SM	Rewe	1.000

Quelle: eigene Erhebung im Juli 2024; SO= Sonderstandort; LD = Lebensmitteldiscounter; SM = Supermarkt bzw. Lebensmittelvollsortimenter

Aufgrund der **naturräumlichen Besonderheit** mit der Lage am Rhein, weisen die drei Städte eine besondere, bandartige Siedlungsstruktur auf. Dieser Siedlungsstruktur ist es geschuldet, dass sich **nicht alle Lebensmittelmärkte in (vorbildlich) städtebaulich integrierter Lage** befinden. Die Einzelstandorte in Winkel, Oestrich und Geisenheim (außerhalb zentraler Versorgungsbereiche und Gewerbestandorte) entfalten jedoch eine **stadtweite, hohe Versorgungsbedeutung, die die vorliegende Untersuchung berücksichtigt und dieser Situation Rechnung trägt. Anders zu bewerten** ist die **Agglomeration im Gewerbegebiet** an der Europastraße in Rüdesheim am Rhein, dieser Standort ist in erheblichem Maße durch seine räumliche Häufung der Anbieter darauf ausgerichtet, auch **Kaufkraft über die Stadtgrenze hinaus zu binden**, zumal er sich in guter verkehrlicher Erreichbarkeit befindet und mit einem großen Angebot an PKW-Stellplätzen aufwartet.

4.4 Bewertung der Ausstattungssituation und Schlussfolgerungen für die Berechnung der Umsatzumverteilung

Der **Zentralitätswert²⁰** in der **Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel**, als Verhältniswert zwischen warengruppenspezifischem Umsatz und Kaufkraft, liegt im gesamten Untersuchungsraum bei **0,65**, d. h., dass per Saldo rund ein Drittel der potenziell zur Verfügung stehenden Kaufkraft an Standorte außerhalb fließt. Auf die drei Städte verteilt sich diese Kennziffer ganz unterschiedlich: während **Oestrich-Winkel in etwa im Mittelwert** der drei Kommunen mit einer Zentralität von **0,68** liegt, rangiert **Rüdesheim am Rhein** mit seinem Angebot bei einer Zentralität von **annähernd 1**. Dementsprechend ist der geringste Wert in der Vorhabenkommune Geisenheim zu ermitteln (**0,50**). Für die Hochschulstadt kann also festgehalten werden, dass der ansässige Lebensmitteleinzelhandel derzeit unter nachfrageseitigen Gesichtspunkten,

²⁰ Verhältniswert zwischen örtlichem einzelhandelsrelevantem Umsatz zu lokalem einzelhandelsrelevantem Kaufkraftpotenzial. Werte unter 1, deuten auf Kaufkraftabflüsse hin, Werte über 1 auf Kaufkraftzuflüsse.

die Einwohnerinnen und Einwohner **nur unzureichend versorgen kann**, bzw., **dass erheblich Kaufkraft aus Geisenheim abfließt**. Es ist davon auszugehen, dass Kaufkraft aus dieser Warengruppe insbesondere an die Wettbewerbsstandorte in Rüdesheim am Rhein abfließt. Hier finden sich in verkehrlich guter Erreichbarkeit im Gewerbegebiet an der Europastraße drei Lebensmittelmärkte und ein Drogeriemarkt.

Auch eine deutlich unter dem **Bundesdurchschnitt von etwa 0,45-0,48** liegende pro Kopf-Ausstattung mit Lebensmittelverkaufsfläche in Geisenheim von **0,27** belegt einen nachfrageseitigen Entwicklungsspielraum in der Hochschulstadt.

Demnach kann bei der Realisierung des Verlagerungs- und Erweiterungsvorhabens von einem **erheblichen Kaufkraftrückgewinn ausgegangen werden**, der sich **nicht zwingend zulasten der** vorhandenen, unter städtebaulichen Gesichtspunkten schützenswerten, **Versorgungsstrukturen im Untersuchungsraum niederschlägt**.

