

Städtebauliche Wirkungsanalyse

(i.S.v. § 11 Abs. 3 BauNVO) zur Ansiedlung eines geplanten
Möbelmarktes in der Stadt Heidelberg

Untersuchung im Auftrag der Stadt Heidelberg

Philipp Völker
Stefan Kruse

Unter Mitarbeit:
Sebastian Kocyan



Markt 5 44137 Dortmund
Tel. 0231-557858-0 Fax 0231-557858-50
www.junker-kruse.de; info@junker-kruse.de

Mai 2013

Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit verzichten wir darauf, stets männliche und weibliche Schriftformen zu verwenden. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich Frauen und Männer 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.

Inhalt

| | | |
|---------------|---|-----------|
| 1 | Ausgangssituation und Zielsetzung | 4 |
| 2 | Methodische Vorgehensweise | 5 |
| 3 | Rahmendaten des Vorhabens | 15 |
| 4 | Raumordnerische Kompatibilitätsprüfung | 18 |
| 5 | Einzelhandelsrelevante Rahmendaten im Untersuchungsraum | 21 |
| 5.1 | Abgrenzung des Untersuchungsraumes | 21 |
| 5.2 | Untersuchungsrelevante Nachfragesituation im Untersuchungsraum | 23 |
| 5.3 | Angebotssituation im Untersuchungsraum | 26 |
| 6 | Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Einordnung von absatzwirtschaftlichen Auswirkungen . | 35 |
| 7 | Auswirkungen des Vorhabens | 37 |
| 7.1 | Annahmen zur Umsatzherkunft des Vorhabens | 37 |
| 7.2 | Ergebnisse der Berechnungen – Umsatzumverteilungen durch das Planvorhaben | 39 |
| 8 | Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ... | 51 |
| 8.1 | Negative Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche | 51 |
| 8.2 | Negative versorgungsstrukturelle Auswirkungen | 53 |
| 9 | Fazit | 57 |
| 10 | Verzeichnisse | 59 |
| Anhang | | 60 |

1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Im Stadtteil Bahnstadt in der Stadt Heidelberg ist die Ansiedlung eines großflächigen Möbelmarktes geplant. Nach derzeitigem Kenntnisstand handelt es sich dabei um die Firma XXXLutz, die einen Möbelmarkt mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 28.000 m² realisieren möchte. Die in diesem Betriebskonzept typischen zentrenrelevanten Randsortimente sollen dabei den bisherigen Betreibervorstellungen entsprechend einen Umfang von rund 5.100 m² Verkaufsfläche (entspricht in etwa 18 % der Gesamtverkaufsfläche) einnehmen. Neben den möbelmarkttypischen Sortimenten (u.a. Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik (GPK)) sind aber auch andere Sortimente (wie z. B. Autokindersitze, Spielwaren / Bastelartikel, Kinderwagen, Kinderbekleidung) in nennenswerten Größenordnungen geplant.

Für die Stadt Heidelberg verbinden sich mit solchen Vorstellungen Chancen (z. B. Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion, Schließung bisheriger Versorgungslücken im eigenen Stadtgebiet), aber auch Risiken (z. B. Umsatzverlagerungen aus den eigenen zentralen Versorgungsbereichen heraus – durch den Anteil zentrenrelevanter Sortimente - wie auch aus einzelnen Nachbarkommunen), so dass im Rahmen einer städtebaulichen Wirkungsanalyse i.S.v. § 11 (3) BauNVO eine Grundlage erarbeitet werden soll, die die positiven wie negativen Implikationen des angefragten Planvorhabens aufzeigen und entsprechende Lösungsmöglichkeiten anbieten soll. Somit stehen nicht nur die entsprechenden Umsatzumverteilungen im Mittelpunkt des Untersuchungsinteresses, sondern im Wesentlichen die sich aus diesen ökonomischen Größenordnungen ableitenden städtebaulichen Auswirkungen sowohl in den zentralen Versorgungsbereichen als auch im Hinblick auf die verbrauchernahe (nicht im Sinne von fußläufige) Versorgung mit Möbeln. Aufgrund der Größe sowie Lage des Vorhabens im Heidelberger Stadtgebiet ist – auch in Verbindung mit dem derzeit schon vorhandenen Sortiments- / Anbietermix mit einer Ausstrahlung über die Stadtgrenzen hinaus zu rechnen. Aus diesem Grund müssen auch die Auswirkungen auf die perspektivisch betroffenen Nachbarkommunen mit in die Untersuchung eingestellt werden.

Vor diesem Hintergrund hat die Stadt Heidelberg das Büro Junker und Kruse mit einer Verträglichkeitsanalyse zur Ermittlung der möglichen absatzwirtschaftlichen und daraus ggf. resultierenden städtebaulichen Auswirkungen des geplanten Möbelhauses beauftragt. Im Rahmen dieser Verträglichkeitsanalyse soll somit geklärt werden, ob von dem geplanten Vorhaben negative Auswirkungen (i. S. v. § 11 (3) BauNVO und § 2 (2) BauGB) auf benachbarte zentrale Versorgungsbereiche bzw. die verbrauchernahe Versorgung in der Region ausgehen bzw. ob einzelne Nachbarkommunen bezüglich der ihnen durch die Landesplanung zugewiesenen Funktionen gefährdet wären (i. S. v. § 2 (2) BauGB).

2 Methodische Vorgehensweise

Bei der Verträglichkeitsanalyse des geplanten Möbelmarktes in der Stadt Heidelberg gilt es, die sich durch eine mögliche Umlenkung der Kaufkraftströme und die hieraus resultierenden Umsatzumverteilungen ergebenden städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen im projektrelevanten Einzugsbereich zu untersuchen. Da das Vorhaben in seiner geplanten Ausrichtung und Dimensionierung ein deutlich über die Grenzen der Stadt Heidelberg hinausgehendes Einzugsgebiet erschließen wird (vgl. Kapitel 2 und 5.1), sind städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen auch in den Städten und Gemeinden im Umland nicht auszuschließen, sondern bedürfen einer weitergehenden Analyse.

Der Untersuchungsraum weist entsprechend eine regionale Ausdehnung auf. Die Untersuchung berücksichtigt hierbei nicht nur die schützenswerten zentralen Versorgungsbereiche i.S.v. § 11 (3) BauNVO, § 2 (2) BauGB, § 9 (2a) BauGB und § 34 (3) BauGB, sondern umfasst auch alle sonstigen relevanten Versorgungsstandorte.

Angesichts dieser Vorgehensweise gliedert sich die vorliegende städtebauliche Wirkungsanalyse wie folgt:

- Basierend auf den einleitenden methodischen Erläuterungen werden in Kapitel 3 und 5 die Eingangsparameter der städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Wirkungsanalyse dargelegt; dabei handelt es sich insbesondere um die Beschreibung und absatzwirtschaftliche Einordnung des Vorhabens, der Abgrenzung des Untersuchungsraumes als potenziellen Einzugsbereich und die Darlegung der städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Rahmendaten in diesem Raum.
- Bevor in Kapitel 6 eine Auseinandersetzung mit den Kriterien der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Einordnung von absatzwirtschaftlichen Auswirkungen stattfindet, wird das Vorhaben in Kapitel 4 auf seine Kompatibilität mit den landesplanerischen Vorgaben geprüft.
- In Kapitel 7 werden schließlich die mit Hilfe des Gravitationsmodells auf Basis der dargestellten Eingangsparameter ermittelten möglichen monetären und prozentualen Umverteilungen dargestellt. Da diese jedoch alleine nicht aussagekräftig genug sind, werden darauf aufbauend die abstrakten Ergebnisse der Berechnungen im Hinblick auf mögliche städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen bewertet (Kapitel 8). Das abschließende Kapitel 9 stellt eine Zusammenfassung der wesentlichen Ergebnisse dar.

Städtebauliche Verträglichkeitsanalyse

Zur Prognose der von Einzelhandelsvorhaben ausgehenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Wirkungen hat sich in der Einzelhandelsforschung und -begutachtung der Gravitationsansatz bewährt. Das ursprünglich von Huff konzipierte Gravitationsmodell¹ 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 zur 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, wird die durch das Einzelhandelsvorhaben induzierte Umsatzumverteilung ermittelt. Im Ergebnis dieser absatzwirtschaftlichen Untersuchung kann dann eine Beurteilung und Folgenabschätzung der potenziellen städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens erfolgen.

Zum Grundverständnis des **Gravitationsmodells** ist prinzipiell Folgendes anzumerken:

- Für die untersuchten Standorte werden die Einzelhandelskennziffern der relevanten Hauptwarengruppen 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 gelegt².
- Mit dem potenziellen „Marktzutritt“ des Vorhabens verändert sich das raumwirtschaftliche Standortgefüge, da Umsatz und Widerstände von Nachfrage- und Angebotsstandorten zueinander eine relative Veränderung erfahren.
- Die Berechnung der Umsatzumverteilung erfolgt anhand verschiedener Varianten, die jeweils unterschiedliche Grundannahmen zum Gegenstand haben. Mit der daraus resultierenden Bestimmung von „Auswirkungskorridoren“ wird der aktuellen Rechtsprechung Rechnung getragen.

¹ vgl. Huff, David L.: Defining and estimating a trading area; Journal of Marketing; Vol. 28, 1964. Heinritz, G.: Die Analyse von Standorten und Einzugsbereichen. Passau 1999. Kemming: Raumwirtschaftstheoretische Gravitationsmodelle - Eine Untersuchung ihrer analytischen Grundlagen. Berlin, 1980. Löffler, G.: Konzeptionelle Grundlagen der chronologischen Betrachtungsweise in deterministischen Modellansätzen. Bremen, 1987.

² Diese sind ermittelt anhand von Zeitdistanzen (ArcGIS-gestützte Berechnung).

Eingangswerte des Gravitationsmodells sind:

- die erhobenen **Verkaufsflächen** nach Sortimentsgruppen und Anbietern / Standorten;
- die **Flächenproduktivitäten** (Euro / m²) nach Sortimentsgruppen und Anbietern / Standorten und der daraus resultierende sortimentsgruppenspezifische und summierte **Umsatz** der Anbieter / Standorte;
- die **Widerstände** (Raumdistanzen) zwischen den Standorten, die jeweils aus der Abhängigkeit der Sortimentsgruppen und der Gesamtattraktivität der Anbieter / Standorte und ihrer jeweiligen Marktgebiete resultieren;
- der zu erwartende **Umsatz des geplanten Vorhabens**;
- die einzelhandelsrelevante **Kaufkraft** im Einzugsgebiet für die projektrelevanten Sortimente.

Die für eine Wirkungsanalyse notwendigen konkreten einzelhandelsbezogenen Flächenangaben, Umsätze und Sortimentsstrukturen sind in allen Schritten detailliert und in verschiedenen Varianten (darunter auch eine unter rechtlichen Aspekten notwendige städtebauliche Worst-Case-Betrachtung) in die Analyse eingestellt.

Grundsätzlich ist jedoch anzunehmen, dass das umschriebene Modell und seine Ergebnisse nur eine erste Einschätzung möglicher Auswirkungen erlauben. Die Bewertung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Implikationen der wettbewerblichen Auswirkungen (mögliches „Umschlagen“ absatzwirtschaftlicher in städtebaulich negative Auswirkungen) ist ein weiterer – zwingend erforderlicher – Schritt bei der Beurteilung der Auswirkungen des Vorhabens, wie in verschiedenen obergerichtlichen Urteilen bestätigt wurde³.

Exkurs – Die 10%-Schwelle der Umsatzumverteilung

Bereits in einer Vielzahl von gutachterlichen Stellungnahmen und gerichtlichen Urteilen zu Einzelhandelsansiedlungsvorhaben basierte die Einordnung und Bewertung des zumutbaren Kaufkraftabzuges auf der sog. „10%-Marke“⁴. Dabei wird vermutet, dass eine von Einzelhandelsgroßvorhaben in den benachbarten Gemeinden bzw. Standorten erzeugte Umsatzumverteilung von nicht mehr als 10% zu Lasten des zentrenorientierten Einzelhandels keine negativen städtebaulichen Auswirkungen i.S.v. § 11 Abs. 3 BauNVO erwirkt; folglich sind die Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereichs lediglich absatzwirtschaftlicher, nicht jedoch städtebaulicher Art.

