



Auswirkungsanalyse zum Ersatzneubau eines Netto-Marktes und Neubau eines Lebensmittelmarktes in der Stadt Breuberg

Auftraggeber: KOR GmbH & Co. KG, Weinheim

Projektleitung Dr. Stefan Holl

Projektmitarbeit M. Eng. Stadtplanung Arian Zekaj

Ludwigsburg, am 09.04.2020

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Hohenzollernstraße 14

71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 07141 / 93 60-0

Telefax: 07141 / 93 60-10

E-Mail: info@gma.biz

Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Ende September 2019 erteilte die KOR GmbH & Co. KG, Multring 26, 69469 Weinheim, der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse zur Bewertung des Neubaus eines Edeka-Lebensmittelvollsortimenters sowie des Ersatzneubaus eines Netto-Lebensmitteldiscounters am Standort Breuberg-Neustadt, L 3259 / Breitenbachstraße / Lindenstraße.

Mit einer geplanten Verkaufsfläche von ca. 1.500 m² für den Edeka-Supermarkt und ca. 950 m² für den Netto-Lebensmitteldiscounter liegen beide Vorhaben über der allgemein anerkannten Grenze der Großflächigkeit von 800 m² Verkaufsfläche bzw. 1.200 m² Geschossfläche. Entsprechend sind die städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO zu prüfen.

Für die Bearbeitung dieser Untersuchung standen der GMA Veröffentlichungen des Hessischen Statistischen Landesamtes, der Michael Bauer Research (MBR) sowie weitere Fach- und Branchenstatistiken und Informationen des geplanten Betreibers zur Verfügung. Nach einer Startbesprechung bei der Kommune Ende Oktober wurden im Dezember 2019 eine Standortbesichtigung und eine Erhebung der relevanten Einzelhandelsbetriebe im Einzugsgebiet und im näheren Umland vorgenommen.

Die vorliegende Analyse dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung im Rahmen des bauplanungsrechtlichen Genehmigungsverfahrens. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller Inhalte kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Ludwigsburg, den 09.04.2020
SH wym

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	5
1. Aufgabenstellung	5
2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben	6
3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel	6
4. Daten zum Vorhaben	9
II. Standortbeschreibung und Standortbewertung	12
1. Makrostandort Breuberg	12
2. Der Einzelhandelsstandort Breuberg	15
3. Mikrostandort des Edeka-Marktes	16
4. Fazit der Standortbewertung	16
III. Projektrelevante Angebots- und Wettbewerbssituation	18
1. Angebots- und Wettbewerbssituation in Breuberg	18
2. Angebots- und Wettbewerbssituation im Umland von Breuberg	18
3. Fazit der Angebots- und Wettbewerbsbetrachtung	19
IV. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft	21
1. Abgrenzung des Einzugsgebiets des Vorhabens	21
2. Bevölkerung im Einzugsgebiet	23
3. Kaufkraftpotential im Einzugsgebiet	23
V. Auswirkungsanalyse	24
1. Umsatzermittlung des Gesamtvorhabens	24
2. Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen	25
3. Verkehrliche Wirkungen des Vorhabens	27
4. Raumordnerische Bewertung des Vorhabens	28
VI. Zusammenfassung und abschließende Beurteilung	30

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

In der Stadt Breuberg (Odenwaldkreis) soll zum einen der bestehende Netto-Markt mit bislang 770 m² Verkaufsfläche (=VK) aus der Bahnhofstraße an dem neu zu entwickelnden Standort L3259 / Breitenbacher Straße / Lindenstraße verlagert und auf 950 m² VK erweitert werden. Zum anderen soll im östlichen Bereich des Baukörpers ein Edeka Vollsortimenter mit 1.500 m² VK neu errichtet werden. Insgesamt werden am Standort somit ca. 1.680 m² Verkaufsfläche „neu“ entstehen.

Der Standort ist bislang eine landwirtschaftlich genutzte Fläche im Siedlungszusammenhang. Da beide Vorhaben dem Neubau die Grenze der Großflächigkeit überschreiten werden, ist die Neuaufstellung eines Bebauungsplans mit Ausweisung eines Sondergebietes (SO) nach § 11 Abs. 3 BauNVO notwendig.

Die vorliegende Auswirkungsanalyse soll aufzeigen, welche wettbewerblichen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen des geplanten Neubaus zu erwarten sind. Im Besonderen ist darzulegen, ob die Vorhaben wesentliche Auswirkungen auf die Nahversorgung auslösen werden und ob sie mit den landes- und regionalplanerischen Vorgaben vereinbar sind.

Im Einzelnen werden in dieser Analyse folgende Untersuchungsschritte bearbeitet:

- /// Darlegung des Rechts- und Planungsrahmens
- /// Angaben zur Planung
- /// Beurteilung des Makro- und Mikrostandortes einschließlich der gegenwärtigen Versorgungsstrukturen in der Stadt Breuberg
- /// Darstellung der Angebots- und Wettbewerbssituation in Breuberg und angrenzender Städten und Gemeinden
- /// Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebiets des erweiterten Lebensmittelmarktes und Ermittlung der dort vorhandenen projektrelevanten Kaufkraft
- /// Berechnung der Umsatzerwartung (anhand des Marktanteilkonzeptes)
- /// Darlegung der ausgelösten Kaufkraftbewegungen und Umsatzumverteilungen
- /// Untersuchung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen des Vorhabens in Breuberg und in den angrenzenden Kommunen
- /// Vereinbarkeit mit den Zielen der Landes- und Regionalplanung
- /// Zusammenfassung und abschließende Bewertung.

2. Bauplanungsrechtliche Vorgaben

Für die Beurteilung der Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist § 11 Abs. 3 BauNVO zu beachten. Die Regelung führt in ihrer aktuellen Fassung aus:¹

- „1. Einkaufszentren,
2. großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können,
3. sonstige großflächige Handelsbetriebe, die im Hinblick auf den Verkauf an letzte Verbraucher und auf die Auswirkungen den in Nummer 2 bezeichneten Einzelhandelsbetrieben vergleichbar sind,

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

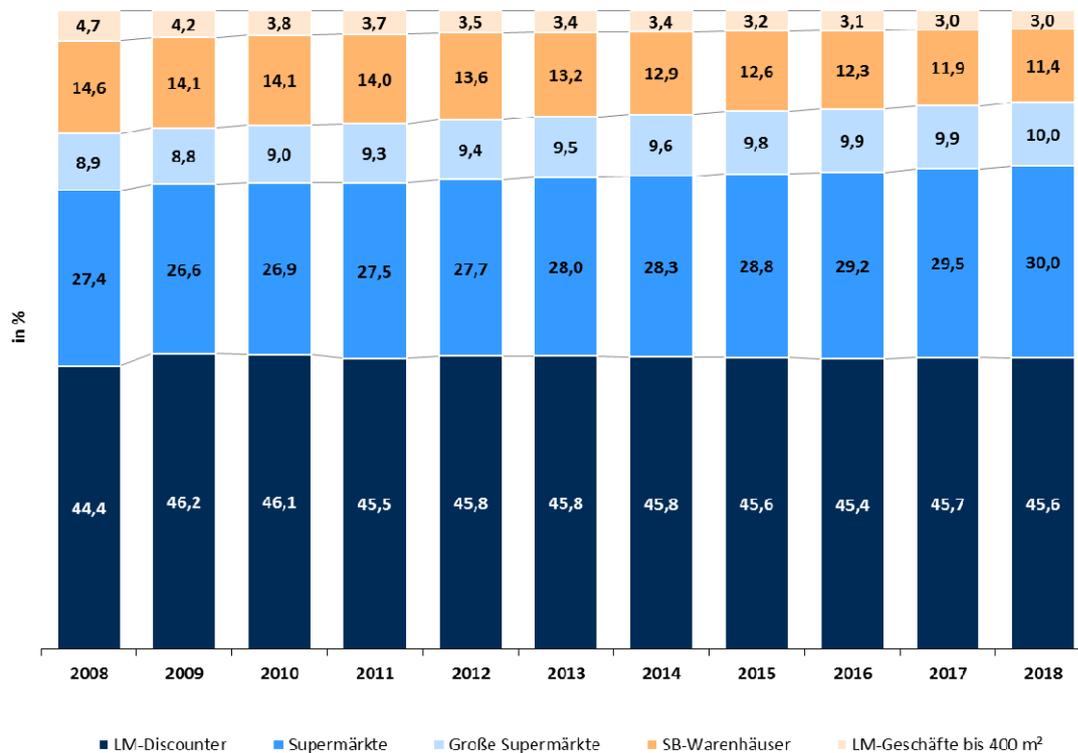
Auswirkungen im Sinne des Satzes 2 sind bei Betrieben nach Satz 1 Nr. 2 und 3 in der Regel anzunehmen, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet. Die Regel des Satzes 3 gilt nicht, wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² nicht vorliegen; dabei sind in Bezug auf die in Satz 2 bezeichneten Auswirkungen insbesondere die Gliederung und die Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs zu berücksichtigen.“

3. Marktentwicklung im Lebensmitteleinzelhandel

Die Dynamik in der Branche ist nach wie vor ungebrochen. So optimieren derzeit nahezu alle wesentlichen Betreiber des Lebensmitteleinzelhandels ihre Standortnetze. Hiermit verbunden ist häufig auch eine Flächenausweitung der einzelnen Betriebe bzw. Standorte, da aufgrund der steigenden Anforderung an die Warenpräsentation, die interne Logistik sowie den demographischen Wandel, die Flächeninanspruchnahme zunimmt.

Im Einzelhandel werden verschiedene Betriebstypen unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Die einzelnen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels weisen eine unterschiedliche Entwicklung auf. Während Lebensmittel-discounter und (Große) Supermärkte ihre Marktposition ausbauen konnten, waren die Marktanteile der SB-Warenhäuser und kleinen Lebensmittelgeschäfte rückläufig.