Vor diesem Hintergrund kann davon ausgegangen werden, dass sich der **umsatzumverteilungsrelevante Anteil deutlich reduziert**.

5 Potenzielle Auswirkungen des Vorhabens

Da sich die warengruppenspezifische Verkaufsfläche des Lidl-Marktes erhöht, ist davon auszugehen, dass durch das geplante Vorhaben bestehenden Standorten im Untersuchungsraum Umsätze verloren gehen, wenngleich, wie vorangestellt dargelegt, in einem geringen Maß. Mit Hilfe eines Gravitationsmodells wird der erwartete Vorhabenumsatz an den Untersuchungsstandorten umverteilt.

5.1 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Einordnung möglicher absatzwirtschaftlicher Auswirkungen

Die Ermittlung der monetären bzw. prozentualen Höhe der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ist ein wichtiger, aber nicht ausreichender Schritt bei der Beurteilung städtebaulich und versorgungsstrukturell negativer Implikationen. Wie in Kapitel 2 bereits beschrieben, ist die 10 %-Marke der Umsatzumverteilung in diesem Zusammenhang nicht als „Demarkationslinie“ zu sehen. Je nach Angebotsstruktur und Rahmenbedingungen kann sowohl eine Umsatzumverteilung von mehr als 10 % für einen Standortbereich städtebaulich verträglich sein als auch eine Umsatzumverteilungsquote von weniger als 10 % für einen bestimmten Standortbereich als städtebaulich unverträglich eingestuft werden. Relevante Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sind demnach erst dann zu erwarten, wenn die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen „umschlagen“. **Dieses „Umschlagen“ kann dann konstatiert werden, wenn die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in Frage gestellt wird oder die Zentrenstruktur der Gemeinde oder anderer Gemeinden nachhaltig verändert wird.** Eine solche städtebaulich relevante Umsatzumverteilung liegt z. B. dann vor, wenn

- eine wesentliche Änderung der Marktverhältnisse in Form von „flächendeckenden“ Geschäftsaufgaben befürchtet werden muss, **sodass die Versorgung der Bevölkerung nicht mehr gewährleistet ist**²¹, bzw.
- das jeweilige Vorhaben zu Ladenleerständen und so zu einer Verminderung der Vielfalt und Dichte des Warenangebotes sowie zu abnehmender Frequenz, zur Niveauabsenkung und **damit zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches führt**²².

Ein Urteil des Bundesverwaltungsgerichts interpretiert den in diesem Zusammenhang verwendeten Begriff der „Funktionsstörung“ eines zentralen Versorgungsbereiches als **Herbeiführung eines Zustandes der Unausgewogenheit**, der zur Folge hat, dass der Versorgungsbereich seinen

²¹ vgl. Fickert/Fieseler, BauNVO, 10. Auflage (2002), § 11 Rn. 21.1 m. w. N.

²² vgl. u. a. Janning, Der Ausschluss des zentrenschädigenden Einzelhandels im unbeplanten Innenbereich, BauR 2005, 1723, 1725

Versorgungsauftrag generell oder **hinsichtlich einzelner Branchen nicht mehr in substanzieller Weise wahrnehmen kann**²³.

Insbesondere die Bedeutung absatzwirtschaftlich „betroffener“ Betriebe für einen Standortbereich ist in diesem Zusammenhang ausschlaggebend dafür, ob sich aus wettbewerblichen Auswirkungen **negative städtebauliche Auswirkungen** ergeben. Somit gilt es zu analysieren, wie die Anbieter im Standortbereich eingebettet sind und welche Bedeutung sie für diesen Bereich übernehmen. Bei der Bewertung eines möglichen Umschlagens absatzwirtschaftlicher in städtebauliche Auswirkungen stehen folgende Aspekte im Vordergrund:

- Lage im Stadtgefüge
- Qualität der Läden, des Straßenraumes
- Struktur des zentralen Versorgungsbereiches
- Einzelhandelsdichte
- Städtebauliche Qualität
- Magnetbetriebe

Den aufgezeigten Aspekten wird bei der Ermittlung der maximalen, städtebaulich und versorgungsstrukturell verträglichen Vorhabendimensionierung Rechnung getragen. Daher wird für die untersuchungsrelevante Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ein **Schwellenwert** für Umsatzumverteilungen **von 8 %** definiert, der **in zentralen Versorgungsbereichen und an Nahversorgungsstandorten in städtebaulich integrierter Lage** in der Regel nicht überschritten werden sollte bzw. ab dieser Schwelle müssen die möglichen Folgewirkungen jeweils genau analysiert und bewertet werden. Eine **Ausnahme stellen Auswirkungen auf Standorte in nicht integrierten Lagen dar**; erhöhte Umsatzumverteilungen können hier in Kauf genommen werden, da diese Standorte kein „städtebauliches Schutzgut“ darstellen.

5.2 Ergebnisse der Berechnungen – absatzwirtschaftliche Auswirkungen des Vorhabens und städtebauliche Einordnung

Den Berechnungen zum Umsatz wird die in Kapitel 3 genannte maximale Flächenproduktivität des Vorhabens zugrunde gelegt. Als umverteilungsrelevantes Umsatzvolumen wird im Folgenden der durch das Erweiterungsvorhaben zu erwartende Umsatz in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel berücksichtigt, da dieser für die Beurteilung möglicher negativer städtebaulicher Auswirkungen des Vorhabens auf die Angebotsstandorte im Untersuchungsraum entscheidend ist. **Umverteilungsrelevant** sind dementsprechend **die Umsätze des Vorhabens, die auf der anteiligen Erweiterung der Verkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel generiert werden**. Diese soll auf insgesamt rund **1.150 m²** angeboten werden, abzüglich der warengruppenspezifischen Verkaufsfläche des Bestandsstandortes beläuft sich der Zuwachs in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel auf rund **400 m²**. Aufgrund der unterdurchschnittlichen Angebotsausstattung in der Hochschulstadt Geisenheim im Lebensmittelbereich

²³ BVerwG 4 C 7.07 vom 11. Oktober 2007

und der damit verbundenen Annahme, dass durch das Vorhaben **ein erheblicher Kaufkraft-rückgewinn** zu erwarten ist (vgl. dazu Kapitel 4.4), ist davon auszugehen, dass nicht der gesamte Anteil des potenziellen Vorhabenumsatzes innerhalb des Untersuchungsraums umverteilungswirksam ist. Dementsprechend werden **75 % des Vorhabenumsatzes** (berücksichtigt nur der Umsatzzuwachs) in das Gravitationsmodell eingestellt. Der umverteilungsrelevante Umsatz der Erweiterungsfläche liegt demzufolge bei rund 3,1 Mio. Euro. Diese Eingangswerte fließen in die Berechnungen ein.

Tabelle 3: Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel

Vorhaben (Verlagerung/Erweiterung Lidl)	Nahrungs- und Genussmittel (NuG)
Gesamtverkaufsfläche des Vorhabens: 1.470 m ²	
prognostizierter Vorhabenumsatz (rund 1.150 m ² NuG)	11,0 Mio. Euro
- Bestandsumsatz	- 6,9 Mio. Euro
x umverteilungsrelevanter Umsatzanteil im Untersuchungsraum	75 %
= umverteilungsrelevanter Umsatz	3,1 Mio. Euro

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse; durch Rundungen sind Abweichungen in den Summen möglich

Die ermittelten Umsatzumverteilungen sind nicht per se als negative städtebauliche Auswirkungen im Sinne von § 11 (3) BauNVO einzustufen, sondern vielmehr sind neben der rein quantitativen Einordnung des Vorhabens vor allem seine konkreten Auswirkungen auf die Angebotsstandorte näher zu betrachten. Hierzu werden die durch das Vorhaben hervorgerufenen, absatzwirtschaftlichen Auswirkungen (potenzielle Umsatzumverteilungseffekte) anhand der in Kapitel 2 geschilderten Berechnungen auf Basis eines Gravitationsansatzes modelltheoretisch abgebildet.