So begrüßenswert der Rückgriff auf eine derart quantitative und augenscheinlich auch operationalisierbare Messgröße sein mag, so kritisch ist

- die fachwissenschaftliche Herleitung der 10%-Marke und

³ vgl. u. a. Urteil des OVG NRW vom 30.09.2009 (10 A 1676/08)

⁴ vgl. z. B.: Schmitz, Holger/Federwisch, Christof, Einzelhandel und Planungsrecht, Berlin 2005, Rz. 361-365, auch mit Nachweisen der Rechtsprechung; Schmitz, Holger; Factory Outlet Center in der Rechtsprechung - Der Kaufkraftabzug als Maßstab für eine interkommunal rücksichtsvolle Einzelhandelsansiedlung? In: BauR 10/99, S. 1100-1113; OVG Münster (zu CentroOberhausen), OVG NRW, Urteil vom 06.06.2005 - 10 D 145/04. NE, Urteilsabdruck S. 57 ff

- die per se erfolgte Anwendung der 10% -Marke, ohne angemessen die raumordnerischen und städtebaulichen Gegebenheiten und Spezifika zu berücksichtigen und in die Bewertung einzustellen.

Zur fachwissenschaftlichen Herleitung der „10% -Marke“:

- Der Grenzwert von 10% basiert auf einer im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg mit Förderung des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg erstellten Langzeitstudie⁵: Innerhalb der Jahre 1992 bis 1996 sind acht unterschiedliche Einzelhandelsprojekte vom Supermarkt mit 900 m² Verkaufsfläche bis hin zum Einkaufszentrum mit ca. 21.000 m² Verkaufsfläche auf ihre raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen untersucht worden. Aus den gesammelten Ergebnissen wurde eine Querschnittsauswertung vorgenommen, als deren Resultat ein „Wirkungsgefüge bei der Ansiedlung eines dezentralen Einzelhandelsbetriebes“ und eine Übersicht zu „Grenzwerten der Umsatzumverteilung bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben in der jeweiligen Standortgemeinde“ erstellt wurde⁶.
- Für innenstadtrelevante Sortimente leiten sich demnach erhebliche städtebauliche Folgen zwischen 10% und 20% Umsatzumverteilung ab. Interessanterweise wurde hierzu angemerkt, dass die Auswirkungen durch Einzelfallprüfung zu verifizieren sind, also nicht ohne weiteres pauschal zu übertragen sind.
- Fachwissenschaftlich ist die 10% -Marke oder auch Erheblichkeitsgrenze, ab der erhebliche städtebauliche Auswirkungen wahrscheinlich werden, somit nicht pauschal anwendbar.
- Vielmehr ist für die von Einzelhandelsgroßvorhaben potenziell ausgehenden Implikationen nach den „Worst-Case-Fällen“ zu urteilen, so dass auch bei **Nicht-Erreichen von 10% Umsatzumverteilung** zu Lasten einer Innenstadt / eines Stadtkerns negative städtebauliche Auswirkungen erfolgen können.⁷
- Gleichzeitig bedeutet dies aber auch, dass **Umsatzumverteilungen von über 10%** – wenn aus den wettbewerblichen Auswirkungen im entsprechenden Einzelfall (zentraler Versorgungsbereich) keine gravierenden Folgen für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen resultieren – städtebaulich verträglich sein können. In der obergerichtlichen Rechtsprechung wird die Frage des „Umschlagens“ von Umsatzumverteilungen (wettbewerbliche Auswirkungen) in städtebaulich negative (strukturelle) Auswirkungen mit unterschiedlichen Ergebnissen diskutiert. Die Bandbreite der Werte reicht von 10%⁸, über 10% bis 20%⁹ bis hin zu etwa 30%¹⁰.

⁵ vgl. GMA; Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe, Kurzfassung der GMA-Langzeitstudie im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern in Baden-Württemberg mit Förderung des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg, Ludwigsburg 1997, S. 41

⁶ vgl. GMA; A.a.O., Ludwigsburg 1997, S. 34 und 36

⁷ vgl. OVG Mecklenburg-Vorpommern 3k 09/04, 03.02.2006

⁸ vgl. OVG Potsdam, NVwZ 1999, 434; OVG Münster, BRS 59 Nr. 70; OVG Koblenz, NVwZ-RR 2001, 638 = BRS 64 Nr. 33

⁹ vgl. OVG Koblenz v. 08.01.1999 – 8 B 12650/98 -, NVwZ, 1999, 435, 438; VGH München, BayVBl 2001, 175 = BRS 63 Nr. 62

¹⁰ vgl. OVG Weimar, Urt. V 20.12.2004 – 1 N 1096/03, Juris m. w. Nachw.

- Auch vor dem Hintergrund der seit mehr als einem Jahrzehnt andauernden wirtschaftlich angespannten Lage im Einzelhandel ist die 10% -Schwelle kritisch zu sehen. So können angesichts der nur geringen Gewinnmargen in vielen Warengruppen auch schon deutlich geringere Umsatzumverteilungen gravierende Folgen für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen besitzen.¹¹

Somit ist die städtebauliche Verträglichkeit großflächiger Planvorhaben immer auch aus den individuellen lokalen Gegebenheiten betroffener zentraler Versorgungsbereiche und der wirtschaftlichen Stabilität und Potenz der relevanten Anbieter abzuleiten. Diese müssen ebenfalls Gegenstand der gutachterlichen Untersuchung sein. Diese Pflicht geht nicht zuletzt auf die – vom Bundesverwaltungsgericht in ihrem Inhalt bestätigten – CentrO-Urteile des OVG Münster¹² zurück. Nach den CentrO-Urteilen ist in diesem Zusammenhang festzuhalten, dass

- der *gewichtige Schwellenwert* bei 10 % Umsatzverlust liegt (Regelfall), jedoch
- die Beurteilung offen bleibt, ob ein Schwellenwert von 10 % für alle Fallkonstellationen gelten kann und mit welcher Maßgabe bei der Ermittlung der Zumutbarkeitsschwelle die raumordnerische Funktion der betroffenen Gemeinde zu berücksichtigen ist.

Der gewichtige Schwellenwert ist als wesentlicher Indikator, anhand dessen die Intensität der Belastung der Nachbarkommunen 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 Umschlag von rein wirtschaftlichen zu städtebaulichen Auswirkungen stattzufinden droht“.¹³

Die Ermittlung der monetären bzw. prozentualen Höhe der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ist demnach 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.

Eine fachlich fundierte und auch rechtssichere Bewertung ist erst möglich, wenn man neben dieser rein quantitativen Betrachtung die konkreten städtebaulichen Gegebenheiten und Ausgangsbedingungen ebenso mit in die gutachterlichen Bewertungen einstellt wie die ggf. planerisch und / oder politisch motivierten bzw. beschlossenen Entwicklungsperspektiven der von dem Vorhaben perspektivisch betroffenen Standorte / Standortbereiche / zentralen Versorgungsbereiche.

Eine **städtebaulich relevante Umsatzumverteilung** liegt z. B. dann vor, wenn durch Geschäftsaufgaben die Versorgung der Bevölkerung nicht mehr gewährleistet ist¹⁴ bzw. Ladenleerstände zu einer Verminderung der Vielfalt und Dichte des Warenangebotes sowie zu abnehmender Frequenz, zu Niveauabsenkung und damit zu einer **Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit**

¹¹ Vgl. z. B. Acocella, D.; Fürst, U.C. (2002): 10 Prozent Umsatzumverteilung. In: BAG Handelsmagazin, 05-06/2002, S. 29 ff

¹² Vgl. Urteil des OVG NRW vom 28.12.2005 – 10 D 148/04.NE - „Centro-Urteil“

¹³ ebenda

¹⁴ vgl. Fickert/Fieseler, BauNVO, 10. Auflage (2002), § 11 Rn. 21.1 m.w.N.

des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches führt.¹⁵

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 substantzieller Weise wahrnehmen kann.¹⁶ Hierbei ist zu berücksichtigen, dass nach aktueller obergerichtlicher Rechtsprechung auch des OVG NRW schädliche / negative Auswirkungen – ausgelöst durch ein Vorhaben, welches selbst innerhalb des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches liegt (sog. „Selbstschädigung“) – nicht stattfinden kann und somit auch nicht relevant ist.

Angebotsseitige Datenbasis

Insbesondere mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung zum Thema Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist im Rahmen der Angebotsanalyse eine sehr dezidierte, sortimentspezifische Bestandserfassung erforderlich. Eine solche Primärerhebung erfolgte in der Stadt Heidelberg sowie den potenziell betroffenen Umlandkommunen (= Untersuchungsraum) im Juli 2012. In den folgenden Kommunen wurde der untersuchungsrelevante Einzelhandelsbestand im Rahmen von Begehungen / Befahrungen erhoben¹⁷:

Tabelle 1: Kommunen im Untersuchungsraum

| Kommune | Untersuchungsgebiet |
|------------------------------|----------------------|
| Bammental | gesamtes Stadtgebiet |
| Brühl | gesamtes Stadtgebiet |
| Dossenheim | gesamtes Stadtgebiet |
| Edingen-Neckarhausen | gesamtes Stadtgebiet |
| Eppelheim | gesamtes Stadtgebiet |
| Gaiberg | gesamtes Stadtgebiet |
| Heddesheim | gesamtes Stadtgebiet |
| Heidelberg | gesamtes Stadtgebiet |
| Hirschberg an der Bergstraße | gesamtes Stadtgebiet |
| Ilvesheim | gesamtes Stadtgebiet |
| Ketsch | gesamtes Stadtgebiet |

¹⁵ vgl. u. a. Janning, Der Ausschluss des zentrenschädigenden Einzelhandels im unbeplanten Innenbereich, BauR 2005, 1723, 1725

¹⁶ BverwG 4 C 7.07 vom 11. Oktober 2007

¹⁷ Herleitung der Abgrenzung des Untersuchungsraumes und kartographische Darstellung siehe Kapitel 5.1.

| Kommune | Untersuchungsgebiet |
|-----------------------|---|
| Ladenburg | gesamtes Stadtgebiet |
| Leimen | gesamtes Stadtgebiet |
| Ludwigshafen am Rhein | Stadtteile Friesenheim, Hemsdorf Nord, Mitte, Süd, West |
| Mannheim | gesamtes Stadtgebiet außer Stadtteile Neckarstadt West, Sandhofen |
| Neckargemünd | westliches Gemeindegebiet ohne Dilsbergerhof und Muckenloch |
| Neckarsteinach | gesamtes Stadtgebiet außer Stadtteile Grein und Darsberg |
| Nußloch | gesamtes Stadtgebiet |
| Oftersheim | gesamtes Stadtgebiet |
| Plankstadt | gesamtes Stadtgebiet |
| Rauenberg | gesamtes Stadtgebiet |
| Reilingen | gesamtes Stadtgebiet |
| Sandhausen | gesamtes Stadtgebiet |
| Schriesheim | gesamtes Stadtgebiet |
| Schwetzingen | gesamtes Stadtgebiet |
| Walldorf | gesamtes Stadtgebiet |
| Wiesloch | gesamtes Stadtgebiet außer Stadtteile Baiertal und Schattenhausen |

Quelle: eigene Zusammenstellung; zur kartographischen Darstellung vgl. Kapitel 5.1

Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden dabei alle untersuchungsrelevanten Sortimente differenziert erfasst und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen¹⁸ ermittelt. Mit Blick auf das avisierte Angebot des Planvorhabens wurden die in Tabelle 2 aufgeführten Sortimente in die Untersuchung eingestellt; sie sind den ebenfalls Tabelle 2 zu entnehmenden Branchen zuzuordnen. Neben dem **Kernsortiment Möbel** handelt es sich um die geplanten Randsortimente **Glas / Porzellan / Keramik (GPK) / Haushaltswaren, Wohneinrichtung** (Haus- und Heimtextilien, Teppiche (Einzelware), Kunstgewerbe / Dekorationsartikel / Bilderrahmen) und **Leuchten**. Nicht berücksichtigt wurden im Rahmen der Erhebungen quantitativ deutlich untergeordnete Randsortimente wie Autokindersitze, Spielwaren / Bastelartikel, Kinderwagen, Kinderbekleidung und sowie Aktionswaren¹⁹.