¹ Baunutzungsverordnung in der Fassung der Bekanntmachung vom 21. November 2017 (BGBl. I S. 3786)

**Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel
2008 - 2018**


Quelle: EHI Europäisches Handelsinstitut: Handelsdaten aktuell 2018, GMA-Darstellung 2019

Als Kriterien für die Differenzierung nach Betriebstypen wird dabei neben der Verkaufsfläche v. a. auch die Sortimentsstruktur und der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen. Die **Definitionen für Betriebstypen** liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Die Definition, auf die in vorliegender Untersuchung zurückgegriffen wird, ist die des EHI Retail Institute, welche im Einzelnen folgende Definitionen beinhaltet:²

Kleines Lebensmittelgeschäft

Ein kleines Lebensmittelgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft mit weniger als 400 m² Verkaufsfläche, das ein begrenztes Lebensmittel- und Nonfood I-Sortiment³ anbietet.

LEH-Fachgeschäft:

Ein LEH-Fachgeschäft ist ein Einzelhandelsgeschäft, das auf eine Warengruppe spezialisiert ist und ein tiefes Sortiment führt. Dazu zählen u. a. Spezialitäten-Fachgeschäfte, Getränkeabholmärkte, Obst- und Gemüse-, Süßwarenläden sowie handwerklich orientierte Einzelhandelsgeschäfte wie Feinkostgeschäfte, Bäckereien und Fleischerien.

Convenience Store:

Ein Convenience Store ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche unter 400 m², das ein begrenztes Sortiment aus den Warenbereichen Tabakwaren, Süßwaren,

² Vgl. EHI Handelsdaten aktuell 2018, S. 381.

³ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte bietet. Ein Convenience Store zeichnet sich durch seine bequeme Erreichbarkeit und übliche Sonntagsöffnung aus. Zu den Convenience Stores gehören Kioske und Tankstellenshops.

Lebensmitteldiscounter

Ein Lebensmitteldiscounter ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer üblichen Verkaufsfläche unter 1.000 m², das ausschließlich in Selbstbedienung ein begrenztes, auf umschlagstarke Artikel konzentriertes Lebensmittelangebot und Nonfood I-Sortiment sowie ein regelmäßig wechselndes Aktionsangebot mit Schwerpunkt Nonfood II⁴ führt.

Supermarkt / Lebensmittelvollsortimenter

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 m² und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel führt und einen geringen Verkaufsflächen-Anteil an Nonfood II aufweist.

Großer Supermarkt

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 m² und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood I und Nonfood II-Artikel führt.

SB-Warenhaus

Ein SB-Warenhaus ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mindestens 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood I-Artikel sowie ein umfangreiches Nonfood II-Angebot führt.

Die **Betriebstypen** unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer **Sortimentsstruktur**. Dies wird v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich. Während ein Supermarkt im Mittel ca. 11.800 Artikel offeriert, bieten Lebensmitteldiscounter dagegen im Schnitt lediglich ca. 2.300 Artikel an (vgl. Tabelle 1). Bei allen Betriebstypen liegt das Schwergewicht auf Waren des kurzfristigen Bedarfs.

Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten

Hauptwarengruppen	Lebensmitteldiscounter (Ø 788 m ² VK)		Supermarkt (Ø 1.031 m ² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.381 m ² VK)	
	Durchschnittliche Artikelzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food	1.755	76	8.995	76	15.730	63
Nonfood I	265	12	2.030	17	4.825	19
Nonfood II	275	12	805	7	4.450	18
Nonfood insgesamt	540	24	2.835	24	9.275	37
Insgesamt	2.295	100	11.830	100	25.005	100

Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung. In: handelsdaten aktuell 2019

⁴ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

Lebensmittelvollsortimenter sprechen dabei mit ihrem breiten und tiefen Sortiment sowie der deutlich stärkeren Schwerpunktsetzung im Kernbereich Lebensmittel – überwiegend mit regionaler Ausrichtung – z. T. andere Käuferschichten an. Aktionswaren aus dem Nonfoodbereich spielen bei klassischen Supermärkten hingegen nur eine untergeordnete Rolle, was sich auch in einem niedrigeren Umsatzanteil des Nonfoods ausdrückt (max. 15 %). Der geplante EDEKA steht überwiegend im Wettbewerb mit den umliegenden Edeka- und Rewe-Märkten.

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

Discountmärkte sind **Filialbetriebe**, deren Ursachen für den wirtschaftlichen Erfolg und die hohe Kundenakzeptanz in ihrem standardisierten Sortiment und in ihrer ökonomischen Ladeneinrichtung liegen. Bei der Sortimentszusammensetzung wird nicht auf spezielle wettbewerbliche oder städtebauliche Rahmenbedingungen vor Ort Bezug genommen. Auch beim Netto-Markt in Breuberg handelt es sich um eine für den Betreiber typische Filiale. Für die Kundenherkunft bedeutet dies, dass der Standort in Breuberg nur dann aufgesucht wird, wenn er näher oder bequemer zu erreichen ist als andere Märkte.

4. Daten zum Vorhaben

Bei den Planobjekten handelt es sich zum einen um eine Verlagerung und Erweiterung des Lebensmitteldiscounters der Marke Netto Marken-Discount, zum anderen um die Neuansiedlung eines Lebensmittelsupermarktes des Betreibers EDEKA. Zur Edeka-Group, größter Anbieter im deutschen Lebensmittelhandel, gehören Lebensmittelvollsortimenter und –discounter sowie Getränkemärkte. Im Durchschnitt erwirtschaften EDEKA Supermärkte Bruttoumsätze von ca. 6,7 Mio. € je Markt (bezogen auf eine Durchschnittsgröße von ca. 1.500 m² Verkaufsfläche).

Lebensmittelvollsortimenter wie der **EDEKA-Markt** sprechen mit ihrem breiten und tiefen Sortiment sowie der deutlich stärkeren Schwerpunktsetzung auf den Kernbereich Lebensmittel – **auch mit regionaler Ausrichtung** – z. T. andere Käuferschichten an als Discounter. So werden z. B. Artikelzahl der Frischwaren erhöht und Spezialsortimente im Lebensmittelbereich eingeführt bzw. weiter ausgebaut (z. B. Bio-Lebensmittel, Allergiker- und Diätprodukte, ethnische Spezialitäten). Aktionswaren aus dem Nonfood-Bereich spielen bei klassischen Supermärkten hingegen nur eine

deutlich untergeordnete Rolle, was sich auch in einer geringeren umsatzseitigen Bedeutung des Nonfood-Bereichs ausdrückt. Das Verkaufsflächenwachstum im Supermarktbereich ist u. a. auf ein breiteres und tieferes Sortiment zurückzuführen, welches die gestiegenen Ansprüche der Verbraucher widerspiegelt und auch einer Abgrenzung gegenüber den ebenfalls größer werdenden Discountern dient. Damit bewegen sich die Vollsortimenter z. T. weg vom reinen Versorgungseinkauf hin zu stärker erlebnisorientiertem Einkauf. Hier spielt die Atmosphäre eine besondere Rolle, so werden u. a. Großzügigkeit (breite Gänge, freie Flächen mit Verteilungsfunktion) und eine verbesserte Orientierung („überschaubare“, niedrige Regale) von den Kunden gewünscht. Die größeren Verkaufsflächen resultieren weiterhin aus betrieblichen Anforderungen, da so z. B. die Bestückung des Verkaufsraumes mit Waren, vereinfacht wird (Rangieren mit Hubwagen etc.).

Das Planobjekt in Breuberg mit ca. 1.500 m² VK entspricht genau im bundesweiten Durchschnitt aller EDEKA-Bestandsmärkte; Neubauvorhaben unterhalb von 1.400 m² Verkaufsfläche werden (so die Ergebnisse der GMA-Standortforschung) von Lebensmittelvollsortimentern bereits mehrjährig außerhalb von Großstädten und Hochfrequenzlagen nicht mehr realisiert. Für das Vorhaben EDEKA sind in Breuberg folgende Verkaufsflächen- und Umsatzanteile zu prognostizieren:

- /// 85 – 90 % der Verkaufsfläche / Umsätze entfallen auf Nahrungs- und Genussmittel
- /// 10 – 15 % der Verkaufsfläche / Umsätze entfallen auf Nichtlebensmittel.

Netto-Märkte sind auch Filialbetriebe der Edeka-Gruppe; die Gründe für ihren wirtschaftlichen Erfolg und hohe Kundenakzeptanz liegen in ihrem standardisierten Sortiment und in ihrer ökonomischen Ladeneinrichtung. Beim Sortiment wird nicht auf spezielle lokale oder städtebauliche Bedingungen vor Ort geachtet. So ist nach der Verkaufsflächenerweiterung auch keine Sortimentsveränderung oder Ausweitung zu erwarten. Insofern handelt es sich bei dem (dann erweiterten) Markt in Breuberg um eine für Netto typische Filiale mit standardisiertem Angebot.

Der Anbieter Netto offeriert eine für Lebensmitteldiscounter sehr breite Produktpalette (u. a. Mehrweggetränke, teilweise Fleischtheke, Frischeabteilung) und einen hohen Anteil an Handelsmarken (ca. 60 %)⁵. Mit diesem Konzept profiliert sich Netto v. a. im ländlichen Raum. Als sog. Softdiscounter führt Netto rd. 5.000 Artikel und liegt damit an der Spitze aller Discounter.⁶ Damit weist Netto bereits Merkmale eines Supermarktes auf. Die Koppelung mit einer Bäckereifiliale trägt ebenfalls zu einer für einen Lebensmitteldiscounter überdurchschnittlich hohen Nahversor-

⁵ Fa. Netto 2017, www.netto-online.de/unser-konzept.chtm.

⁶ Vgl. www.netto-online.de; Stand: Februar 2019.

gungsfunktion bei. Die durchschnittliche Größe einer Netto-Filiale beträgt rd. 780 m² Verkaufsfläche⁷, der Durchschnittsumsatz bei ca. 3,3 Mio. €. ⁸ Der Umsatzschwerpunkt liegt mit ca. 87 % eindeutig im Nahrungs- und Genussmittelsegment. ⁹

Im mittelbaren Umfeld des geplanten Neubaus ist bereits langjährig der eingehend beschriebene Netto-Markt etabliert. Die Immobilie weist eine für heutige Kunden- und Betreiberanforderungen deutlich zu geringe Verkaufsfläche auf, was sich insbesondere in sehr engen Gängen niederschlägt, die teilweise von Warenträgern belegt sind / werden müssen. Auch die Regalierung ist dadurch höher, als es dem aktuellen Standort der Lebensmitteldiscounter entspricht. Angesichts der gewachsenen Artikelzahlen in einem Lebensmitteldiscounter ist der Netto-Markt Breuberg in seiner aktuellen Größenordnung nicht mehr als marktgerecht zu bezeichnen. Mit einer geplanten zusätzlichen Verkaufsfläche von 180 m² (+ 23 %) ist das Erweiterungsvorhaben als marktüblich einzuordnen.