Da die Verträglichkeitsanalyse gemäß § 11 (3) BauNVO sowohl auf die Ermittlung städtebaulicher Auswirkungen auf Standorte im Untersuchungsraum als auch auf mögliche Implikationen versorgungsstruktureller Art abstellt, wird das untersuchungsrelevante Angebot differenziert nach der jeweiligen städtebaulichen Lage betrachtet. In der folgenden Tabelle 4 werden die errechneten potenziellen Umsatzumverteilungseffekte für die Standorte in zentralen Versorgungsbereichen, in städtebaulich integrierter sowie nicht integrierter Lage im Untersuchungsraum in der untersuchungsrelevanten Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel dargestellt.

Tabelle 4: Prognostizierte Umsatzumverteilungen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel durch das Vorhaben

Angebotsstandort	Umverteilung in %	Umverteilung monetär in Mio. €
Geisenheim Zentraler Versorgungsbereich	6 %	0,2
Geisenheim Sonderstandort Chauvignystraße (städtebaulich nicht integriert)	6 %	0,4
Rüdesheim am Rhein Zentraler Versorgungsbereich	-	*
Rüdesheim am Rhein Sonderstandort Europastraße (städtebaulich nicht integriert)	5 %	1,4
Oestrich-Winkel Zentraler Versorgungsbereich Winkel	4 %	0,2
Oestrich-Winkel Zentraler Versorgungsbereich Oestrich	-	*
Oestrich-Winkel Sonderstandort Rheingaustraße (städtebaulich nicht integriert)	3 %	0,2
Winkel städtebaulich nicht integrierte Streulage	6 %	0,3
Oestrich städtebaulich nicht integrierte Streulage	3 %	0,2

Quelle: Berechnungen Junker + Kruse;

* Umsatzumverteilung auf sehr geringem Niveau (< 0,1 Mio. Euro), sodass rechnerisch nicht nachweisbar und hinsichtlich möglicher städtebaulicher Auswirkungen nicht relevant

- **Über alle Angebotsstandorte im Untersuchungsraum hinweg** bewegt sich die prozentuale Umsatzumverteilung zwischen **3 und 6 %** und **liegt damit deutlich unter dem Schwellenwert von 8 %**.
- Die höchsten (prozentualen) Umsatzumverteilungen sind mit je **rund 6 %** für die beiden **Standorte in Geisenheim** und den **solitären Standort in Winkel** zu verzeichnen.
- Für die **zentralen Versorgungsbereiche in Rüdesheim am Rhein und in Oestrich**, die **nicht über ein nennenswertes Angebot im Lebensmittelbereich** verfügen, und im Fall der Stadt Rüdesheim das Zentrum über andere Nutzungsbausteine funktioniert (im wesentlichen Hotellerie und Gastronomie und kleinteiligen, ergänzenden Einzelhandel, ohne den Schwerpunkt im Bereich Nahrungs- und Genussmittel), fallen die Umsatzumverteilungen so gering aus (< 0,1 Mio. Euro), dass diese **rechnerisch kaum plausibel nachzuweisen** ist.
- **Monetär am stärksten betroffen** von dem Vorhaben in Geisenheim, jedoch prozentual unter 8 %, sind die strukturprägenden Lebensmittelmärkte im **Gewerbegebiet an der Europastraße in Rüdesheim**. Mit der städtebaulich nicht integrierten Lage leistet der Standort keinen Beitrag zur Nahversorgung und genießt daher keinen städtebaulichen Schutzstatus, weshalb die Auswirkungen auf diesen Standort für die Bewertung nicht relevant sind. Ohnehin geht die Untersuchung davon aus, dass derzeit besonders an diesen agglomerierten, aus

mehreren Anbietern bestehenden, Standort in verkehrlich guter Erreichbarkeit von Geisenheim **erheblich Kaufkraft aus der Hochschulstadt abfließt**.