Tabelle 2: Branchenschlüssel zur Unternehmenserhebung

| Hauptbranche | Untersuchte Teilbranchen | Sortimente |
|---|---------------------------------|--|
| <i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i> | | |
| GPK / Haushaltswaren | GPK / Haushaltswaren | Glas, Porzellan, Feinkeramik Schneidwaren und Bestecke, Haushaltswaren |
| <i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i> | | |
| Wohneinrichtung | Bettwaren / Matratzen | Matratzen und Lattenroste, Bettwaren |
| | Haus- und Heimtextilien | Haus- und Heimtextilien, Dekostoffe, Gardinen Bettwäsche |
| | Teppiche | Teppiche (Einzelware) |
| | Sonstige Wohneinrichtung | Kunstgewerbe / Bilder / Rahmen Dekorationsartikel |
| Möbel | Möbel | Möbel Büromöbel Gartenmöbel / Polsterauflagen Küchenmöbel (inkl. Einbaugeräten) |
| Leuchten | Leuchten | Lampen und Leuchten, Leuchtmittel |

Quelle: eigene Zusammenstellung

Erhebungssystematik

Es wurde eine **räumliche Zuordnung** der Einzelhandelsbetriebe nach folgenden Kategorien vorgenommen:

- Zentrale Versorgungsbereiche (Hauptgeschäftszentren, Stadtbezirkzentren, Stadtbezirksteilzentren und Stadtteilzentren)
- Sonstige Einzelhandelsagglomerationen (Sonderstandorte)
- Sonstige integrierte Streulagen

¹⁸ Zur Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes zählt die Fläche, die dem Verkauf dient; einschließlich der Gänge und Treppen in den Verkaufsräumen, der Standflächen für Einrichtungsgegenstände, der Kassen- und Vorkassenzonen (inkl. Windfang), ggf. Bedienungstheken und die dahinter befindlichen Flächen, Schaufenster und sonstige Flächen, die dem Kunden zugänglich sind sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.

¹⁹ Weiterführend zur Herleitung der Verkaufsflächen des Vorhabens sowie der untersuchungsrelevanten Branchen siehe Kapitel 3.

- Sonstige nicht-integrierte Streulagen

Erhoben wurden die folgenden, aufgrund ihres Angebotes **von dem Vorhaben tangierten Einzelhandelsunternehmen**:

- **Flächendeckend alle großflächigen Betriebe, die eines der untersuchungsrelevanten Sortimente** (siehe Tabelle 2) als **Hauptsortiment** führen (Verkaufsflächenanteil > 50 %).
- **Innerhalb der Zentren** und der **sonstigen Einzelhandelsagglomerationen** erfolgte eine **Vollerhebung aller Betriebe mit untersuchungsrelevantem Hauptsortiment** unabhängig von ihrer Größenordnung. Ergänzend wurden in **Mehrbranchenunternehmen** wie z. B. **Warenhäusern** untersuchungsrelevante Randsortimente in nennenswerter Größenordnung erfasst.

Abgrenzung und Definition der zentralen Versorgungsbereiche

Im Hinblick auf die städtebauliche Lage und Einordnung der Einzelhandelsbetriebe im Rahmen der Bestandsanalyse und die Bewertung möglicher städtebaulicher Auswirkungen durch das Vorhaben ist eine Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (u. a. Hauptgeschäftszentrum, Stadtbezirkszentrum) als schützenswerte Bereiche im Sinne der hier einschlägigen Rechtsgrundlagen (u. a. im Sinne von § 11 (3) BauNVO und § 2 (2) BauGB) notwendig. Hierbei konnte auf bereits existente Abgrenzungen aus folgenden regionalen und kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzepten zurückgegriffen werden:

- GMA (2006): Zentrenkonzept für die Universitätsstadt Heidelberg.
- Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung (1999): - Nachbarschaftsverband Heidelberg Mannheim - Versorgung der Bevölkerung mit Leistungen des Einzelhandels
- Piske (2011): Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Böhl-Iggelheim
- imakomm (2009): Einzelhandelskonzept 2015. Gesamtkonzept für die künftige Einzelhandelsentwicklung an den Standorten Oftersheim, Plankstadt und Schwetzingen
- Dr. Donato Acocella Stadt- und Regionalentwicklung (2008): Einzelhandelskonzept für die Stadt Schriesheim
- Stadt Ludwigshafen: Einzelhandels- und Zentrenkonzept Ludwigshafen 2011 (Entwurf)
- Metropolregion Rhein-Neckar (2006): Teilregionalplan, Plankapitel 2.2.5. Einzelhandel des Regionalplans für die Region Rhein-Neckar-Odenwald
- Stadt Mannheim (2009): Fortschreibung Zentrenkonzept Mannheim

Nachfrageseitige Datenbasis

Im Rahmen der Grundlagenermittlung stellt die Nachfrageseite einen weiteren wichtigen Baustein dar. Dabei zählt die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft innerhalb von Einzelhandelsgutachten und -analysen zu den Arbeitsschritten, die methodisch nur unzureichend abgesichert sind. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine Daten und Angaben über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden.

In diesem Zusammenhang wird in der Praxis u.a. auf Werte der IfH, Köln (ehemals BBE) zurückgegriffen. Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Liegt der errechnete Wert unter dem Wert 100 (Bundesdurchschnitt), so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedrigeres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau vor.

Insgesamt basiert die absatzwirtschaftliche Wirkungsanalyse auf einer detaillierten und abgestimmten, z. T. primärstatistisch ermittelten bzw. aktualisierten, Bestandsdatenbasis.

3 Rahmendaten des Vorhabens

Der Standort des geplanten Möbelhauses mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 28.000 m² befindet sich im nordwestlichen Bereich der Entwicklungsflächen des neuen Stadtteils Bahnstadt und grenzt unmittelbar an das Gewerbegebiet Pfaffengrund an (vgl. Karte 1). Über die Eppelheimer Straße ist der Standort nicht nur an eine wichtige innerstädtische Verbindungsachse angeschlossen, auch der Zubringer zur A 656 und somit das Heidelberger Autobahnkreuz (A 5 / A 656) sind gut zu erreichen. Somit ist der Standort verkehrsgünstig gut angeschlossen. Im Flächennutzungsplan für den Nachbarschaftsverband Heidelberg-Mannheim ist die Fläche als Sonderbaufläche Großflächige Handelseinrichtungen (zentrenrelevant) ausgewiesen.

Karte 1: Lage des Vorhabenstandorts



Quelle: eigene Darstellung

Der Untersuchung wird eine geplante **Gesamtverkaufsfläche** des Vorhabens von ca. **28.000 m²** zugrunde gelegt. Die branchenspezifische Aufteilung der Verkaufsflächen basiert auf Betreiberangaben²⁰. Neben 23.000 m² Verkaufsfläche im Kernsortiment Möbel (inkl. Bodenbeläge) sind auf etwas über 5.000 m² Verkaufsfläche zentren- sowie nicht zentrenrelevanten Randsortimente geplant. Die branchenspezifische Aufteilung ist in Tabelle 3 dargestellt.

²⁰ Angaben per Mail durch die juristische Vertretung des Betreibers Dr. Lüttgau vom 27.08.2012

Flächenproduktivitäten des Vorhabens

Die gängige Rechtsprechung²¹ verlangt die Aufzeigung der maximal möglichen absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen eines Vorhabens („Worst-Case-Szenario“). Diesem Anspruch ist bereits im Rahmen der Umsatzermittlung eines Vorhabens durch die Zugrundelegung maximaler Flächenproduktivitäten Rechnung zu tragen.

Da mittels bauleitplanerischer Maßnahmen lediglich Sortimente und Verkaufsflächen gesteuert werden können, verbietet sich im Rahmen einer Verträglichkeitsanalyse eine „betreiberscharfe“ Betrachtung und Bewertung. Auch vor diesem Hintergrund sind den gutachterlichen Berechnungen und Bewertungen jeweils **maximale Rahmendaten** eines Vorhabens zugrunde zu legen. Dabei wird durch die Berechnung eines Worst-Case-Szenarios der aktuellen Rechtsprechung Rechnung getragen, die die Ermittlung maximaler Umsatzumverteilungen – als ökonomische Grundlage für die Abschätzung der maximal zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen – verlangt.

Das Vorhaben wird bei einer Gesamtverkaufsfläche von 28.000 m² zwischen 43 und 52 Mio. Euro Umsatz generieren. Dies entspricht einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von 1.500 bis 1.800 Euro / m². Zwischen 32 und 39 Mio. Euro des Gesamtumsatzvolumens werden auf das Kernsortiment Möbel entfallen, welches rund 23.000 m² Verkaufsfläche einnehmen wird (siehe Tabelle 10). In den Randsortimenten wie z. B. GPK / Haushaltswaren oder Leuchten werden typischerweise höhere Flächenproduktivitäten erzielt als im Kernsortiment, so dass der Umsatzanteil mit rund 25 % hier den Flächenanteil von 18 % übersteigen wird. Insgesamt werden in den Randsortimenten auf rd. 5.000 m² Verkaufsfläche voraussichtlich rd. 11 bis 13 Mio. Euro Umsatz generiert.

Auf rund 1.700 m² Verkaufsfläche sind mit den Sortimenten **Teppiche** (rd. 800 m²) und **Leuchten** (rd. 900 m²) Randsortimente geplant, die gemäß dem Gliederungsvorschlag für Heidelberg nach zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten²² als **nicht-zentrenrelevantes Randsortiment eingeordnet sind**. Verkaufsflächen von maximal **3.000 m²** sind in den **zentrenrelevanten Randsortimenten** geplant. Es handelt sich hierbei um die in der Stadt Heidelberg als zentrenrelevant eingestuft Sortimente **GPK / Haushaltswaren** (rd. 1.100 m²), **Heimtextilien** (rd. 1.100 m²), **sonstige Wohneinrichtung** (400 m²) sowie **Bettwaren / Matratzen**²³ (400 m²). Die rund 400 m² Verkaufsfläche des integrierten **Babyfachmarktes** setzen sich sowohl aus zentrenrelevanten Sortimenten (**Bekleidung, Spielwaren mit zusammen rund 200 m² Verkaufsfläche**) als auch aus nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (**Autokindersitze**) zusammen. Das üblicherweise nicht unerhebliche Sortiment **Kinderwagen (zusammen mit Autokindersitze 200 m² Verkaufsfläche)** ist in der Heidelberger Sortimentsliste nicht aufgeführt.

Bei den einzelnen Sortimenten des Babyfachmarktes handelt es sich um ein **quantitativ deutlich untergeordnetes Randsortiment**. Aufgrund des sortimentspezifisch geringen Umsatzvolumens

²¹ 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.

²² GMA 2006: Zentrenkonzept für die Universitätsstadt Heidelberg. Ludwigsburg, S. 116

²³ Der Gliederungsvorschlag für Heidelberg nach zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten weist lediglich Bettwaren als zentrenrelevantes Sortiment aus, Matratzen werden nicht aufgeführt. Aufgrund des funktionalen Zusammenhangs von Bettwaren und Matratzen wird davon ausgegangen, dass der Gliederungsvorschlag unter dem Sortiment Bettwaren zugleich auch das Sortiment Matratzen subsumiert, womit beide Sortimente als zentrenrelevante Randsortimente eingestuft werden.

erfolgt für diese Sortimente keine separate Auswirkungsanalyse. Grundsätzlich sollte jedoch durch bauleitplanerische Festsetzungen sichergestellt werden, dass vor allem im zentrenrelevanten Bereich nur solche Aktionswaren und Randsortimente zulässig sind, bei denen ein **funktionaler Bezug zum Kernsortiment** erkennbar ist. Dieser **funktionale Bezug ist für die Sortimente des Babyfachmarktes mit Ausnahme von Baby- und Kindermöbel nicht herzustellen**. Hinsichtlich der Beurteilung städtebaulich und versorgungsstrukturell negativer Implikationen ist dabei die **jeweilige für die Gemeinde gültige Sortimentsliste zu berücksichtigen**. Hierbei kann es zu Abweichungen der Zentrenrelevanz einzelner Sortimente gegenüber der Einordnung nach dem Gliederungsvorschlag für Heidelberg nach zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten kommen. Dies trifft insbesondere für die Sortimente Leuchten und Teppiche (Einzelware) zu.

Im Einzelnen werden der Untersuchung die in Tabelle 3 dargestellten Verkaufsflächendimensionierungen und geschätzten Umsatzvolumina zugrunde gelegt:

Tabelle 3: Sortimentspezifische Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze des geplanten Möbelhauses

| Branche | Verkaufsfläche in m ² | Flächenproduktivität (Euro / m ²) | | Umsatz (Mio. Euro) | |
|---|-------------------------------------|--|------------------|-----------------------|------------------|
| | | Worst Case | Moderate Case | Worst Case | Moderate Case |
| Möbel (inkl. Bodenbeläge) | 23.000 | 1.700 | 1.400 | 39,1 | 32,2 |
| GPK / Haushaltswaren | 1.100 | 3.000 | 2.500 | 3,3 | 2,8 |
| Heimtextilien | 1.100 | 2.600 | 2.200 | 2,9 | 2,4 |
| Teppiche (Einzelware) | 800 | 1.700 | 1.400 | 1,3 | 1,1 |
| Sonstige Wohneinrichtung | 400 | 1.800 | 1.500 | 0,7 | 0,6 |
| Bettwaren / Matratzen | 400 | 2.000 | 1.700 | 0,8 | 0,7 |
| Leuchten | 900 | 2.900 | 2.400 | 2,6 | 2,1 |
| Sonstige Sortimente (Spielwaren / Bastelartikel, Kinderbekleidung sowie Aktionswaren) | 200 | 2.900 | 2.400 | 0,6 | 0,5 |
| Autokindersitze, Kinderwagen | 200 | 2.900 | 2.400 | 0,6 | 0,5 |
| Gesamt | 28.100 | 1.800 | 1.500 | 51,9 | 42,9 |

Quelle: Betreiberangaben; eigene Berechnungen

4 Raumordnerische Kompatibilitätsprüfung

Im Folgenden findet eine Überprüfung des Vorhabens im Hinblick auf seine Kompatibilität mit den landesplanerischen Zielen und Grundsätzen gemäß Landesentwicklungsplan 2002 Baden-Württemberg sowie der Plansatz der 3. Teilfortschreibung Regionalplan Unterer Neckar Plankapitel 2.2.5 Einzelhandelsgroßprojekte statt.