Karte 1: Lageplan Verlagerung und Erweiterung Netto / Neubau Supermarkt, L 3259 / Breitenbacher Straße / Lindenstraße



⁷ Neue Netto-Märkte werden jedoch generell oberhalb der Grenze zur Großflächigkeit (ca. 800 m² VK) projektiert, sofern der Backshop mitgerechnet wird.

⁸ Hahn Retail Real Estate Report 2018/2019.

⁹ Weitere 8 – 10 % entfallen auf Drogeriewaren und Tiernahrung. Nonfood-Waren (sog. Aktionswaren) spielen bei Netto im Vergleich zu anderen Discountern praktisch keine Rolle.

II. Standortbeschreibung und Standortbewertung

1. Makrostandort Breuberg

Die Stadt Breuberg ist mit ca. 7.486 Einwohnern¹⁰ die nördlichste Gemeinde im hessischen Odenwaldkreis. Im Osten grenzt das Gemeindegebiet an Bayern mit dem Landkreis Miltenberg. Im Regionalplan Südhessen von 2010 ist Breuberg als **Unterzentrum** ausgewiesen. Die nächstgelegenen Mittelzentren in Hessen sind Michelstadt und Erbach (ca. 18 km, ca. 20 Minuten) in südlicher Richtung und Groß-Umstadt (ca. 15 km, ca. 18 Minuten) in nördlicher Richtung. Auf bayerischer Seite ist das nahegelegene Obernburg am Main (ca. 14 km; 18 Minuten) Teil der mittelzentralen Mehrfachorte (Elsenfeld, Erlenbach a.M., Klingenberg a. M., Obernburg a. M. und Wörth a. M.). Die nächstgelegenen Oberzentren sind Darmstadt (ca. 36 km, ca. 35 Minuten) und Aschaffenburg (ca. 27 km, ca. 32 Minuten).

Verkehrlich ist die Stadt Breuberg über die Bundesstraße B 45 an die Mittelzentren Michelstadt und Erbach angebunden. Zudem bestehen im Gemeindegebiet diverse Landstraßen, die die Ortsteile von Breuberg mit dem Kernort (Breuberg-Sandbach) und den umliegenden Kommunen verbinden. An die Autobahn A 3 hat die Stadt Breuberg über das Kreuz Stockstadt und das Seligenstädter Dreieck Anschluss (ca. 25 km bzw. 25 Minuten nördlich der Kernstadt). Nach Westen zur A 5 / A 67 bei Darmstadt beträgt die Entfernung rund 40 km. Einen Anschluss an den Bahnverkehr besitzt die Stadt Breuberg nicht. Es besteht jedoch über die Buslinien des NVV (Nordhessischer Verkehrsverbund) Anschluss an die umliegenden Gemeinden. An den überörtlichen ÖPNV ist Breuberg über die Nachbarkommune Höchst im Odenwald an die Odenwald-Bahn angebunden. Diese verläuft von Eberbach im Süden über Darmstadt nach Frankfurt bzw. Offenbach-Hanau. Auf lokaler Ebene wird Breuberg durch 4 Buslinien bedient.

Siedlungsstrukturell besteht die Stadt Breuberg aus fünf ehemals selbstständigen Gemeinden mit Sandbach (ca. 2.894 Einwohner) als Hauptort. Abgesehen von dem deutlich abgesetzten Ortsteil Wald-Amorbach (ca. 493 EW) im Norden der Stadt liegen die weiteren Ortsteile entlang der Mümling bzw. der B 426.

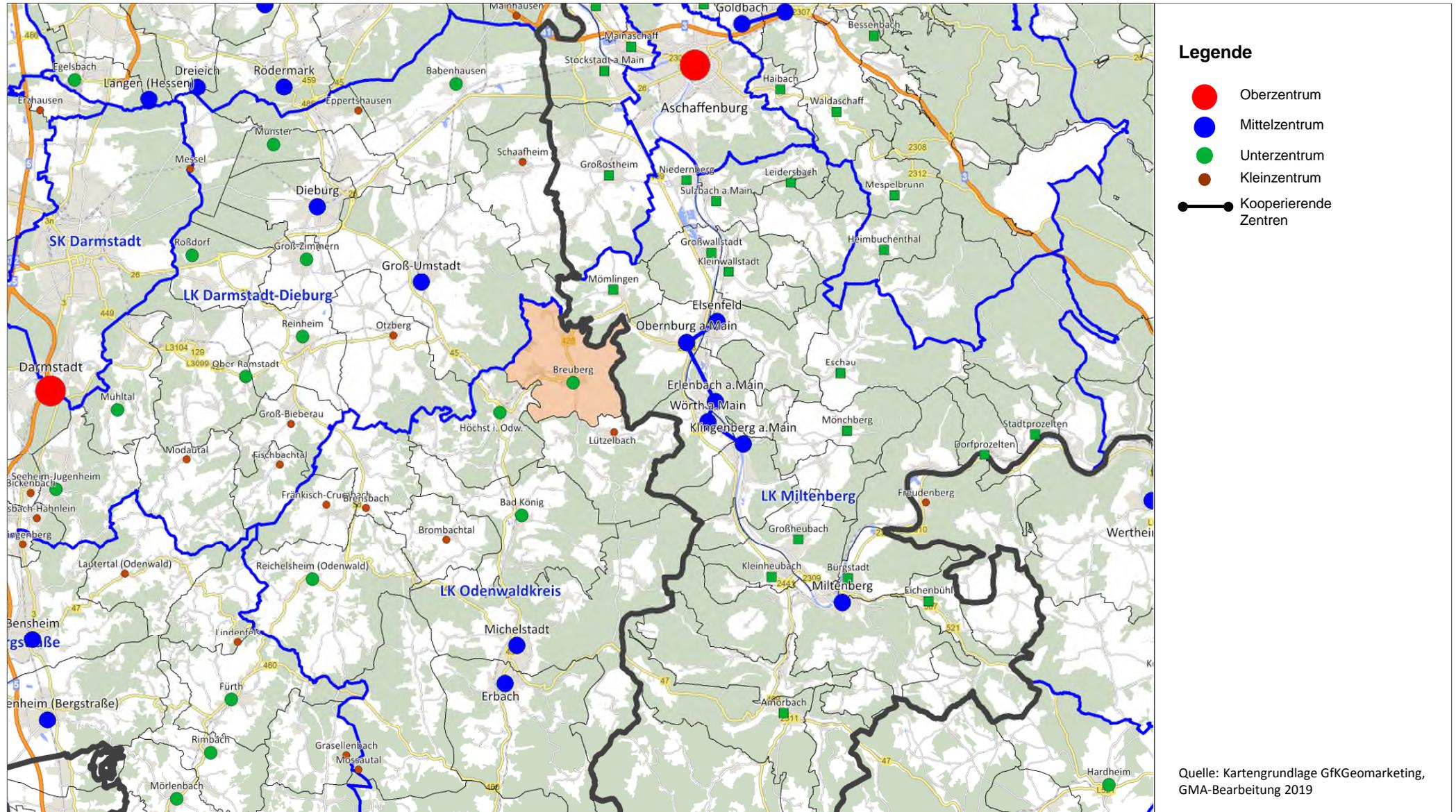
Zwischen der B 426 und dem Siedlungskörper liegen die großen Industrie- und Gewerbegebiete (z.B.: Pirelli Deutschland) der Stadt Breuberg. Der **Wirtschaftsstandort** Breuberg weist mit einer Arbeitsplatzdichte von 549 Beschäftigten je 1.000 Einwohnern einen im regionalen Vergleich (Odenwaldkreis: 287 Beschäftigte/1.000 EW) weit überdurchschnittlichen Wert auf. Ebenso weist Breuberg den höchsten positiven Pendlersaldo im Odenwaldkreis auf. Zurückzuführen ist das auf ansässige Unternehmen mit internationaler Bedeutung wie die Pirelli Reifenwerke GmbH & Co. KG (ca. 2.500 Beschäftigte) und den Lebensmittelhersteller Andros (ca. 400 Beschäftigte).

Nach wie vor ist eine deutlich an den ehemaligen Ortsteilen orientierte Siedlungsstruktur prägend; regional bekannt ist die sehr gut erhaltene Burg Breuberg.¹¹

¹⁰ Quelle: Stadt Breuberg, Stand: 31.12.2018.

¹¹ Die Burg wird nach Zeitungsberichten bis Mitte nächsten Jahres geschlossen.