Insgesamt lassen die Ergebnisse **ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen nicht erwarten**.

6 Fazit

- In der vorliegenden städtebaulichen Wirkungsanalyse wird untersucht, ob durch die geplante Verlagerung und Erweiterung des Lebensmitteldiscounters (Gesamtverkaufsfläche von bis zu 1.470 m²) der Firma Lidl in der Hochschulstadt Geisenheim relevante absatzwirtschaftliche Auswirkungen (Veränderungen der Kaufkraftströme) ausgelöst werden, die negative städtebauliche Folgewirkungen in verbrauchernahen Versorgungsstandorten nach sich ziehen könnten.
- Aufgrund der ermittelten Umsatzumverteilungen an allen untersuchungsrelevanten Angebotsstandorten von maximal rund 6 % kann ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in **negative städtebauliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Versorgungsstruktur im Untersuchungsraum ausgeschlossen** werden.
- Das Vorhaben stellt sich zudem **kompatibel zum bestehenden Einzelhandelskonzept** der Hochschulstadt (2023) dar.
- **Eine Entwicklung auf der Fläche** ist insbesondere vor dem Hintergrund der **unterdurchschnittlichen Ausstattungswerte in Geisenheim in Bezug auf das Lebensmittelangebot zu befürworten**.
- Dabei stellt die **Standortverlagerung aus versorgungsstruktureller, räumlicher Sicht eine Verbesserung und Optimierung** dar. So rückt der Anbieter aus seinem gewerblichen Umfeld und seiner eindeutig städtebaulich nicht integrierten Lage, ohne Relevanz für eine wohnortnahe, fußläufige Versorgung und schließt sich mit dem avisierten Standort dem Siedlungsgefüge der Stadt Geisenheim an. Der perspektivische Standort ist als **Grundversorgungsstandort**, mit **Nahversorgungsrelevanz** für die zukünftigen Bewohner, der am Standort geplanten Wohnquartiere sowie für die Siedlungsbereiche entlang der Winkeler Straße sowie dem „Pflänzer“ und mit **gesamstädtischer Versorgungsfunktion** einzustufen.
- In der Hochschulstadt bleibt die **Grundstruktur im Lebensmitteleinzelhandel erhalten**, denn auch nach der Realisierung des Vorhabens konzentriert sich das Angebot im Schwerpunkt auf drei große, leistungsfähige Anbieter²⁴.

Das Vorhaben ist aus gutachterlicher Sicht zu befürworten.

²⁴ Der im zentralen Versorgungsbereich angesiedelte Netto strebt derzeit eine Verkaufsflächenerweiterung zur Standortsicherung an. Ersten Überlegungen zufolge plant der Anbieter eine Erweiterung seiner Verkaufsfläche auf insgesamt rund 1.000 m².

Verzeichnisse

Karten

Karte 1:	Lage des Vorhabenstandortes im Geisenheimer Stadtgebiet.....	13
Karte 2:	Abgrenzung des Untersuchungsraums/Einzugsgebiets.....	16
Karte 2:	Angebotssituation im Untersuchungsraum	18

Tabellen

Tabelle 1:	Nachfragesituation im Untersuchungsraum	17
Tabelle 2:	Wettbewerbsstandorte im Untersuchungsraum	18
Tabelle 3:	Umverteilungsrelevanter Vorhabenumsatz in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel	23
Tabelle 4:	Prognostizierte Umsatzumverteilungen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel durch das Vorhaben	24