Der Landesentwicklungsplan Baden-Württemberg formuliert für Vorhaben des großflächigen Einzelhandels i. S. des § 11 (3) BauNVO mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten, zu denen der geplante Möbelfachmarkt in der Bahnstadt gehört, folgende Festlegungen:

1. *„Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher (Einzelhandelsgroßprojekte) sollen sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen; sie dürfen in der Regel nur in Ober-, Mittel- und Untertzentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.“ (Ziel 3.3.7)*
2. *„Die Verkaufsfläche der Einzelhandelsgroßprojekte soll so bemessen sein, dass deren Einzugsbereich den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreitet. Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte dürfen nicht wesentlich beeinträchtigt werden“ (Ziel 3.3.7.1)*
3. *„Einzelhandelsgroßprojekte dürfen weder durch ihre Lage und Größe noch durch ihre Folgewirkungen die Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde wesentlich beeinträchtigen. Einzelhandelsgroßprojekte sollen vorrangig an städtebaulich integrierten Standorten ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden. Für nicht zentrenrelevante Warensortimente kommen auch städtebauliche Randlagen in Frage.“ (Ziel 3.3.7.2)*

Der Plansatz der 3. Teilfortschreibung Regionalplan Unterer Neckar Plankapitel 2.2.5 Einzelhandelsgroßprojekte übernimmt die wesentlichen Vorgaben für die Ansiedlung Einzelhandelsgroßprojektes aus dem LEP. Darüber hinaus trifft er die folgenden Konkretisierungen:

Zum Kongruenzgebot

„Verkaufsfläche, Warensortiment und Einzugsbereich von Einzelhandelsgroßprojekten sind insbesondere auf die Einwohnerzahl der Standortgemeinde und deren Verflechtungsbereich sowie auf die zentralörtliche Funktionsstufe abzustimmen. Dabei darf der zentralörtliche Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschritten werden.“

„Eine wesentliche Überschreitung ist dann gegeben, wenn mehr als dreißig Prozent des Umsatzes aus Räumen außerhalb des Verflechtungsbereiches erzielt werden“

Zum Beeinträchtigungsverbot

„Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die städtebauliche Entwicklung, Ordnung und Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde und der Nachbargemeinden sowie die Nahversorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich nicht wesentlich beeinträchtigen.“²⁴

Darüber hinaus trifft der Plansatz der 3. Teilfortschreibung Regionalplan Unterer Neckar Plankapitel 2.2.5 Einzelhandelsgroßprojekte Vorgaben zur Begrenzung zentrenrelevanter Randsortimente für Einzelhandelsgroßprojekte in den Ergänzungsstandorten.

„Zentrenrelevante Randsortimente [...] sind zulässig, sofern sie [...] raumordnerisch verträglich sind. Sie sind auf insgesamt maximal zehn Prozent der Gesamtverkaufsfläche, höchstens jedoch 800 m² Verkaufsfläche zu begrenzen.“

Bewertung:

Der Stadt Heidelberg wird durch die Landesplanung die Funktion eines **Oberzentrums** zugewiesen und verfügt über rd. **140.700 Einwohner**²⁵. Als Oberzentrum hat die Stadt gemäß LEP Baden-Württemberg keinen klar definierten Verflechtungsbereich²⁶, sondern besitzt – insbesondere in dem hier untersuchungsrelevanten langfristigen Bedarfsbereich – eine **regionale** Versorgungsfunktion. Der zu erwartende Umsatz des geplanten Möbelhauses von insgesamt 43 bis 52 Mio. Euro liegt sowohl im Kern- als auch in den Randsortimenten unterhalb der entsprechenden Kaufkraft der Heidelberger Bevölkerung.

Das Einzugsgebiet des Vorhabens (siehe Kapitel 5.1) ist überwiegend identisch mit dem grenzüberschreitenden Verdichtungsraum Rhein-Neckar²⁷ für den die Stadt Heidelberg als Oberzentrum einen entsprechenden Versorgungsauftrag besitzt. Da innerhalb des angenommenen Einzugsgebietes des Vorhabens mindestens 80 % des Umsatzes in den nicht zentrenrelevanten Warengruppen sowie mindestens 90 % in den zentrenrelevanten Warengruppen generiert wird (siehe Tabelle 10), kann im Umkehrschluss nahezu ausgeschlossen werden, dass mehr als 30 % des Vorhabenumsatzes von Räumen außerhalb des Heidelberger Verflechtungsbereiches zufließt.

²⁴ Gemäß Einzelhandelserlass Baden-Württemberg vom 21.02.2001 sind „bei voraussichtlichen Umsatzverlusten von zehn Prozent bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten bzw. von zwanzig Prozent bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten [...] in der Regel [...] wesentliche Beeinträchtigungen zu erwarten.“

²⁵ Quelle: Amt für Stadtentwicklung und Statistik, Stadt Heidelberg, Stand 21.12.2011, hierbei wurde die Einwohnerprognose in der mittleren Variante für den Stadtteil Bahnstadt (Stadt Heidelberg 2012: Einwohnerentwicklung in der Bahnstadt) berücksichtigt.

²⁶ Zum baden-württembergischen Teil des grenzüberschreitenden Verdichtungsraums Rhein-Neckar gehören in der Region Unterer Neckar der Stadtkreis Heidelberg; der Stadtkreis Mannheim; vom Rhein-Neckar-Kreis die Gemeinden: Bammental, Brühl, Dossenheim, Edingen-Neckarhausen, Eppelheim, Gaiberg, Heddesheim, Hemsbach, Hirschberg an der Bergstraße, Hockenheim, Ilvesheim, Ketsch, Ladenburg, Laudenbach, Leimen, Mauer, Neckargemünd, Nußloch, Oftersheim, Plankstadt, Rauenberg, Sandhausen, St. Leon-Rot, Schriesheim, Schwetzingen, Walldorf, Weinheim, Wiesloch, Wilhelmsfeld.

²⁷ Die Gemeinden Reilingen, Malsch und Wiesenbach, die dem Einzugsgebiet des Vorhabens zuzurechnen sind, sind nicht Teil des Verdichtungsraumes. Dafür zählen die Gemeinden Mauer, Hemsbach und Laudenbach als Teil des Verdichtungsraumes nicht mehr zum Einzugsgebiet des Vorhabens.

Tabelle 4: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Heidelberg sowie Planumsatz des Vorhabens – Angaben in Mio. Euro

| Branche | Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial | Vorhabenumsatz |
|---|--|--------------------|
| Möbel | 42,2 | 32,2 – 39,1 |
| GPK / Haushaltswaren, Wohneinrichtung, Leuchten | 34,9 | 9,7 – 11,6 |
| Sonstige Randsortimente / Aktionswaren | * | 1,0 – 1,2 |
| Summe | 77,0 | 42,9 – 51,9 |

*Ausweisung nicht möglich

Quelle: IfH, Köln 2012, eigene Berechnungen

Sowohl die geplante Größenordnung der Verkaufsfläche als auch die Zusammenstellung des Warensortimentes sind mit der zentralörtlichen Versorgungsfunktion Heidelbergs vereinbar.

Durch die Realisierung des Vorhabens wird sich die warengruppenspezifische Zentralität in der Standortgemeinde im Bereich Möbel auf rd. 1,82 erhöhen (siehe Tabelle 13), was im Saldo auf einen Kaufkraftzufluss aus den benachbarten Kommunen schließen lässt. Unter Berücksichtigung des Versorgungsauftrages eines Oberzentrums sowie dem verträglichen Anstieg der warengruppenspezifische Zentralität im gesamten Untersuchungsraum auf rd. 0,97 (siehe Tabelle 13) ist die perspektivische Zentralität Heidelberg in der Warengruppe Möbel gerechtfertigt.

Im Plansatz der 3. Teilfortschreibung Regionalplan Unterer Neckar Plankapitel 2.2.5 Einzelhandelsgroßprojekte ist der Vorhabenstandort zudem als zentralörtlicher Standortbereich gekennzeichnet und im Flächennutzungsplan als Sonderstandort für großflächigen Einzelhandel (zentrenrelevant ausgewiesen)

Somit ist festzuhalten, dass – unter Vorbehalt der Einhaltung des Beeinträchtigungsverbotes - eine Kompatibilität des Vorhabens mit den landesplanerischen Vorgaben sowie den Zielen und Grundsätzen des in Aufstellung befindlichen Plansatzes des Einheitlichen Regionalplans Rhein-Neckar gegeben ist. Es bleibt zu klären, ob das Vorhaben die Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde und der Nachbargemeinden beeinträchtigt.

5 Einzelhandelsrelevante Rahmendaten im Untersuchungsraum

Das folgende Kapitel beschäftigt sich mit den einzelhandelsrelevanten Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum. Hierzu wird eine Abgrenzung des potenziellen Einzugsgebietes und des Untersuchungsraumes vorgenommen. Für diesen Raum erfolgt eine Analyse der absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen.

5.1 Abgrenzung des Untersuchungsraumes

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient als Grundlage zur Analyse der Wettbewerbssituation sowie zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials eines Standortes. Der zu ermittelnde potenzielle Einzugsbereich kann dabei nur ein theoretisches Konstrukt darstellen, da keine Untersuchungen zu den wirklichen Kundenströmen vorliegen.

Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität für die Versorgung vor allem mit mittel- und langfristigen Bedarfsgütern vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten der Nachfrager. Dabei nimmt der Möbelsektor seit jeher eine besondere Stellung ein. Im Zuge zunehmender Mobilitätsanforderungen werden hier erhöhte Zeit- und Entfernungswiderstände wahrgenommen, d. h. Entfernungen von 50 bis 100

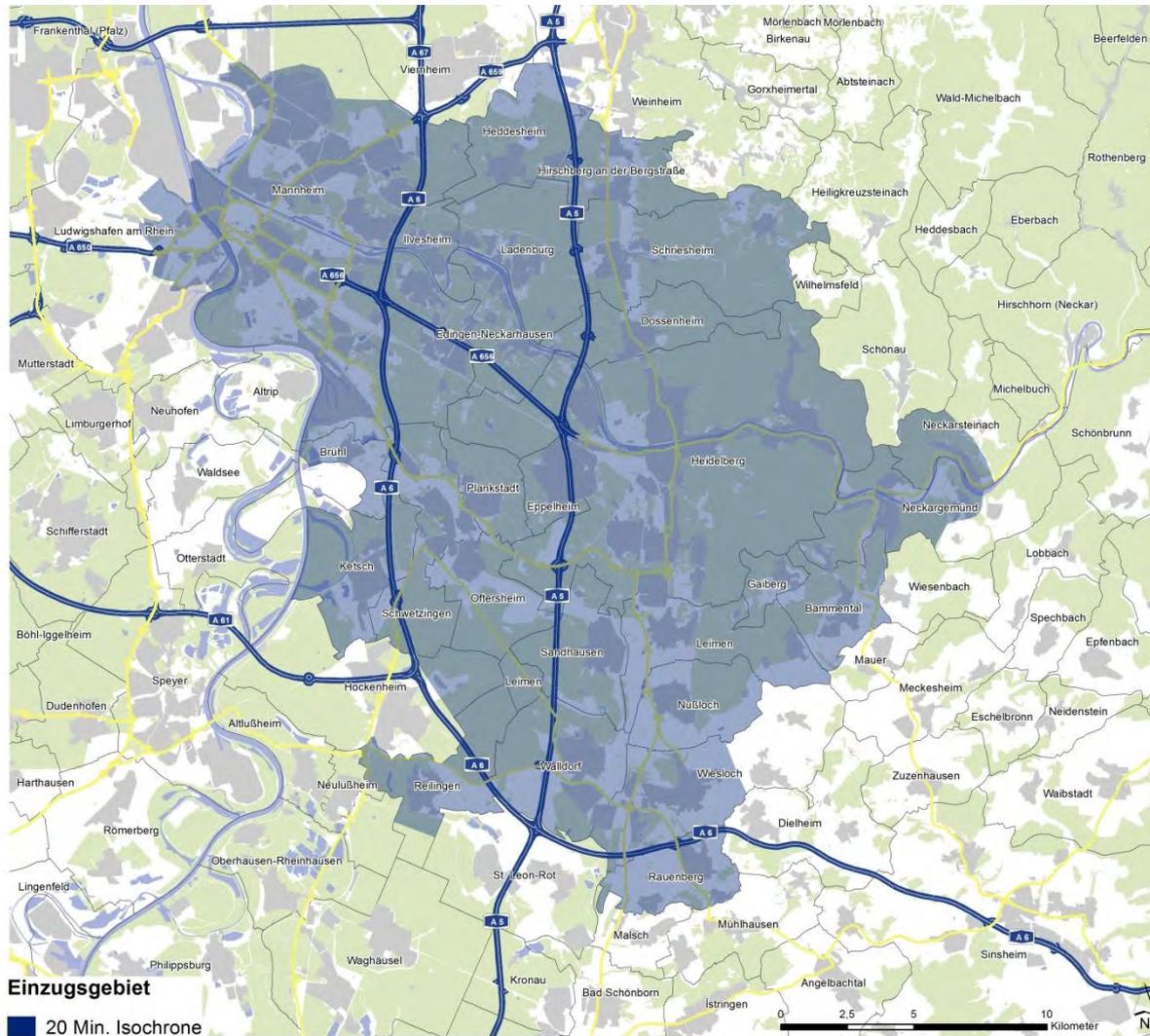
km sind für den Kauf von Möbeln – bei regionalen Unterschieden – nicht unüblich. Dabei ist aber auch zu berücksichtigen, dass ab spezifischen Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zum Einkaufsstandort) die Bereitschaft der Kunden abnimmt diese aufzusuchen, weil wiederum andere Zentren bzw. Wettbewerbsstandorte 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 Spannungsgeflecht resultiert schließlich ein Einzugsgebiet.