Karte 2: Lage von Breuberg und zentralörtliche Struktur in der Region



Karte 3: Versorgungsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel in Breuberg

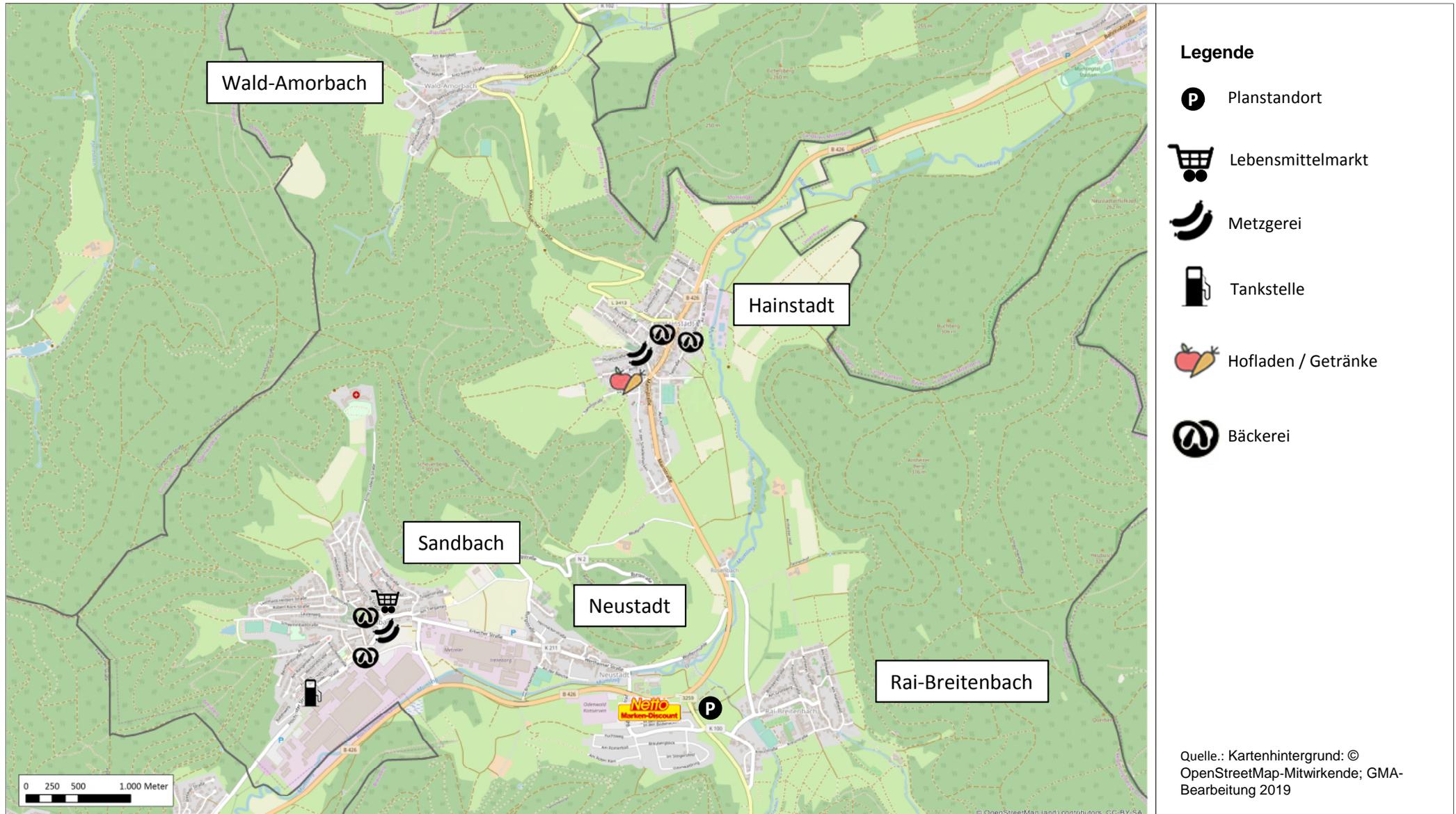


Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung in Breuberg und im Odenwaldkreis 2012 - 2018

Bevölkerungsentwicklung	31.12.2012	31.12.2018	Veränderungen abs.	Veränderungen 2012 – 2018 in %
Stadt Bad König	9.398	9.762	364	3,9
Stadt Breuberg	7.407	7.486	79	1,1
Kreisstadt Erbach	13.485	13.666	181	1,3
Höchst i. Odw.	9.974	10.185	211	2,1
Stadt Michelstadt	16.389	16.151	-238	-1,5
Odenwaldkreis	96.648	96.798	150	0,2

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Stand jeweils 31.12., nur Einwohner mit Hauptwohnsitz;
GMA-Berechnungen 2019 (ca.-Werte, gerundet)

Die Bevölkerungsvorausberechnung sieht für den Odenwaldkreis zwischen 2014 und 2030 einen Bevölkerungsrückgang von – 6 % vor. Die Zahlen der Hessen Agentur gehen für Breuberg zwischen 2018 – 2035 von einem Rückgang von -1,5 %, für den Odenwaldkreis von -5,4 % aus.

2. Der Einzelhandelsstandort Breuberg

Der **Einzelhandel im Hauptort Sandbach** beschränkte sich weitgehend auf kleinteilige Betriebe des Lebensmittelhandwerks. Darüber hinaus finden sich dort einige Dienstleistungsunternehmen und Gastronomiebetriebe. Diese konzentrieren sich vor allem im Bereich um die Ernst-Ludwig-Straße / Kirchberg / Höchster Straße.

Als neuer Anbieter hat dort zum November 2019 an der Ernst-Ludwig-Straße der Nachbarschaftsmarkt Denchev eröffnet (ca. 330 m² VK). Der Anbieter ist mit den Verhältnissen vor Ort gut vertraut. Nach Auskunft der Stadtverwaltung und persönlicher Inaugenscheinnahme stützt sich das Angebot des Nahversorgers auf drei Säulen:

- /// Kommissionsgeschäft
- /// Nahversorgung
- /// Service / Dienstleistung (Lotto, Paketannahme, „Internethilfe“ u. a. m.).

Als größtes Nahversorgungsangebot ist auf den **im Stadtteil Neustadt** bestehenden **Netto-Markt** hinzuweisen. Die bislang wenig ausgeprägte Grundversorgung in Breuberg hat in den zurückliegenden Jahren eine Reihe von Betriebsschließungen hinnehmen müssen (Metzgerei Rapp, Bäckerei Lautenschläger).

Ein zentraler Versorgungsbereich konnte bislang innerhalb des Gemeindegebietes nicht abgegrenzt werden.

Der Kaufkraftabfluss in den filialisierenden Handel orientiert sich – wie die folgende Wettbewerbsanalyse nachweist – vorrangig auf die leistungsfähigen Lebensmittelangebote in Höchst.

3. Mikrostandort des Edeka-Marktes

Der neu zu entwickelnden Standort L 3259 / Breitenbacher Straße / Lindenstraße liegt zwischen den beiden Breuburger Stadtteilen Neustadt und Rai-Breitenbach auf einer bislang landwirtschaftlich genutzten Fläche. Die Lage an der L 3259 und der direkten Anbindung an die B 426 unterstreicht die verkehrsgünstige Anbindung des Planvorhabens.

Das Standortumfeld ist gemischt genutzt, an drei Seiten reicht die Wohnbebauung an den Standort heran, so dass es sich aus gewerbeplanerischer Sicht um einen siedlungsräumlich integrierten Standort handelt.

Ein unmittelbarer Anschluss an den öffentlichen Nahverkehr besteht nicht, der nächste ÖPNV-Haltepunkt befindet sich ca. 200 m nordwestlich des Standortes sowie 40 – 50 m in südlicher Richtung (Bushaltestelle Rai-Breitenbach Ort).

4. Fazit der Standortbewertung

Die wesentlichen Eigenschaften des Planstandorts sind wie folgt zusammenzufassen:

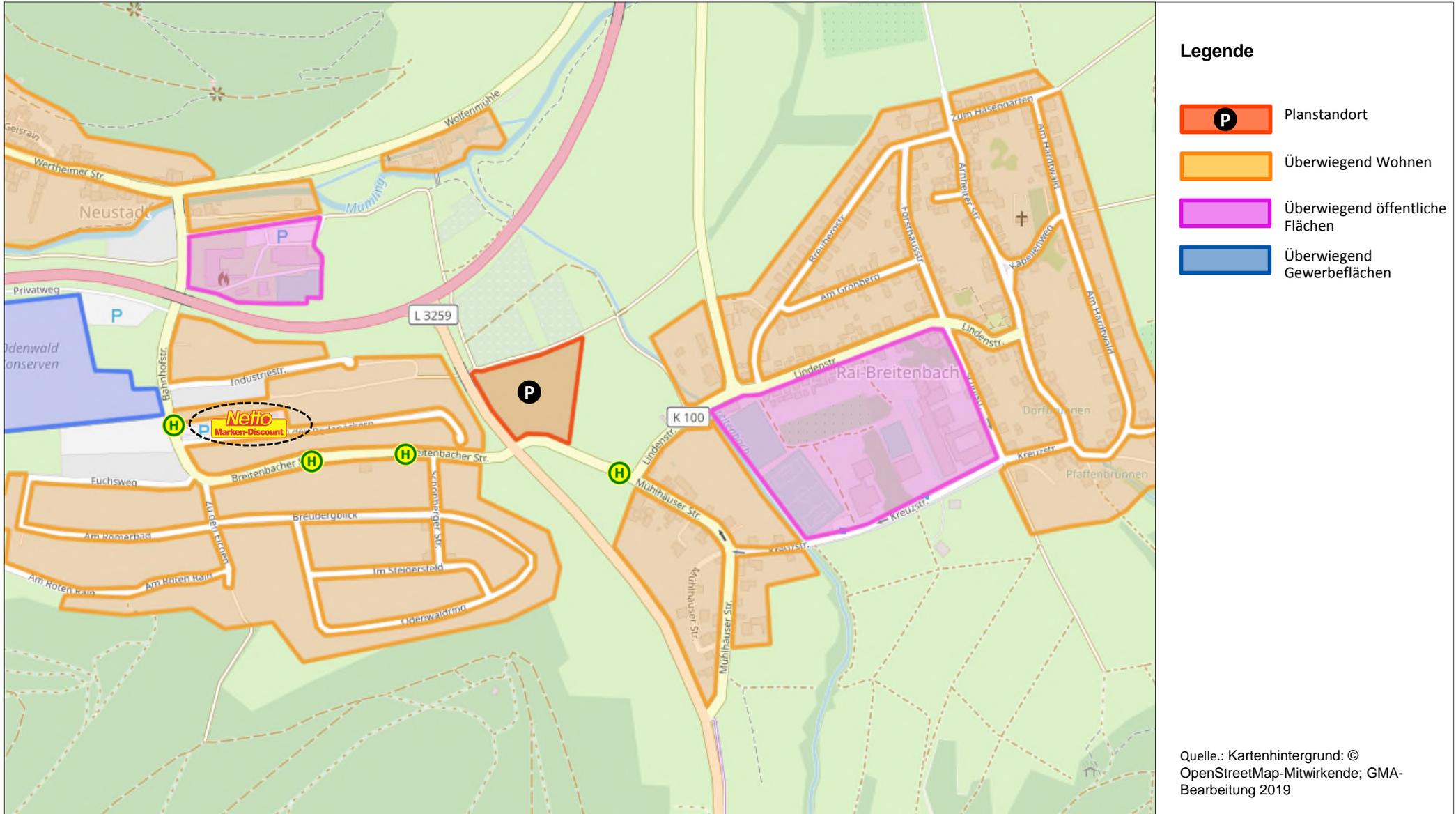
Positive Standortfaktoren:

- + zentrale Lage zwischen allen Stadtteilen
- + langjährig etablierter Versorgungsstandort Netto, d. h. der Gesamtstandort ist bei Kunden bereits eingeführt
- + sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit durch die Lage an der B 426 bzw. L 3259
- + nächste ÖPNV-Haltepunkt ca. 50 m bzw. 200 m entfernt
- + günstige Grundstückseigenschaften (gute Exposition, Anfahrbarkeit)
- + Streukundenpotenziale durch die Lage an der Bundesstraße (Pendler, aus angrenzenden Gemeinden, Feriengäste)

Negative Standortfaktoren:

- keine weiteren Einzelhandelsbetriebe am Standort (= keine Agglomerationseffekte)
- durch die siedlungsstrukturelle Lage lediglich eingeschränkte Nahversorgungsfunktion, diese Einschränkung trifft aber auch für alle potenziellen Standorte im gesamten Gemeindegebiet zu.