Auf der Grundlage von Raumwiderständen, der Einordnung / Bewertung von Konkurrenzstandorten sowie unter Berücksichtigung der entsprechenden Aussagen der vorliegenden Einzelhandelskonzepte wurde als Untersuchungsraum eine Isochrone von 20 Pkw-Minuten²⁸ um das Vorhaben definiert (vgl. Karte 2). Im vorliegenden Fall kann das Vorhaben somit potenziell ein Einzugsgebiet erschließen, welches u. a. Teilbereiche des Ballungsraums Mannheim / Ludwigshafen umfasst. Die erzielbare Kaufkraftabschöpfung aus dem Raum Mannheim wird zwar durch mehrere Konkurrenzanbieter (Segmüller, XXXL Mann Mobilia) im Raum Mannheim eingeschränkt, aufgrund der Relevanz als Angebotsstandort ist jedoch gleichzeitig davon auszugehen, dass es durch das Vorhaben zu einer partiellen Umlenkung von Kaufkraftströmen kommt, die derzeit auf diese Standorte gerichtet sind. In Viernheim sind mehrere Möbelmärkte ansässig, so dass hier die nördliche Grenze des Untersuchungsraumes gezogen werden kann. Bei einer aufgrund der Siedlungsdichte weniger stark ausgeprägten Konkurrenzsituation reicht der Untersuchungsraum im Osten bis in die Gemeinde Neckargemünd und im Süden bis in die Gemeinde Rauenberg. Anhand der durchgeführten Modellberechnung ist eine Abbildung der Kaufkraftflüsse

²⁸ ArcGIS-gestützte Berechnung

innerhalb des Untersuchungsraumes bezogen auf die einzelnen Standortbereiche in detaillierter Form möglich.

Karte 2 Untersuchungsraum



5.2 Untersuchungsrelevante Nachfragesituation im Untersuchungsraum

Zur Ermittlung möglicher absatzwirtschaftlicher Auswirkungen der Planvorhaben sind neben der Kenntnis der relevanten Einzelhandelsangebotsstrukturen speziell auch die Gegebenheiten auf der Nachfrageseite von Bedeutung. Diese soll im Folgenden kurz anhand der wesentlichen Kennwerte dargestellt werden.

Insgesamt leben im Untersuchungsraum rd. **787.400 Einwohner** mit einer einzelhandelsrelevanten **Kaufkraft in den projektrelevanten Warengruppen** von knapp **441 Mio. Euro**. Eine Übersicht über die Bevölkerung im Untersuchungsraum nach Städten und deren branchenspezifische einzelhandelsrelevante Kaufkraft gibt Tabelle 5.

Das einzelhandelsrelevante **Kaufkraftniveau** im Untersuchungsraum präsentiert sich bei einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftkennziffern** von **unter 97 (Ludwigshafen)** bis **knapp 119 (Gai-berg)** insgesamt **mehrheitlich leicht über dem Bundesdurchschnitt (100)**.

Tabelle 5: Einwohner und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsraum

| Kommunen | Einwohner (gerundet) | Kaufkraftkennziffer | Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Mio. Euro) | | | | |
|---------------------------------|-------------------------|---------------------|--|-------------------------|-----------------|----------|-------|
| | | | Möbel | GPK / Haushaltswaren | Wohneinrichtung | Leuchten | Summe |
| Bammental | 6.500 | 102,76 | 2,0 | 0,5 | 0,9 | 0,3 | 3,6 |
| Brühl | 14.200 | 105,76 | 4,6 | 1,1 | 2,0 | 0,7 | 8,3 |
| Dossenheim | 12.500 | 107,81 | 4,1 | 1,0 | 1,8 | 0,6 | 7,5 |
| Edingen- Neckarhausen | 14.400 | 102,37 | 4,4 | 1,0 | 2,0 | 0,7 | 8,0 |
| Eppelheim | 15.000 | 103,86 | 4,7 | 1,1 | 2,1 | 0,7 | 8,6 |
| Gaiberg | 2.700 | 118,93 | 1,0 | 0,2 | 0,4 | 0,2 | 1,9 |
| Heddesheim | 11.600 | 109,31 | 3,9 | 0,9 | 1,7 | 0,6 | 7,1 |
| Heidelberg | 140.700 ³ | 100,88 | 42,1 | 9,8 | 18,8 | 6,3 | 77,0 |
| Hirschberg an der Bergstraße | 9.500 | 119,44 | 3,7 | 0,9 | 1,6 | 0,5 | 6,6 |
| Ilvesheim | 8.500 | 106,63 | 2,8 | 0,6 | 1,2 | 0,4 | 5,0 |
| Ketsch | 12.800 | 108,41 | 4,3 | 1,0 | 1,9 | 0,6 | 7,8 |
| Ladenburg | 11.500 | 111,11 | 4,0 | 0,9 | 1,7 | 0,6 | 7,2 |
| Leimen | 27.200 | 99,51 | 8,3 | 1,9 | 3,7 | 1,2 | 15,1 |

| Kommunen | Einwohner (gerundet) | Kaufkraftkennziffer | Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Mio. Euro) | | | | |
|--------------------------|-------------------------|---------------------|--|-------------------------|-----------------|-------------|--------------|
| | | | Möbel | GPK / Haushaltswaren | Wohneinrichtung | Leuchten | Summe |
| Ludwigshafen am Rhein | 61.300 ² | 96,76 | 17,2 | 4,0 | 7,8 | 2,6 | 31,6 |
| Mannheim | 190.800 ² | 99,30 | 85,1 | 19,7 | 38,1 | 12,7 | 155,6 |
| Neckargemünd | 12.700 ² | 107,29 | 4,2 | 1,0 | 1,8 | 0,6 | 7,6 |
| Neckarsteinach | 3.100 ² | 105,31 | 1,0 | 0,2 | 0,4 | 0,1 | 1,8 |
| Nußloch | 10.700 | 109,21 | 3,6 | 0,8 | 1,6 | 0,5 | 6,6 |
| Oftersheim | 11.200 | 106,34 | 3,6 | 0,8 | 1,6 | 0,5 | 6,6 |
| Plankstadt | 9.700 | 105,58 | 3,1 | 0,7 | 1,4 | 0,5 | 5,7 |
| Rauenberg | 8.000 | 110,19 | 2,7 | 0,6 | 1,2 | 0,4 | 4,9 |
| Reilingen | 7.100 | 105,21 | 2,3 | 0,5 | 1,0 | 0,3 | 4,2 |
| Sandhausen | 14.500 | 107,86 | 4,8 | 1,1 | 2,1 | 0,7 | 8,8 |
| Schriesheim | 14.900 | 114,53 | 5,4 | 1,3 | 2,3 | 0,8 | 9,8 |
| Schwetzingen | 21.800 | 108,38 | 7,3 | 1,7 | 3,2 | 1,1 | 13,2 |
| Walldorf | 14.800 | 113,88 | 5,3 | 1,2 | 2,3 | 0,8 | 9,6 |
| Wiesloch | 19.700 ² | 103,94 | 6,2 | 1,4 | 2,7 | 0,9 | 11,3 |
| Summe¹ | 787.400 | - | 241,7 | 56,2 | 107,1 | 36,0 | 441,0 |

¹ Alle Werte gerundet, daher Abweichungen in den Summen möglich. ² im untersuchungsrelevanten Teilraum, ³ hierbei wurde die Einwohner Prognose in der mittleren Variante für den Stadtteil Bahnstadt (Stadt Heidelberg 2012: Einwohnerentwicklung in der Bahnstadt) berücksichtigt

Quellen: IfH, Köln 2012, eigene Berechnungen

5.3 Angebotssituation im Untersuchungsraum

Ein Bestandteil der vorliegenden Untersuchung ist die Analyse möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen auf die schützenswerten zentralen Versorgungsbereiche i. S. v. § 11 (3) BauNVO. Darüber hinaus wurden jedoch auch weitere relevante Angebotsstandorte in die Analyse eingestellt (vgl. Übersicht aller Angebotsstandorte im Anhang). Bei der Ermittlung der aktuellen **Umsatzzahlen** im Untersuchungsraum wurden nicht nur die ermittelten Verkaufsflächen sowie bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte angesetzt, sondern vielmehr die konkrete Situation vor Ort mit berücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die unterschiedlichen Flächenproduktivitäten (Euro / m²) der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der räumlich detaillierten Angebotsstrukturen im Untersuchungsraum. Einen Gesamtüberblick über das projektrelevante Angebot im Untersuchungsraum geben Tabelle 6 und Tabelle 7.

- Insgesamt wurden in den untersuchungsrelevanten Warengruppen rd. **285.000 m² Verkaufsfläche** erhoben. Der erwirtschaftete Umsatz beläuft sich geschätzt auf rd. **399 Mio. Euro**. Ein Großteil hiervon entfällt mit ca. **208.000 m² Verkaufsfläche** und rd. **248 Mio. Euro Umsatzvolumen** auf die Branche **Möbel**.
- Der mit Abstand höchste Verkaufsflächen- und Umsatzanteil kommt unter den untersuchten Städten mit ca. **109.000 m² Verkaufsfläche** und knapp **154 Mio. Euro Umsatz** den untersuchten Teilbereichen der Stadt **Mannheim** zu. **Heidelberg** verfügt über ein Angebot von knapp **50.000 m² projektrelevanter Verkaufsfläche** und geschätzten **69 Mio. Euro Umsatzvolumen**.

Tabelle 6: Verkaufsflächen (in den zentralen Versorgungsbereichen, Sonderstandorten und Streulagen) in den projektrelevanten Branchen im Untersuchungsraum (Angaben in m²)

| Kommunen ¹ | Branchen | | | | | | | |
|---------------------------------|-------------------------|--------|--------------------------|---------------|----------------------------|---------------------------|----------|--------------------|
| | GPK / Haushaltswaren | Möbel | Bettwaren / Matratzen | Heimtextilien | Teppiche (Ein- zelware) | sonst. Wohneinrichtung | Leuchten | Summe ² |
| Bammental | < 50 | 6.000 | 250 | <100 | <50 | 300 | <100 | 6.700 |
| Brühl | < 50 | 700 | 1.150 | 200 | - | - | - | 2.000 |
| Dossenheim | - | 2.100 | 50 | 100 | - | 350 | - | 2.600 |
| Edingen- Neckarhausen | - | 2.000 | 200 | - | - | - | - | 2.150 |
| Heidelberg | 4.300 | 33.300 | 2.350 | 1.850 | 950 | 4.450 | 2.450 | 49.700 |
| Hirschberg an der Bergstraße | - | 1.350 | 50 | 150 | - | 100 | - | 1.650 |
| Ketsch | 50 | 5.550 | 450 | - | - | 100 | < 50 | 6.200 |
| Ladenburg | 300 | 50 | - | - | - | 150 | - | 500 |
| Ludwigshafen am Rhein | 1.900 | 3.200 | 900 | 1.050 | 500 | 1.700 | 400 | 9.700 |
| Mannheim | 8.400 | 76.750 | 3.050 | 6.050 | 4.600 | 5.250 | 5.300 | 109.400 |
| Neckargemünd | < 50 | 50 | - | - | - | < 50 | - | 50 |
| Nußloch | 50 | < 50 | - | - | - | 50 | - | 100 |
| Oftersheim | 100 | - | - | - | - | 50 | - | 100 |
| Plankstadt | < 50 | - | - | - | - | 50 | - | 50 |
| Reilingen | 450 | 11.800 | 100 | 200 | 350 | 200 | 300 | 13.350 |
| Sandhausen | 250 | 5.500 | 200 | 150 | 50 | 400 | 800 | 7.350 |

| Kommunen ¹ | Branchen | | | | | | | |
|---------------------------|-------------------------|----------------|--------------------------|---------------|----------------------------|---------------------------|---------------|--------------------|
| | GPK / Haushaltswaren | Möbel | Bettwaren / Matratzen | Heimtextilien | Teppiche (Ein- zelware) | sonst. Wohneinrichtung | Leuchten | Summe ² |
| Schriesheim | 400 | 150 | - | - | - | < 50 | - | 600 |
| Schwetzingen | 1.600 | 36.350 | 1.250 | 1.150 | 50 | 1.900 | 1.500 | 43.750 |
| Walldorf | 1.400 | 13.900 | 300 | 500 | 500 | 1.050 | 600 | 18.300 |
| Wiesloch | 500 | 9.300 | 150 | 250 | 50 | 200 | 200 | 10.650 |
| Gesamt² | 19.750 | 207.950 | 10.450 | 11.750 | 7.100 | 16.250 | 11.600 | 284.900 |

¹ Teilweise nur Teilräume der Kommunen (siehe Kapitel 2); nicht aufgeführte Kommunen verfügen über kein der Erhebungssystematik entsprechendes Einzelhandelsangebot

² Alle Werte gerundet, daher Abweichungen in den Summen möglich.

Quellen: eigene Erhebungen und Berechnungen

Tabelle 7: Geschätzte Umsätze in den projektrelevanten Branchen im Untersuchungsraum (in den zentralen Versorgungsbereichen, Sonderstandorten und Streulagen) (Angaben in Mio. Euro)

| Kommunen ¹ | Branchen | | | | | | | |
|---------------------------------|-------------------------|-------|--------------------------|---------------|----------------------------|---------------------------|----------|--------------------|
| | GPK / Haushaltswaren | Möbel | Bettwaren / Matratzen | Heimtextilien | Teppiche (Ein- zelware) | sonst. Wohneinrichtung | Leuchten | Summe ² |
| Bammental | 0,1 | 6,8 | 0,4 | 0,1 | <0,1 | 0,5 | 0,1 | 8,0 |
| Brühl | <0,1 | 0,9 | 1,7 | 0,3 | - | - | - | 2,9 |
| Dossenheim | - | 3,7 | 0,1 | 0,2 | - | 0,9 | - | 5,0 |
| Edingen- Neckarhausen | - | 2,3 | 0,3 | - | - | - | - | 2,5 |
| Heidelberg | 8,9 | 37,8 | 3,7 | 3,6 | 1,2 | 8,3 | 5,6 | 69,0 |
| Hirschberg an der Bergstraße | - | 1,8 | 0,1 | 0,5 | - | 0,2 | - | 2,5 |
| Ketsch | 0,2 | 6,7 | 0,7 | - | - | 0,2 | - | 7,8 |
| Ladenburg | 0,8 | < 0,1 | - | - | - | 0,4 | - | 1,2 |
| Ludwigshafen am Rhein | 4,1 | 4,7 | 1,5 | 2,2 | 0,6 | 3,5 | 1,0 | 17,6 |
| Mannheim | 18,3 | 90,2 | 4,9 | 11,6 | 5,7 | 10,3 | 12,9 | 153,9 |
| Neckargemünd | < 0,1 | < 0,1 | - | - | - | < 0,1 | - | 0,1 |
| Nußloch | 0,1 | < 0,1 | - | - | - | 0,2 | - | 0,3 |
| Oftersheim | 0,2 | - | - | - | - | 0,1 | - | 0,3 |
| Plankstadt | < 0,1 | - | - | - | - | 0,1 | 0,1 | 0,1 |
| Reilingen | 0,9 | 13,7 | 0,1 | 0,4 | 0,4 | 0,4 | 0,6 | 16,5 |
| Sandhausen | 0,6 | 7,0 | 0,3 | 0,3 | 0,1 | 0,9 | 2,2 | 11,5 |

| Kommunen ¹ | Branchen | | | | | | | |
|---------------------------|-------------------------|--------------|--------------------------|---------------|----------------------------|---------------------------|-------------|--------------------|
| | GPK / Haushaltswaren | Möbel | Bettwaren / Matratzen | Heimtextilien | Teppiche (Ein- zelware) | sonst. Wohneinrichtung | Leuchten | Summe ² |
| Schriesheim | 1,1 | 0,3 | - | - | - | < 0,1 | - | 1,4 |
| Schwetzingen | 3,4 | 43,6 | 2,0 | 2,2 | 0,1 | 3,7 | 3,4 | 58,4 |
| Walldorf | 3,0 | 17,5 | 0,5 | 1,0 | 0,7 | 2,1 | 1,5 | 26,2 |
| Wiesloch | 1,1 | 10,7 | 0,2 | 0,5 | 0,1 | 0,5 | 0,5 | 13,4 |
| Gesamt² | 42,7 | 247,5 | 16,7 | 22,9 | 8,9 | 32,2 | 27,8 | 398,7 |

¹ Teilweise nur Teilräume der Kommunen (siehe Kapitel 2)

² Alle Werte gerundet, daher Abweichungen in den Summen möglich.

Quellen: eigene Erhebungen und Berechnungen

Im Kernsortiment **Möbel** errechnen sich demnach die folgenden **Zentralitätswerte**²⁹:

Tabelle 8: Zentralitäten der Branche Möbel im Untersuchungsraum

| Kommune ¹ | Zentralität |
|--------------------------------------|-------------|
| Bammental | 3,41 |
| Brühl | 0,19 |
| Dossenheim | 0,89 |
| Edingen-Neckarhausen | 0,51 |
| Eppelheim | - |
| Gaiberg | - |
| Heddesheim | - |
| Heidelberg (Oberzentrum) | 0,90 |
| Hirschberg an der Bergstraße | 0,48 |
| Ilvesheim | - |
| Ketsch | 1,56 |
| Ladenburg (Unterzentrum) | 0,01 |
| Leimen | - |
| Ludwigshafen am Rhein (Oberzentrum) | 0,27 |
| Mannheim (Oberzentrum) | 1,06 |
| Neckargemünd (Unterzentrum) | 0,01 |
| Neckarsteinach (Kleinzentrum) | - |
| Nußloch | - |
| Oftersheim | - |
| Plankstadt | - |
| Rauenberg (Kleinzentrum) | - |
| Reilingen | 6,01 |
| Sandhausen | 1,46 |
| Schriesheim | 0,05 |
| Schwetzingen (Mittelzentrum) | 6,00 |
| Walldorf (Teil eines Mittelzentrums) | 3,29 |
| Wiesloch (Teil eines Mittelzentrums) | 1,72 |
| Gesamt | 1,02 |

¹ Teilweise nur Teilräume der Kommunen (siehe Kapitel 2).

Quelle: IfH, Köln 2012; eigene Erhebungen und Berechnungen

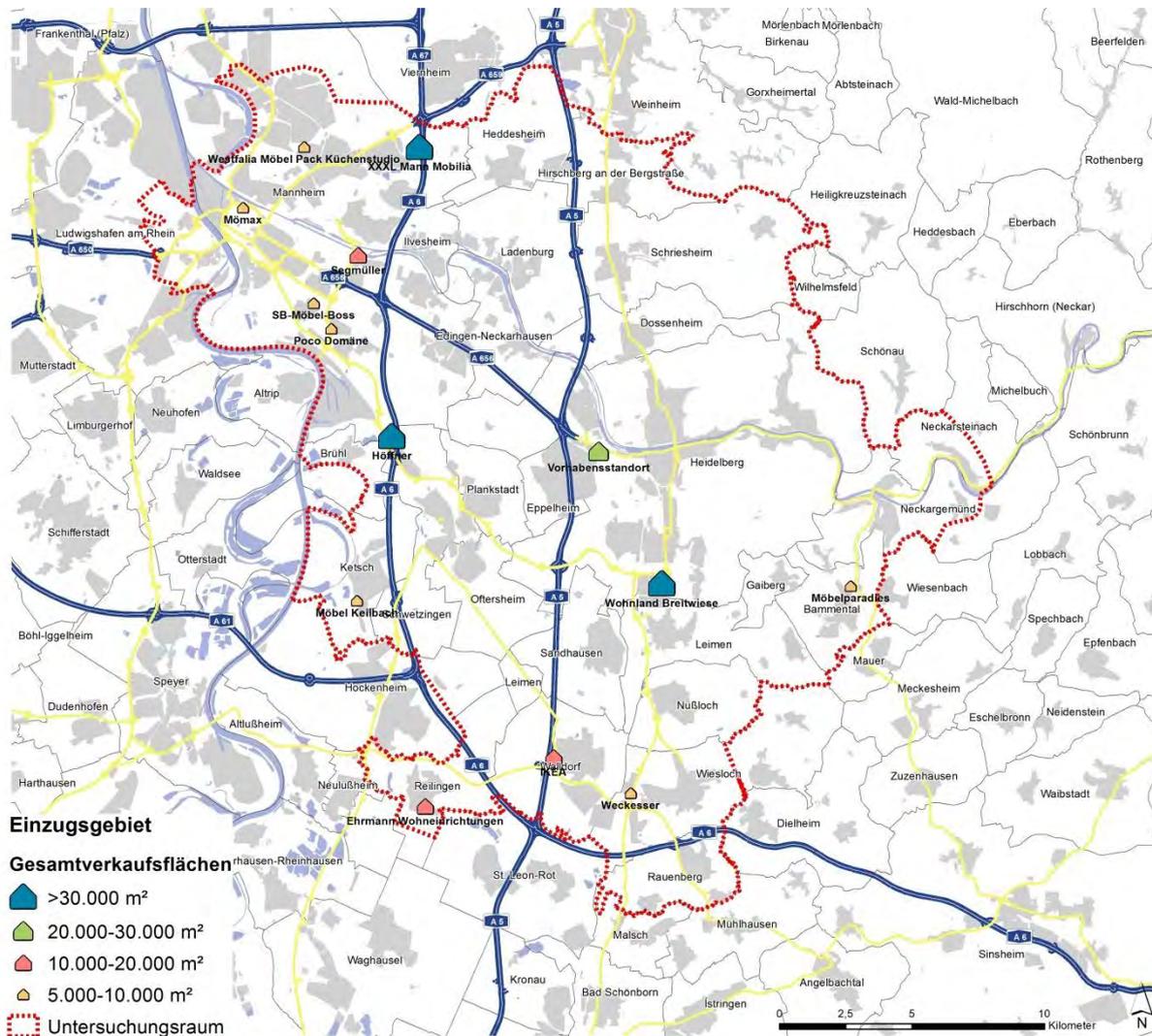
Insgesamt lässt der Zentralitätswert über alle Kommunen im Wirkungsraum in der **Branche Möbel** von **1,02** per Saldo bereits einen geringen Kaufkraftzufluss aus den umliegenden Regionen schließen. Die Zentralität in der Warengruppe Möbel liegt in der Vorhabengemeinde Heidelberg bei 0,9. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass die Zentralität infolge der selektiven Erhebungsmethodik (vgl. Kapitel 2) tendenziell (leicht) zu gering abgebildet ist. Insgesamt bestehen in dieser Branche somit geringe Potenziale zu einer Rückgewinnung abfließender Kaufkraft.

²⁹ Die Zentralität zeigt an, wie viel der lokal vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch den niedergelassenen Einzelhandel gebunden werden kann. Ein Wert von 1 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genau so groß ist wie die lokal vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraft im entsprechenden Sortiment; Werte über 1 deuten auf Zuflüsse von außen hin.