Karte 4: Standortumfeld des Planvorhabens L3259 / Breitenbacher Straße / Lindenstraße



III. Projektrelevante Angebots- und Wettbewerbssituation

Die Beurteilung der projektrelevanten Wettbewerbssituation beruht auf einer Vor-Ort-Erhebung des projektrelevanten Einzelhandels in Breuberg und Umland, die im November/Dezember 2019 von der GMA durchgeführt wurde. Als Wettbewerber für das Planobjekt gelten grundsätzlich alle Ladengeschäfte, in denen Warengruppen angeboten werden, die sich mit den Hauptsortimenten des Lebensmittelmarktes überschneiden. Infolge der Flächengröße und den Vertriebsformen des geplanten Neubaus des Edeka-Supermarktes sowie der Verlagerung und Vergrößerung des Netto-Lebensmitteldiscounters ist allerdings davon auszugehen, dass die wettbewerbliche Auseinandersetzung in erster Linie mit anderen großflächigen Lebensmittelmärkten erfolgen wird.

1. Angebots- und Wettbewerbssituation in Breuberg

Derzeit wird die Grundversorgung in Breuberg von dem bereits bestehenden Netto Lebensmitteldiscounter übernommen. Daneben sind nur kleinteilige Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels und Lebensmittelhandwerks ansässig. Erfasst wurden:

- /// Nahversorgungsmarkt Denchev
- /// 1 Hof/- Getränkeladen
- /// 1 Tankstelle
- /// 4 Bäcker
- /// 2 Metzger

Insgesamt liegt in Breuberg somit die Verkaufsfläche für Nahrungs- und Genussmittel bei ca. 1.200 m² und der Umsatz bei ca. 4,5 – 5,0 Mio. € bzw. 4,0 – 4,5 Mio. € für Food.

2. Angebots- und Wettbewerbssituation im Umland von Breuberg

Der wesentliche Wettbewerb im Lebensmittelbereich findet in der nur ca. 5 Kilometer entfernten Stadt **Höchst** im Odenwald statt. Daneben sind auch die Betriebe in **Lützelbach**, **Bad König**, **Obernburg am Main** und **Wörth am Main** relevant für die Wettbewerbsbetrachtung.

/// Höchst im Odenwald

In Höchst i. O. werden die Versorgungsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel durch die großflächigen Lebensmittelmärkte im Gewerbegebiet „Aue“ östlich der Mümling bzw. der B 426 dominiert. So sind dort ein Rewe Lebensmittelvollsortimenter mit insgesamt 1.800 m² VK (inkl. Getränkemarkt), ein Lidl Lebensmitteldiscounter mit 1.200 m² VK sowie ein Aldi Lebensmitteldiscounter mit 1.150 m² VK vorhanden.

Als sonstiges Angebot im Lebensmittelbereich ist zudem neben einem CAP-Markt (wird derzeit verlagert und auf ca. 1.000 m² vergrößert) auf einen türkischen Lebensmittelmarkt

in der Bahnhofstraße, einen Profi-Getränkemarkt, zwei Tankstellen sowie mehrere Bäckereien und Metzgereien hinzuweisen, welche sich teilweise im Ortskern, aber auch in sonstiger Lage befinden.

Insgesamt ist in Höchst i. O. eine Verkaufsfläche im Lebensmittelbereich von rd. 6.000 m² vorhanden. Diese Anbieter generieren derzeit eine Umsatzleistung von rd. 25,5 Mio. €.

Lützelbach

Die Gemeinde Lützelbach besitzt neben einem kleinen CAP-Markt im Ortskern nur kleinteilige Anbieter aus dem Lebensmittelbereich, darunter zwei Getränkehändler, zwei Tankstellen, vier Bäcker und drei Metzger.

Mömlingen

Dem bayerischen Grundzentrum Mömlingen stehen die beiden Lebensmitteldiscounter Netto und Norma zur Nahversorgung zur Verfügung.

Obernburg am Main

In Obernburg sind im Ortsteil Eisenbach ebenfalls ein REWE-Markt und eine Netto-Filiale vorhanden.

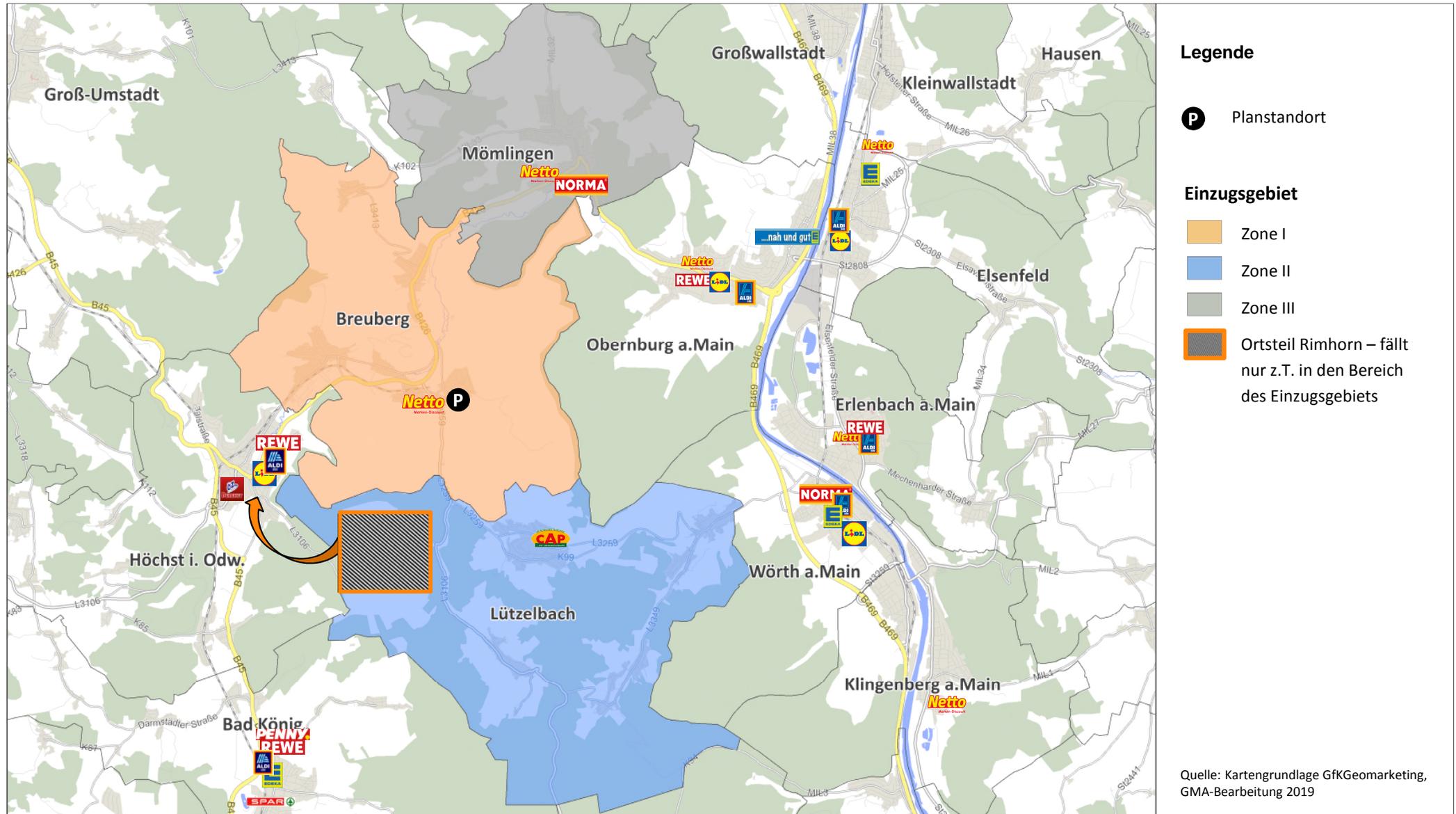
Wörth am Main

In Wörth am Main ist auf die Anbieter Aldi, Edeka, Lidl und Norma hinzuweisen. Das dort bestehende Angebot stellt vorrangig für potentielle Kunden aus Lützelbach eine attraktive Einkaufsalternative zu Breuberg und Höchst dar.

3. Fazit der Angebots- und Wettbewerbsbetrachtung

Die Wettbewerbsanalyse zeigt, dass die umliegenden Kommunen von Breuberg selbst über eine Vielzahl von Wettbewerbern verfügen. Das benachbarte Unterzentrum Höchst im Odenwald weist eine differenzierte Angebotsstruktur (sowohl Vollsortimenter als auch Discounter) auf. Die Gemeinde Lützelbach verfügt nur über einige kleinteilige Anbieter. Das bayerische Grundzentrum Mömlingen ist mit einem Netto-Markt und einem Norma versorgt, jedoch kann durch das Angebot eines Vollsortimenters wie des projektierten Edeka-Marktes im benachbarten Breuberg dort die örtliche Nahversorgung verbessert werden. Mit Blick auf die bisher aus Breuberg abfließende Kaufkraft ist zudem erwähnenswert, dass sowohl das östlich gelegene Wörth am Main als auch das bayerische Mittelzentrum Obernburg am Main über Edeka-Märkte verfügen, im Obernburger Ortsteil Eisenbach ist zudem ebenfalls ein Netto vertreten. Im Vollsortimentssektor wird das Angebot in den umliegenden Orten (Bad König, Höchst, Obernburg) durch REWE dominiert.