Im Untersuchungsraum befinden sich mit Heidelberg, Ludwigshafen und Mannheim insgesamt drei Oberzentren. Von diesen Oberzentren kann nur Mannheim einen geringen Kaufkraftzufluss aufweisen, der für ein Oberzentrum jedoch auch in einer relativ geringen Größenordnung liegt. Heidelberg weist in dieser Branche eine für ein Oberzentrum untypisch geringe Zentralität auf. Die geringe Zentralität von Ludwigshafen ist unter Berücksichtigung des nur eingeschränkten Untersuchungsraumes zu relativieren. Die mit Abstand höchsten Zentralitäten weisen Schwetzingen (Mittelzentrum) und Reilingen (ohne zentralörtliche Funktion) mit ca. 6,0 auf. Auch Walldorf (Teil eines Mittelzentrums) sowie Bammental (ohne zentralörtliche Funktion) weisen mit einer Zentralität von über 3 in der Branche Möbel signifikante Zuflüsse einzelhandelsrelevanter Kaufkraft auf. Durch Realisierung des Vorhabens würde die Zentralität im gesamten Untersuchungsraum **auf 1,06 ansteigen**. In der Vorhabengemeinde Heidelberg würde sich die Zentralität für die Branche Möbel von derzeit 0,9 auf 1,61 signifikant erhöhen.

Einen Überblick über die größten Wettbewerber im Möbelbereich (ab ca. 5.000 m² Verkaufsfläche) im Untersuchungsraum geben Karte 3 und Tabelle 9.

Karte 3: Relevante Anbieter im Möbelbereich ab ca. 5.000 m² Verkaufsfläche im Untersuchungsraum



Quelle: eigene Erhebungen und Darstellung

Die größten Einzelanbieter mit jeweils mehr als 40.000 m² Verkaufsfläche sind **Höffner** in Schwetzingen (~ 43.000 m² Verkaufsfläche) sowie das **Möbelhaus XXXL Mann Mobilia** aus der Unternehmensgruppe (~ 42.000 m² Verkaufsfläche) des Vorhabenträgers XXXLutz in Mannheim. Drittgrößter Anbieter im Untersuchungsraum ist der **Wohnland Breitwieser** mit rd. 30.000 m² Verkaufsfläche, der in der Stadt Heidelberg angesiedelt ist. Die anderen Anbieter im Untersuchungsraum weisen Dimensionierungen von zwischen 5.000 bis 13.500 m² Verkaufsfläche auf. Es wird somit deutlich, dass das Planvorhaben mit rd. 28.000 m² Verkaufsfläche zu einem der größten Anbieter im Untersuchungsraum gehören würde.

Tabelle 9: Relevante Anbieter im Möbelbereich ab ca. 5.000 m² Verkaufsfläche im Untersuchungsraum

| Kommune | Adresse | Betreiber | Verkaufsfläche in m ² * |
|--------------|-------------------------|-------------------------|------------------------------------|
| Bammental | Bahnhofstraße | Möbelparadies | 6.500 |
| Heidelberg | Hertzstraße | Wohnland Breitwieser | 30.000 |
| Hockenheim | Hockenheimer Straße | Möbel Keilbach | 6.000 |
| Mannheim | August-Borsig-Straße | SB-Möbel-Boss | 5.500 |
| Mannheim | Helmer-Straße | Poco | 9.000 |
| Mannheim | K1 | Mömax | 7.500 |
| Mannheim | Oskar-von-Müller-Straße | Westfalia Möbel Peek | 5.000 |
| Mannheim | Seckenheimer Landstraße | Segmüller | 13.500 |
| Mannheim | Spreewaldallee | XXXL Mann Mobilia | 42.000 |
| Reilingen | Hauptstr. | Ehrmann Wohneinrichtung | 13.500 |
| Schwetzingen | Mannheimer Landstraße | Höffner | 43.000 |
| Walldorf | Josef-Reiert-Str. | IKEA | 13.500 |
| Wiesloch | In den Weinackern | Weckesser | 7.500 |

* gerundete Werte

Quelle: eigene Erhebungen

Da die Verträglichkeitsanalyse gemäß § 11 (3) BauNVO sowohl auf die Ermittlung städtebaulicher Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche im Einzugsbereich als auch auf mögliche Implikationen versorgungsstruktureller Art abstellt, sind im Anhang des Gutachtens die angebotsseitigen Kenndaten (Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze³⁰) der untersuchten zentralen Versorgungsbereiche und Sonderstandorte mit projektrelevantem Angebot detailliert aufgeführt. Die Kernbranche des Vorhabens, Möbel, spielt in den meisten zentralen Versorgungsbereichen nur eine untergeordnete Rolle. Ausnahmen bilden hierbei die Mannheimer (rd. 7.700 m² Verkaufsfläche) sowie die Ludwigshafener (rd. 2.900 m² Verkaufsfläche) Innenstadt. Ein Großteil der Verkaufsfläche ist dabei jeweils auf das Angebot einzelner großflächiger Anbieter (Mömax in Mannheim mit 7.400 m² Gesamtverkaufsfläche, Marktex in Mannheim mit 1.000 m² Gesamtverkaufsfläche, R&G Exklusive Einrichtungen & Design in Ludwigshafen 1.700 m² Gesamtverkaufsfläche) zurückzuführen. Auch die Zentren Dossenheims (2.100 m² Verkaufsfläche), Heidelberg Innenstadt (800 m² Verkaufsfläche) sowie Mannheimer Neckarau (800 m² Verkaufsfläche) weisen nennenswerte Angebote auf. Hierbei handelt es sich jedoch überwiegend um höherwertige Angebote und Fachhändler mit jeweils weniger als 1.000 m² Verkaufsfläche. Ausnahme bildet der großflächige Anbieter Möbel Kirsch mit 2.500 m² Gesamtverkaufsfläche.

³⁰ An einigen der aufgeführten Standorte sind nur wenige Anbieter bzw. nur ein Hauptanbieter vorhanden. Da es sich bei den ausgewiesenen Umsatzzahlen der einzelnen Standorte jedoch nicht um Echtzahlen, sondern um eigene Schätzungen durch den Gutachter anhand branchenspezifischer Kennwerte handelt, werden Datenschutzbelange dadurch nicht berührt.

6 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Einordnung von absatzwirtschaftlichen 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 0 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 zentralen Versorgungsbereich städtebaulich verträglich sein als auch eine Umsatzumverteilungsquote von weniger als 10 % für einen bestimmten Zentrenbereich als städtebaulich unverträglich eingestuft werden³¹.

Das interkommunale Abstimmungsgebot³² schützt nicht den in der Nachbargemeinde vorhandenen Einzelhandel vor Konkurrenz, sondern nur die Nachbargemeinde als Selbstverwaltungskörperschaft und Trägerin der Planungshoheit.³³ Die Auswirkungen müssen sich folglich auf die versorgungsstrukturelle und / oder städtebauliche Ordnung und Entwicklung in der Nachbargemeinde beziehen³⁴. Die Bewertung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Implikationen der wettbewerblichen Auswirkungen ist daher ein zwingend erforderlicher Schritt bei der Beurteilung der Auswirkungen eines Vorhabens, wie in verschiedenen obergerichtlichen Urteilen bestätigt wurde³⁵.

Relevante Auswirkungen auf die zentralen 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 Nachbargemeinde 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, so dass die Versorgung der Bevölkerung nicht mehr gewährleistet ist³⁶, bzw.
- das jeweilige Vorhaben zu Ladenleerständen und so zu einer Verminderung der Vielfalt und Dichte des Warenangebotes sowie zu abnehmender Frequenz, zur Niveauabsen-

³¹ Zur Verdeutlichung ist z. B. auf die angespannte Konkurrenzsituation im Lebensmitteleinzelhandel in Deutschland hinzuweisen. Die Betriebe bewegen sich überwiegend an der Rentabilitätsschwelle. Lebensmittelvollsortimenter z. B. weisen Gewinnmargen von durchschnittlich rd. 0 bis 1 % auf, so dass selbst Umsatzumverteilungsquoten von 5 % bereits zu Geschäftsaufgaben führen können.

³² vgl. § 2 Abs. 2 BauGB 2004

³³ Durch die Zurückweisung der Beschwerde gegen die Nicht-Zulassung der Revision in dem Urteil des Oberverwaltungsgerichtes für das Land Nordrhein-Westfalen vom 06. Juni 2005 (sog. „CentrO-Urteil“) bestätigt (BVerwG 4 BN 41.05).

³⁴ vgl. Die Wiedergabe der Urteilsbegründungen bei Hoppe, NVwZ 2005, S. 1.145. In Fn. 34 des Beitrags sind die Urteile des BVerwG aufgeführt, auf die sich die Oberhausen-Urteile beziehen

³⁵ vgl. u. a. Urteil des OVG NRW vom 30.09.2009 (10 A 1676/08)

³⁶ vgl. Fickert/Fieseler, BauNVO, 10. Auflage (2002), § 11 Rn. 21.1 m.w.N.

kung und **damit zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches führt**³⁷.

Ein aktuelles 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 substanzieller Weise wahrnehmen kann**.³⁸

Insbesondere die Bedeutung absatzwirtschaftlich „betroffener“ Betriebe für den zentralen Versorgungsbereich ist in diesem Zusammenhang ausschlaggebend dafür, ob sich aus wettbewerblichen Auswirkungen negative städtebauliche Auswirkungen ergeben. Somit gilt es zu analysieren, wie die Anbieter im zentralen Versorgungsbereich eingebettet sind und welche Bedeutung sie für den zentralen Versorgungsbereich 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 |

Speziell im Hinblick auf das **nicht-zentrenrelevante Kernsortiment** des Vorhabens, welches nicht vorrangig in zentralen Versorgungsbereichen, sondern an Sonderstandorten und in Streulagen angeboten wird (vgl. detaillierte Angebotskenndaten im Anhang), sind in besonderem Maße versorgungsstrukturelle Aspekte zu berücksichtigen. Dies wirkt sich auch auf die Bewertung der ermittelten Umsatzumverteilungen aus. So ist für diese Sortimente tendenziell von einer höheren „Erheblichkeitsschwelle“ der Umsatzumverteilung als bei zentrenrelevanten Sortimenten auszugehen, wobei eine klare Demarkationslinie hier gleichermaßen nicht existiert. Unter anderem in Anlehnung an den Einzelhandelserlass Baden-Württemberg kann die Erheblichkeitsschwelle hier jedoch deutlich höher angesetzt werden als im Hinblick auf zentrenrelevante Sortimente in zentralen Versorgungsbereichen, nämlich bei bis zu ca. 20 %. Neben der Höhe der ermittelten Umsatzumverteilungen stellt jedoch auch die Zentralitätskennziffer einer Stadt und ihre Veränderung in Folge der Vorhabenrealisierung als Maßstab für die angemessene Erfüllung der zugewiesenen zentralörtlichen Funktion eine wichtige Kenngröße dar.³⁹

³⁷ vgl. u. a. Janning, Der Ausschluss des zentrenschädigenden Einzelhandels im unbeplanten Innenbereich, BauR 2005, 1723, 1725

³⁸ BVerwG 4 C 7.07 vom 11. Oktober 2007

³⁹ vgl. auch Kuschnerus (2008): Der standortgerechte Einzelhandel, Rdnr. 673ff.

7 Auswirkungen des Vorhabens

Im Rahmen der Wirkungsanalyse werden für die zu untersuchenden branchenspezifischen Verkaufsflächen die induzierten Umsatzumverteilungen errechnet und – nicht zuletzt auch unter regionalen Gesichtspunkten (i.S.v. § 11 (3) BauNVO und § 2 (2) BauGB) – hinsichtlich ihrer städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Verträglichkeit bewertet.

7.1 Annahmen zur Umsatzherkunft des Vorhabens

Bei der absatzwirtschaftlichen Einordnung der Vorhaben wird durch städtebauliche Worst-Case- und Moderate-Case-Szenarien der aktuellen Rechtsprechung Rechnung getragen, die die Ermittlung von potenziellen Umsatzumverteilungen – als Bewertungsmaßstab für zu erwartende städtebauliche Auswirkungen – in Spannweiten verlangt. Zu diesem Zwecke wurden basierend auf der Analyse der Rahmenbedingungen im Untersuchungsraum (vgl. Kapitel 5.1 bis 5.3) Annahmen zur Höhe des im Untersuchungsraum umverteilungsrelevanten Umsatzes getroffen. Allen Berechnungen wurden die in Tabelle 3 (vgl. Kapitel 3) aufgelisteten Verkaufsflächen und Umsätze des Vorhabens zugrunde gelegt.

Hierbei ist zu berücksichtigen, dass sich das Sortiment Möbel generell durch einen besonders großen Einzugsbereich und eine entsprechende Streuung der Auswirkungen auszeichnet; der Einzugsbereich wird somit über den definierten Untersuchungsraum hinausreichen (vgl. auch Kapitel 5.1). Im Sinne eines Worst-Case-Ansatzes ist dennoch auch in der Branche Möbel von einem maximalen Umsatzanteil des Untersuchungsraumes auszugehen, um hier das maximale Ausmaß der zu erwartenden Auswirkungen aufzuzeigen. Auch ist in diesem Kontext zu berücksichtigen, dass der Untersuchungsraum insgesamt eine Zentralität aufweist, die eine relevante Rückgewinnung bislang abfließender Kaufkraft nicht in hohem Maße erwarten lässt.