Karte 5: Einzugsgebiet und wesentliche Wettbewerber des Vorhabens



Legende

P Planstandort

Einzugsgebiet

- Zone I
- Zone II
- Zone III
- Ortsteil Rimhorn – fällt nur z.T. in den Bereich des Einzugsgebiets

Quelle: Kartengrundlage GfKGeomarketing, GMA-Bearbeitung 2019

IV. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

1. Abgrenzung des Einzugsgebiets des Vorhabens

Die Abgrenzung des betrieblichen Einzugsgebiets stellt die wesentliche Grundlage für die Ermittlung des Bevölkerungspotenzials und die damit zur Verfügung stehenden Kaufkraft für den Lebensmittelmarkt dar. Als Einzugsgebiet wird in dieser Untersuchung derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort voraussichtlich regelmäßig aufsuchen.

Bei der Abgrenzung des Einzugsgebiets für den Edeka-Supermarkt mit ca. 1.500 m² VK wurden in erster Linie folgende Aspekte berücksichtigt:¹²

- /// Projektkonzeption (Sortimentsstruktur, Verkaufsflächendimensionierung, Leistungsfähigkeit, Bekanntheit und Wettbewerbsmaßnahmen des Betreibers usw.) und daraus zu erwartende Wirkungen auf die Einkaufsorientierung der Bevölkerung
- /// Erreichbarkeit des Standorts für potenzielle Kunden, unter Berücksichtigung verkehrlicher, topografischer und siedlungsstruktureller Bedingungen
- /// projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum (v. a. Lage anderer leistungsstarker Edeka-Lebensmittelmärkte)
- /// Anziehungskraft des Makrostandorts Breuberg (Arbeitsort, Infrastrukturausstattung, Autobahnanschluss usw.)
- /// Zeit- / Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte)¹³.

Die Wettbewerbsbetrachtung zeigt, dass von den an Breuberg angrenzenden Kommunen Höchst im Odenwald und Obernburg am Main über ein entsprechendes Angebot an großflächigen Lebensmittelanbietern verfügen. Das ebenfalls an Breuberg angrenzende Groß-Umstadt wird bei der Wettbewerbsbetrachtung nicht weiter berücksichtigt, da aufgrund der Topographie des Odenwaldes eine erhebliche Fahrdistanz besteht. Mit einer geplanten Verkaufsflächengröße von ca. 1.500 m² für den Edeka-Markt unterscheidet sich das dort „neue“ Angebotskonzept nicht wesentlich von den bestehenden Edeka-Standorten im Umland. Zusätzlich ist zu berücksichtigen, dass die umliegenden Kommunen z. T. erheblich entfernt sind bzw. die Fahrtzeiten aufgrund der Topografie und Straßenqualität erheblich sind.

Das Einzugsgebiet des geplanten Edeka-Neubaus und des bestehenden Netto-Marktes in Breuberg ist entsprechend nach Osten und Westen begrenzt. Nach Süden endet das Einzugsgebiet bei

¹² Bei der Fa. Netto handelt es sich um einen bereit bestehenden Anbieter. Eine Erweiterung des Einzugsgebietes vor dem Hintergrund der dort geplanten moderaten Verkaufsflächenerweiterung ist nicht anzunehmen.

¹³ Die GMA hat in Deutschland bereits viele hundert Verbraucherbefragungen durchgeführt, so dass zum Verbraucherverhalten aussagefähige Erkenntnisse vorliegen.

der Gemeinde Lützelbach und nach Norden in Mömlingen. Die angrenzenden Kommunen Höchst im Odenwald und Obernburg am Main verfügen über eigene Angebote und sind deshalb nicht mehr Teil des Einzugsgebiets. Eine Ausnahme bildet hierbei der Ortsteil Rimhorn (Gemeinde Lützelbach) welcher in erster Linie unmittelbare Einkaufsbeziehungen in Richtung Höchst im Odenwald aufweist. Diese werden durch das Vorhaben nicht tangiert und bleiben in Richtung Höchst im Odenwald bestehen.

Unter Berücksichtigung einer abgestuften Intensität der Einkaufsorientierung strukturiert sich das Einzugsgebiet des Planvorhabens wie folgt:

- /// **Kerneinzugsgebiet (Zone I)** ist die Stadt Breuberg mit ihren Ortsteilen. Hier ist der Netto-Markt (Bestandsmarkt) langjährig etabliert. Eine ergänzende Versorgungsbedeutung kommt dem nah & gut-Markt sowie dem Lebensmittelhandwerk zu.
- /// Als **ergänzendes Einzugsgebiet (Zone II)** ist die Gemeinde Lützelbach anzusehen, da diese vor Ort über keine großflächigen Lebensmittelanbieter verfügen und den Vorhabenstandort über die L 3259 verhältnismäßig schnell und unkompliziert erreichen können. Kunden aus Lützelbach orientieren beim Vollsortiment aktuell v. a. auf Höchst und Wörth am Main. Der Ortsteil Rimhorn wird sich nach unserer Einschätzung auch nach Realisierung des Vorhabens in Richtung Höchst orientieren.
- /// Das weitere Einzugsgebiet (**Zone III**) umfasst das bayerische Grundzentrum Mömlingen, welches zwar über zwei Discounter verfügt, aber mit dem zusätzlichen Edeka-Markt in Breuberg eine zusätzliche Wahlmöglichkeit zu den Bestandsmärkten in Mömlingen erhält.
- /// Aus den übrigen Kommunen sind keine regelmäßigen Einkaufsverflechtungen mit dem Vorhabenstandort zu erwarten. Allerdings ist aufgrund der Lage direkt an der Bundesstraße B 426 und des relativ hohen Pendleraufkommens (ansässige Industriebetriebe) mit einem gewissen Streukundenaufkommen zu rechnen. Diese Streukundenanteile werden im Rahmen der Umsatzermittlung und der Umsatzumverteilungen bzw. Wettbewerbswirkungen mit berücksichtigt.

2. Bevölkerung im Einzugsgebiet

In der Stadt Breuberg leben derzeit insgesamt ca. 7.407 Einwohner.¹⁴ In der Gemeinde Lützelbach (Zone II) leben 67.259 (abzüglich 50 % des Ortsteils Rimhorn, rd. 446 Einwohner) und in Mömlingen (Zone III) 4.897 Einwohner. Damit leben weitere ca. 11.710 Einwohner¹⁵ im Einzugsgebiet. Insgesamt beläuft sich das Bevölkerungspotenzial im Einzugsgebiet des projektierten Edeka-Markts sowie des verlagerten und erweiterten Netto-Marktes auf rund 18.302 EW.

3. Kaufkraftpotential im Einzugsgebiet

Bei der **Kaufkraftberechnung** gehen außerdem aktuelle Pro-Kopf-Ausgabewerte, die mit den örtlichen Kaufkraftniveaus gewichtet werden, in die Berechnung ein:

- /// Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-eigenen Berechnungen beträgt die aktuelle ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf der Wohnbevölkerung ca. 6.035 €; hiervon entfallen ca. 2.210 € auf Nahrungs- und Genussmittel.
- /// Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in Breuberg liegt mit einem Wert von 88,6 unter dem Bundesdurchschnitt (100,0). Die Gemeinde Lützelbach kommt auf 90,8 und die Gemeinde Mömlingen auf einen Kaufkraftkoeffizient von 99,1¹⁶.
- /// Aus diesen Rahmendaten errechnet sich für das Einzugsgebiet des geplanten Edeka-Marktes und des erweiterten Netto-Marktes ein **Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel von ca. 38,9 Mio. €**. Hiervon entfallen auf:
 - Zone I: ca. 14,5 Mio. € (Breuberg)
 - Zone II: ca. 13,7 Mio. € (Lützelbach) zzgl. 50 % des Ortsteils Rimhorn
 - Zone III: ca. 10,7 Mio. € (Mömlingen).

¹⁴ Quelle: Stadt Breuberg, Stand 01.11.2019.

¹⁵ Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Stand 31.1.2.2018; ca.-Werte gerundet.

¹⁶ Quelle: Michael Bauer Research (MBR), Nürnberg, 2018.

V. Auswirkungsanalyse

Die potenzielle Umsatzleistung des Edeka-Supermarktes und des erweiterten Netto-Marktes im Neubau wird anhand des **Marktanteilkonzeptes** berechnet. Dieses stellt dem relevanten Angebot im Untersuchungsraum das für das Einzugsgebiet errechnete Nachfragevolumen (Kaufkraft) gegenüber. Allerdings lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch die Vorhaben ausgelösten Umsatzumlenkungen zu. Mit der Frage, wo die durch die Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und welche Folgen die Erweiterung für die vorhandenen Wettbewerber hat, setzt sich dann die Betrachtung der Umsatzumverteilungen auseinander. Im Anschluss daran werden die möglichen städtebaulichen und versorgungsbezogenen Wirkungen analysiert und daraus eine raumordnerische Bewertung abgeleitet.

1. Umsatzermittlung des Gesamtvorhabens

Da sich am Standort des geplanten Neubaus bereits seit vielen Jahren ein Netto-Markt befindet, ist für die weitere städtebauliche Bewertung entscheidend, inwiefern durch eine Verkaufsflächenerweiterung zusätzlicher Umsatz am Standort generiert werden kann.¹⁷

Nach dem Marktanteilkonzept ergibt sich für die Erweiterungsfläche des Netto-Marktes und den neugebauten Edeka-Supermarkt mit einer Größe von künftig rd. 950 m² bzw. 1.500 m² VK im Nahrungs- und Genussmittelbereich eine Umsatzerwartung mit Kunden aus dem Einzugsgebiet von ca. 6,5 Mio. €.

/// Aufgrund der im Vergleich zum Bestandsmarkt leicht erhöhten Attraktivität des Netto-Standortes wird von einer leichten Umsatzerhöhung im Kerneinzugsgebiet ausgegangen. Diese liegt in Breuberg bei ca. 2 – 3 %. In Zone II (Lützelbach) liegt diese bereits niedriger, noch geringer ist sie in Mömlingen (Zone III). Insgesamt wird die Erweiterung von Netto ein zusätzliches Umsatzvolumen von 0,8 Mio. € im Lebensmittelsektor in Breuberg binden (13 % der Gesamtumsatzleistung im Lebensmittelsektor).

/// Deutlich stärker wird die lokale Kaufkraftbindung durch den beantragten Edeka-Markt ausfallen; hier sind folgende Marktanteile anzunehmen:

- Zone I: 20 %
- Zone II: 11 %
- Zone III: 5 %.

¹⁷ Die Bestandsumsätze von Netto sind am Markt abgearbeitet und sind in der Prognose demzufolge nicht „wettbewerbswirksam“.

Insgesamt beträgt die **prognostizierte Umsatzleistung für Edeka im Lebensmittelsektor 5,7 Mio. €** (= 87 % der Gesamtumsatzleistung entfallen auf Lebensmittel).

Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage an der Bundesstraße B 426 bzw. L 3259 und der hohen Arbeitsplatzdichte der Stadt Breuberg wird von erhöhten Streukundenumsätzen ausgegangen. Diese liegen bei ca. 14 % und werden überwiegend durch Berufspendler, teilweise auch mit Besuchern erzielt.

Einschließlich der erwarteten Streuumsätzen beträgt der Umsatz mit Nahrungs- und Genussmitteln ca. 6,5 Mio. €. Unter Berücksichtigung von Nonfood-Umsätzen (Annahme: Umsatzanteil ca. 15 %) ergibt sich für die geplanten Lebensmittelmärkte am Standort L 3259 / Breitenbacher Straße / Lindenstraße in Breuberg eine **Gesamtumsatzerwartung von ca. 7,3 Mio. €** (vgl. Tabelle 3). Davon stammen etwa 3,3 Mio. € bzw. 45 % von Kunden aus der Standortkommune Breuberg.

Aus der Umsatzerwartung errechnet sich im Verhältnis zur projektierten Verkaufsfläche von ca. 1.500 m² eine Flächenproduktivität von ca. 4.350 € je m² VK, was in etwa dem Durchschnitt der Flächenleistung von Edeka-Supermärkten entspricht.

Tabelle 3: Umsatzerwartung des Netto und des Edeka-Marktes in Breuberg

Umsatzherkunft	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %		Umsatz in Mio. €		Umsatzanteil in %	
		Edeka	Netto	Edeka	Netto	insgesamt	in %
Zone I	14,5	20	2 – 3	2,9	0,4	3,3	45
Zone II	13,7	10 – 11	1 – 2	1,4	0,2	1,6	22
Zone III	10,7	5	0 – 1	0,5	0,1	0,6	8
Streuumsätze	--	--	--	0,9	0,1	1,0	14
Nahrungs- und Genussmittel	--	--	--	--	--	6,5	85
Nonfood	--	--	--	--	--	0,8	15
Gesamt	--	--	--	--	--	7,3	100

--- Ausweis nicht sinnvoll.

GMA-Berechnungen November 2019 (ca.-Werte, gerundet; Abweichungen durch Rundung möglich).

2. Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen

Unter Berücksichtigung der Umsatzleistung des Bestandsobjekts Netto¹⁸ sind noch ca. 6,5 Mio. € Umsatz aus dem Bereich Nahrungs- und Genussmittel, die aus Umsatzumverteilungen zu Lasten anderer Lebensmittelanbieter erzielt werden, zu berücksichtigen. Umsatzrückgänge – als Folge der Umlenkung von Kaufkraftströmen im Untersuchungsraum - sind in erster Linie bei anderen

¹⁸ Die diesbezüglichen Wirkungen sind bereits am Markt abgearbeitet.

Lebensmittelmärkten der Fa. Edeka bzw. Rewe (vergleichbares Angebotskonzept, die Firmen Edeka und Rewe sind in den angrenzenden Gemeinden vertreten). Folgende Umsatzumverlagerungen erwartet die GMA:

- /// Der Wettbewerb in Breuberg wird nicht negativ von Ansiedlungsvorhaben betroffen; zusätzlichem Wettbewerb durch Edeka stehen erhebliche Kundenzuführungseffekte durch Edeka gegenüber. In Toto dürfte sich für das Angebot (inkl. Lebensmittelhandwerk) der Frequenzgewinn eher positiv auswirken.
- /// Da sich innerhalb der traditionellen Ortsmitte von Breuberg keine unmittelbaren für das Vorhaben (Lebensmittelmärkte) befinden (mit Ausnahme vom im Ortsteil Sandbach ansässigen „Ihr Nachbarschaftsmarkt Denchev“ mit seiner hohen Spezialisierung), sind dort auch keine unmittelbaren Auswirkungen absehbar. Zum Teil befinden sich die Betriebe des Lebensmittelhandwerks in Breuberg in deutlich vom Vorhabenstandort abgesetzten Lagen (vgl. Karte 3), sodass sich hier keine Betriebsgefährdung aus dem Vorhaben ableiten lässt.
- /// Der CAP-Markt in Lützelbach wird **< 0,1 Mio. €** an den neuen Edeka-Markt abgeben; Kunden, die sich bislang auf REWE in Höchst oder Edeka in Wörth am Main orientieren, werden sich teilweise auf Breuberg „umorientieren“. Jedoch wird der Großteil der in Lützelbach ansässigen Wohnbevölkerung auch weiterhin diese Angebote wahrnehmen, da es sich dort um bereits langjährige etablierte und von der Bevölkerung „angenommene“ Märkte handelt. Insgesamt rechnet die GMA nicht mit betriebsgefährdeten Auswirkungen für den CAP-Markt.
- /// Der REWE-Bestandsmarkt in Höchst dürfte **ca. 1,5 – 2,0 Mio. €** Umsatz an den „neuen“ EDEKA Markt in Breuberg abgeben, die restlichen Anbieter verlieren **max. 0,5 Mio. € p. a.** Die Umsatzumlenkung von max. 2,5 Mio. € entspricht < 10 % der dort realisierten Umsatzleistung. Umsatzrückgänge können in geringem Umfang auch bei den in Höchst ansässigen CAP-Markt eintreten, wodurch dieser hinreichend leistungsstarker Anbieter aber nicht in seinem Bestand gefährdet wird.
- /// Der Edeka-Bestandsmarkt in Bad König dürfte max. 0,5 – 1,0 Mio. € Umsatz an den „neuen Markt“ in Breuberg abgeben, die restlichen Anbieter verlieren dort max. 0,5 Mio. € p. a. Alle anderen Anbieter sind durch das Vorhaben nicht tangiert.
- /// Der REWE-Bestandsmarkt in Eisenbach dürfte max. 0,5 Mio. € Umsatz an den „neuen“ Markt in Breuberg abgeben, die restlichen Anbieter verlieren < 5 %.
- /// Der Wettbewerb in Mömlingen wird max. 0,2 – 0,5 Mio. € p. a. abgeben; der entsprechende Wert liegt ebenfalls unter 10 % der dort aktuell erzielten Umsatzleistung.
- /// Umsatzrückgänge können auch in geringem Umfang bei den in Elsenfeld ansässigen Lebensmittelmärkten eintreten (< 0,1 Mio. €), wodurch diese hinreichend leistungsstarken Anbieter nicht in ihrem Bestand gefährdet werden. Eine übermäßige Belastung einzelner Anbieter ist auszuschließen.

- / Weitere 0,5 – 1,0 Mio. € werden weiteren Anbietern in angrenzenden Gemeinden verloren gehen.

Die Umverteilungsbetrachtung unterstreicht, dass der beantragte Edeka-Markt und die Netto-Erweiterung nach Realisierung die Angebotsstrukturen in Breuberg prägen werden. Insgesamt sind die wirtschaftlichen und raumbezogenen Aspekte jedoch als Verbesserung der lokalen Kaufkraftbindung anzusprechen.

3. Verkehrliche Wirkungen des Vorhabens

Das Vorhaben dürfte nach Realisierung einen Gesamtumsatz von 9 – 10 Mio. € erreichen; und dürfte täglich Teil von ca. 1.200 – 1.300 Pkw-Zu- und Abfahrten sein.¹⁹ Bei voraussichtlich 13 h Öffnungszeiten entspricht dies einer stündlichen Pkw-Frequenz von 100 Zu- /Abfahrten.

- / Unterstellt man bei einem gesamten zusätzlichen Umsatzvolumen von 7,3 Mio. € p. a. ebenfalls einen durchschnittlichen Einkaufsbetrag von 20,00 €, werden durch das Vorhaben ca. 365.000 jährliche Kundenbewegungen neu gebunden.

- / Für das neue Vorhaben geht die GMA von folgenden Orientierungswerten aus:

- 80 – 85 % werden durch Pkw-Verkehr abgebildet (292.000 – 310.000 Einkaufsfahrten p. a.)
 - 5 – 10 % werden durch sonstige Verkehrsmittel verursacht (18.000 – 36.000 Verkehrsbewegungen)
 - 5 – 10 % werden durch Fahrrad oder zu Fuß abgebildet (s.o.).

Unterstellen wir durchschnittliche Entfernungswerte von

- / durchschnittlicher Einkaufsweg nach Höchst ca 5 km
- / durchschnittlicher Einkaufsweg nach Eisenbach ca. 10 km
- / durchschnittlicher Einkaufsweg nach Wörth ca. 12 km
- / durchschnittlicher Einkaufsweg an alle Hauptwettbewerbsstandorte ca. 7 km.

und unterstellt, dass nur 50 % der durchschnittlichen Entfernungskilometer MIV (Hin- und Rückfahrt) künftig hinfällig sind, resultiert hieraus eine jährliche Fahrstreckeneinsparung von 2,1 Mio. km p. a.

¹⁹ Modellansätze: Ca. 80 – 85 % Pkw-Kunden, 20 € Durchschnittsbetrag, ca. 10% Wechselwirkung zwischen Edeka und Netto.

4. Raumordnerische Bewertung des Vorhabens

Für die raumordnerische Beurteilung des geplanten Neubaus bzw. der Erweiterung des Netto-Lebensmittelmarktes in Breuberg sind die Ziele und Grundsätze des LEP Hessen und des Regionalplans Südhessen (2011) als Maßgabe heranzuziehen.

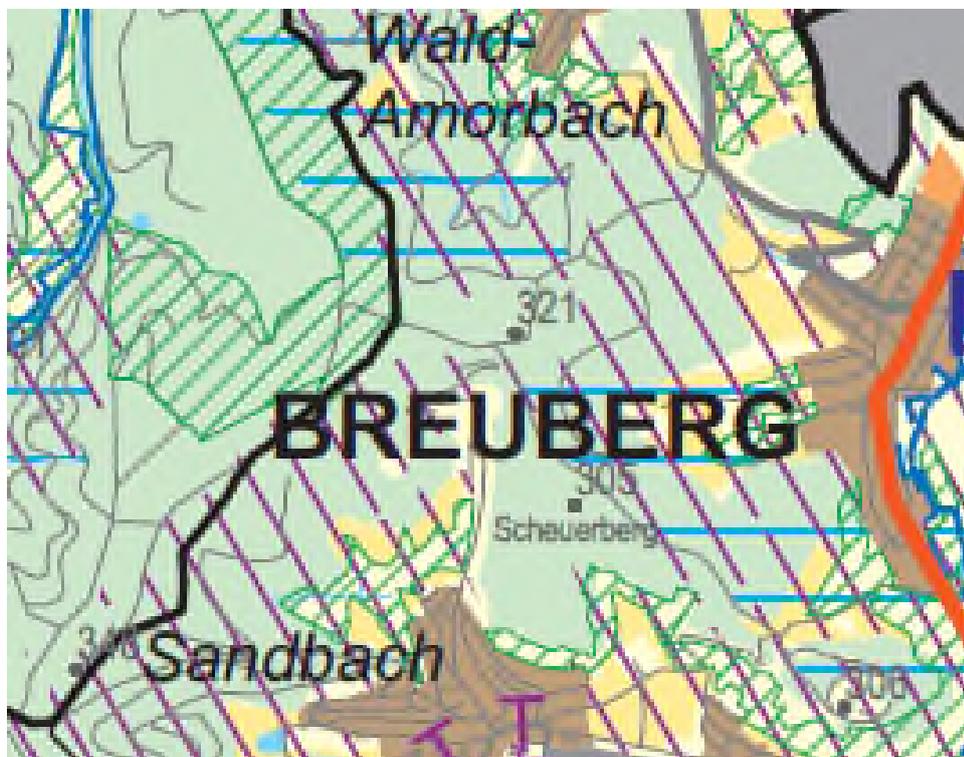
Die Einhaltung der Ziele und Grundsätze des LEP (vgl. Abs. 4.1.2) und des Regionalplans Südhessen (vgl. Ziele 5.4.3 bis 5.4.7) durch das Vorhaben von Edeka ist wie folgt zu beurteilen:

/// Zentralitätsgebot:

Mit dem Vorhaben wird der Neubau eines Edeka -Supermarktes mit ca. 1.500 m² VK sowie eine Erweiterung der Verkaufsflächen des Netto-Marktes von derzeit ca. 770 auf ca. 950 m² VK beantragt. Beide Lebensmittelmärkte liegen damit über der rechtlich anerkannten Grenze der Großflächigkeit. Großflächige Einzelhandelsvorhaben sind zunächst nur in Mittel- oder Oberzentren zulässig. Ausnahmen sind lediglich dann möglich, wenn der Markt für die Sicherung der Grundversorgung notwendig ist und die übrigen landes- und regionalplanerischen Ziele eingehalten werden.

/// Innerörtliche Erweiterungsflächen für großflächigen Einzelhandel stehen nicht zur Verfügung. Der geplante Edeka-Markt trägt wesentlich zur Sicherung der örtlichen Nahversorgung bei und ergänzt den Bestandsmarkt von Netto.

Karte 6: Regionalplan Südhessen



Quelle: Regionalplan Südhessen 2010, Teilkarte 31

Integrationsgebot:

Der Vorhabenstandort in Breuberg befindet sich in einem im Regionalplan Südhessen ausgewiesenen Vorranggebiet für Landwirtschaft, welches von einem Vorbehaltsgebiet für besondere Klimafunktionen überlagert wird. Das Grundstück weist aber eine gute räumliche und funktionale Verbindung zu bestehenden Siedlungsgebieten auf. Anschluss an den ÖPNV besteht durch eine Bushaltestelle, welche sich in ca. 200 m bzw. 50 m Entfernung befinden. Der Vorhabenstandort ist größtenteils von bebauten Flächen umgrenzt und hat an mehreren Stellen direkten Anschluss an die Wohnbebauung; eine fußläufige Nahversorgungsfunktion besteht. Zudem ist der Standort für die umliegenden Wohngebiete sehr gut angebunden. Das siedlungsstrukturelle und städtebauliche Integrationsgebot wird daher eingehalten. Der Standort wurde bereits mit dem Regierungspräsidium Darmstadt abgestimmt.

Beeinträchtungsverbot:

In den umliegenden Zentralen Orten sind zahlreiche leistungsstarke Lebensmittelmärkte vorhanden, auf die sich die Auswirkungen verteilen. Eine übermäßige Belastung oder gar Bestandsgefährdung einzelner Anbieter ist auszuschließen.

Die stärksten Auswirkungen des Vorhabens sind bei Edeka sowie Rewe in den umliegenden Gemeinden zu erwarten. Diese werden die Standortstruktur im Umland nicht nachhaltig beeinträchtigen.

„Zur Sicherung der Grundversorgung und unter Einhaltung der sonstigen Verträglichkeitsanforderungen kann für einen Lebensmittelvollsortimenter bis zu 2.000 m² Verkaufsfläche oder für einen Lebensmitteldiscounter bis zu 1.200 m² Verkaufsfläche die Raumverträglichkeit in städtebaulich integrierten Lagen angenommen werden.

Großflächige Einzelhandelsvorhaben müssen eine enge räumliche und funktionale Verbindung zu bestehenden Siedlungsgebieten aufweisen. Sie sind unter besonderer Berücksichtigung ihrer Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung sowie der Umweltverträglichkeit auch im Hinblick auf die Ziele der Verkehrsvermeidung und -verlagerung in bestehende Siedlungsgebiete unter Erreichbarkeit mit einem für Größe und Einzugsbereich des Einzelhandelsvorhabens angemessenen ÖPNV zu integrieren.“²⁰

Im vorliegenden Fall trägt das Vorhaben in erheblichem Umfang zur Verkehrsvermeidung bei.

²⁰ Regionalversammlung Südhessen / Regierungspräsidium Darmstadt, Regionalplan Südhessen 2010, S. 44.

VI. Zusammenfassung und abschließende Beurteilung

Bei dem geprüften Einzelhandelsvorhaben in Breuberg handelt es sich um den Neubau eines Edeka-Supermarkts und einer Verlagerung/ Verkaufsfächenerweiterung des Anbieters Netto von derzeit ca. 770 m² VK auf ca. 950 m² VK. Der Edeka-Markt vereint zukünftig rd. 1.500 m² VK auf sich. Die Neuaufstellung eines Bebauungsplans mit Ausweisung eines Sondergebiets (SO) nach § 11 Abs. 3 Bau NVO ist für die Zulässigkeit des Vorhabens notwendig; die wesentlichen Beurteilungsgrundlagen lassen sich wie folgt zusammenzufassen:

- /// Der Netto-Markt ist bereits langjährig als Anbieter von nahversorgungsrelevanten Sortimenten am Standort Breuberg etabliert.
- /// Der Vorhabenstandort befindet sich zwischen den Ortsteilen Neustadt und Rai-Breitenbach auf einer bisher landwirtschaftlich genutzten Fläche. Der Standort zeichnet sich durch seine sehr gute verkehrliche Lage aus und weist unmittelbaren Anschluss an Wohnbebauung auf.
- /// Die Standortgemeinde Breuberg umfasst insgesamt 1.200 m² VK im Nahrungs- und Genussmittelbereich. Deren Umsatzleistung liegt aktuell bei rd. 4,5 – 5,0 Mio. €.
- /// Der zu erwartende Umsatz des Vorhabens Verlagerung/ Erweiterung Netto-Markt und Neuansiedlung Edeka-Markt wird überwiegend durch Kunden vor Ort (ca. 45%) erzielt, es gibt lediglich geringe Kaufkraftzuflüsse aus dem regelmäßigen überörtlichen Einzugsgebiet.
- /// Innerhalb der Stadt Breuberg sind Umverteilungseffekte zu erwarten, es besteht jedoch keine Gefährdung v.a. der (fußläufigen) bereits seit Jahren etablierten und somit „unabhängigen“ Nahversorgung (v.a. Metzgereien und Bäckereien) in Breuberg.
- /// Durch die Erweiterung erfolgt keine Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit und Entwicklung von zentralen Orten und deren integrierter Geschäftszentren im Umland von Breuberg.

In der Gesamtbewertung ist festzustellen, dass das hier vorliegende Neubau bzw. Erweiterungsvorhaben von Edeka und Netto den landes- und regionalplanerischen Zielen gerecht wird. So trägt das geplante Neuansiedlungsvorhaben von Edeka zur Sicherung der örtlichen Nahversorgung bei und ergänzt den Bestandsmarkt Netto. Insgesamt sind keine schädlichen städtebaulichen Auswirkungen sowohl in Breuberg, als auch im weiteren Umland durch das geplante Vorhaben zu erwarten. Ebenfalls trägt das Vorhaben zu einer erheblichen Reduzierung des Verkehrs bei.

Verzeichnisse	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lageplan Verlagerung und Erweiterung Netto / Neubau Supermarkt, L 3259 / Breitenbacher Straße / Lindenstraße	11
Karte 2: Lage von Breuberg und zentralörtliche Struktur in der Region	13
Karte 3: Versorgungsstrukturen im Lebensmitteleinzelhandel in Breuberg	14
Karte 4: Standortumfeld des Planvorhabens L 3259 / Breitenbacher Straße / Lindenstraße	17
Karte 5: Einzugsgebiet und wesentliche Wettbewerber des Vorhabens	20
Karte 6: Regionalplan Südhessen	28
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten	8
Tabelle 2: Bevölkerungsentwicklung in Breuberg und im Odenwaldkreis 2012 - 2018	15
Tabelle 3: Umsatzerwartung des Netto und des Edeka-Marktes in Breuberg	25
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Entwicklung der Marktanteile im deutschen Lebensmitteleinzelhandel 2008 - 2018	7