Vor diesem Hintergrund wurde der im Untersuchungsraum umverteilungsrelevante Vorhabenumsatzanteil in der Branche Möbel mit **70 bis 80 %** angesetzt. Auch in den sonstigen, nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (Leuchten, Teppiche) wurde diese Spannweite angesetzt. Berücksichtigt wurde hierbei auch, dass ein untergeordneter Anteil der Umsatzumverteilung auch gegenüber Standorten wirksam werden wird, die aufgrund der selektiven Erhebungsmethodik (vgl. Kapitel 0) nicht erfasst wurden (außerhalb der Zentren gezielte Erhebung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit untersuchungsrelevantem Kernsortiment). In den zentrenrelevanten Randsortimenten wurde eine Umsatzumverteilung von **90 bis 100 %** angenommen.

Damit sind, den oben angeführten Argumenten entsprechend, sowohl die Rahmenbedingungen im Einzugsbereich (vgl. Kapitel 5.1 bis 5.3) als auch die rechtlichen Maßgaben berücksichtigt. Einen Überblick über das umverteilungsrelevante Umsatzvolumen des Vorhabens nach Branchen gibt Tabelle 10.

Tabelle 10: Höhe des im Untersuchungsraum umverteilungsrelevanten Vorhabenumsatzes nach Branchen

| Branche | Umsatz (Mio. Euro) | | Umverteilungsrelevanter Umsatzanteil | | Umverteilungsrelevanter Umsatz (Mio. Euro) | |
|---|--------------------|---------------|--------------------------------------|---------------|--|---------------|
| | Worst Case | Moderate Case | Worst Case | Moderate Case | Worst Case | Moderate Case |
| Möbel (inkl. Bodenbeläge) | 39,1 | 32,2 | 80% | 70% | 31,3 | 22,5 |
| GPK / Haushaltswaren | 3,3 | 2,8 | 100% | 90% | 3,3 | 2,5 |
| Heimtextilien | 2,9 | 2,4 | 100% | 90% | 2,9 | 2,2 |
| Teppiche (Einzelware) | 1,3 | 1,1 | 80% | 70% | 1,1 | 0,8 |
| Sonstige Wohneinrichtung | 0,7 | 0,6 | 100% | 90% | 0,7 | 0,5 |
| Bettwaren / Matratzen | 0,8 | 0,7 | 100% | 90% | 0,8 | 0,6 |
| Leuchten | 2,6 | 2,1 | 80% | 70% | 2,1 | 1,5 |
| Sonstige Sortimente (Spielwaren / Bastelartikel, Kinderbekleidung sowie Aktionswaren) | 0,6 | 0,5 | 100 % | 90 % | 0,6 | 0,4 |
| Autokindersitze, Kinderwagen | 0,6 | 0,5 | 100 % | 90 % | 0,6 | 0,4 |
| Gesamt | 51,9 | 42,9 | | | 43,3 | 31,5 |

Quelle: eigene Berechnungen; Werte gerundet, daher Abweichungen in den Summen möglich

Im Folgenden werden die Analyseergebnisse in Bezug auf das mögliche monetäre Umverteilungspotenzial der verschiedenen Sortimentsgruppen des geplanten Vorhabens mit einer Einschätzung der möglichen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Folgewirkungen dargestellt.

Das Angebot des geplanten integrierten **Babyfachmarktes** besteht aus Einzelsortimenten, deren Größenordnung im Einzelnen aufgrund der geringen Verkaufsflächengrößen und damit einhergehenden Umsatzvolumina keine Auswirkungen erwarten lassen. Dennoch bleibt festzuhalten, dass sich bei diesen üblicherweise zentrenrelevanten Sortimenten **keine funktionale Zuordnung** (z. B. Wohneinrichtungsgegenstände als Randsortiment in einem Möbelmarkt) **zum Kernsortiment eines Möbelmarktes herstellen lässt**. Ohne funktionale Zuordnung von Randsortimenten zu Kernsortimenten besteht die Gefahr einer uferlosen Ausweitung der Randsortimente und einer Angebotsdiversifizierung außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche.

7.2 Ergebnisse der Berechnungen – Umsatzumverteilungen durch das Planvorhaben

Die Realisierung des Planvorhabens und die Generierung der aufgezeigten Umsätze würde mit Blick auf die zuvor dargestellten absatzwirtschaftlichen Kennwerte im Untersuchungsraum zu den in Tabelle 11 und Tabelle 12 dargestellten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen führen. Da im Rahmen der vorliegenden Untersuchung gemäß § 11 (3) BauNVO sowohl die konkrete Einordnung des geplanten Vorhabens hinsichtlich möglicher negativer Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche im Einzugsbereich als auch im Hinblick auf mögliche Implikationen versorgungsstruktureller Art relevant sind, werden nachfolgend die mit Hilfe des Gravitationsmodells ermittelten Umsatzumverteilungseffekte auf die im Untersuchungsraum befindlichen **zentralen Versorgungsbereiche, Sonderstandorte** sowie die **sonstigen relevanten Einzelhandelslagen** aufgeführt. Die Darstellung der sonstigen Lagen erfolgt differenziert nach städtebaulich integrierten und nicht-integrierten Standorten unterteilt. Die Auflistung der prozentualen und monetären Umsatzumverteilungen beschränkt sich dabei auf die Angebotsstandorte, bei denen sich nachweisbare Umsatzumverteilungen ergeben.

Tabelle 11: prozentuale und monetäre Umsatzumverteilung in den Branchen Möbel, GPK / Haushaltswaren, Heimtextilien und Teppich (Einzelware)

| Angebotsstandorte | Möbel | | GPK / Haushaltswaren | | Heimtextilien | | Teppich (Einzelware) | |
|---|----------|-----------|----------------------|-----------|---------------|-----------|----------------------|-----------|
| | in % | in Mio. € | in % | in Mio. € | in % | in Mio. € | in % | in Mio. € |
| Bammental nicht integrierte Streulage | 10 - 14% | 0,7 - 0,9 | * | * | * | * | * | * |
| Brühl nicht integrierte Streulage | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Brühl Zentraler Bereich | * | * | - | - | - | - | - | - |
| Dossenheim Integrierte Streulage | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Dossenheim Zentraler Bereich | 15 - 20% | 0,5 - 0,7 | - | - | * | * | - | - |
| Edingen-Neckarhausen nicht integrierte Streulage | 9 - 13% | 0,2- 0,3 | - | - | - | - | - | - |
| Heidelberg Sonderstandort Rohrbach Süd | 17 - 23% | 5,0 - 6,8 | 13 - 17% | 0,3 - 0,4 | 24 - 30% | 0,2 - 0,3 | * | * |
| Heidelberg integrierte Streulage | 14 - 19% | 0,3 - 0,4 | * | * | * | * | * | * |
| Heidelberg nicht integrierte Streulage | 23 - 30% | 1,2 – 1,6 | bis zu 24% | max. 0,1 | * | * | 23 - 31% | 0,2 - 0,3 |
| Heidelberg Zentraler Bereich Innenstadt | 17 - 24% | 0,2 - 0,3 | 11 - 14% | 0,6 - 0,8 | 20 - 26% | 0,4 – 0,5 | - | - |

| Angebotsstandorte | Möbel | | GPK / Haushaltswaren | | Heimtextilien | | Teppich (Einzelware) | |
|---|---------|-----------|----------------------|-----------|---------------|-----------|----------------------|-----------|
| | in % | in Mio. € | in % | in Mio. € | in % | in Mio. € | in % | in Mio. € |
| Hirschberg an der Bergstraße nicht integrierte Streulage | 9- 13% | 0,2 - 0,3 | - | - | - | - | - | - |
| Hirschberg an der Bergstraße Zentraler Bereich | - | - | - | - | * | * | - | - |
| Ketsch nicht integrierte Streulage | 8 - 11% | 0,5 - 0,7 | * | * | - | - | - | - |
| Ketsch Zentraler Bereich | - | - | * | * | - | - | - | - |
| Ladenburg Zentraler Bereich | * | * | * | * | - | - | - | - |
| Ludwigshafen integrierte Streulage | - | - | * | * | - | - | - | - |
| Ludwigshafen nicht integrierte | * | * | * | * | * | * | * | * |
| Ludwigshafen Zentraler Bereich | 5 - 7% | 0,2 - 0,3 | * | * | bis zu 6% | max. 0,1 | * | * |
| Ludwigshafen Zentraler Bereich Stadtteil Nord Hemshof | - | - | * | * | * | * | - | - |
| Ludwigshafen Zentraler Bereich Stadtteil Süd | * | * | * | * | * | * | - | - |

| Angebotsstandorte | Möbel | | GPK / Haushaltswaren | | Heimtextilien | | Teppich (Einzelware) | |
|--|-----------|-----------|----------------------|-----------|---------------|-----------|----------------------|-----------|
| | in % | in Mio. € | in % | in Mio. € | in % | in Mio. € | in % | in Mio. € |
| Mannheim A Zentrum Innenstadt | 5 - 7% | 0,6 - 0,7 | 2 - 3% | max. 0,3 | 4 - 5% | 0,2 - 0,3 | * | * |
| Mannheim B Zentrum Freudenheim | * | * | * | * | - | - | - | - |
| Mannheim B Zentrum Innenstadt Nord- west | - | - | * | * | * | * | - | - |
| Mannheim B Zentrum Neckerau | bis zu 9% | max. 0,1 | * | * | * | * | - | - |
| Mannheim B Zentrum Seckenheim | - | - | * | * | - | - | - | - |
| Mannheim integrierte Streulage | 6 - 8% | 1,7 - 2,5 | * | * | * | * | bis zu 9% | max. 0,1 |
| Mannheim Nicht integrierte Streulage | 5 - 8% | 2,5 - 3,6 | 4 - 5% | 0,2 - 0,3 | 6 - 8% | 0,3 - 0,4 | 5 - 7% | max. 0,2 |
| Neckargemünd Zentraler Bereich | * | * | * | * | - | - | - | - |
| Nußloch Zentraler Bereich | * | * | * | * | - | - | - | - |
| Oftersheim Zentraler Bereich | - | - | * | * | - | - | - | - |
| Plankstadt Zentraler Bereich | - | - | * | * | - | - | - | - |

| Angebotsstandorte | Möbel | | GPK / Haushaltswaren | | Heimtextilien | | Teppich (Einzelware) | |
|--|----------|-----------|----------------------|-----------|---------------|-----------|----------------------|-----------|
| | in % | in Mio. € | in % | in Mio. € | in % | in Mio. € | in % | in Mio. € |
| Reilingen Nicht integrierte Streulage | 9 - 13% | 1,3 - 1,8 | * | * | * | * | * | * |
| Reilingen Zentraler Bereich | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Sandhausen Nicht integrierte Streulage | 11 - 15% | 0,7 - 1,0 | * | * | * | * | * | * |
| Sandhausen Zentraler Bereich | - | - | * | * | - | - | - | - |
| Schriersheim Zentraler Bereich | * | * | * | * | - | - | - | - |
| Schwetzingen Nicht integrierte Streulage | 8 - 11% | 3,5 - 4,9 | 7 - 9% | 0,2 - 0,3 | 12 - 15% | 0,2 - 0,3 | * | * |
| Schwetzingen Zentraler Bereich | - | - | * | * | * | * | - | - |
| Walldorf Fachmarktstandort Gewerbe- gebiet | 10 - 14% | 1,7 - 2,4 | 7 - 10% | 0,2 - 0,3 | 14 - 19% | 0,1 - 0,2 | bis zu 18% | max. 0,1 |
| Walldorf Zentraler Bereich | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Wiesloch Fachmarktstandort Neue Strößel | 11 - 16% | 0,2 - 0,3 | * | * | bis zu 22% | max. 0,1 | * | * |

| Angebotsstandorte | Möbel | | GPK / Haushaltswaren | | Heimtextilien | | Teppich (Einzelware) | |
|---|----------|-----------|----------------------|-----------|---------------|-----------|----------------------|-----------|
| | in % | in Mio. € | in % | in Mio. € | in % | in Mio. € | in % | in Mio. € |
| Wiesloch Nicht integrierte Streulage | 11 - 15% | 0,9 - 1,2 | * | * | - | - | * | * |
| Wiesloch Zentraler Bereich | * | * | * | * | - | - | - | - |

* Umsatzumverteilungen unter 0,1 Mio. Euro sind rechnerisch nicht nachweisbar
Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen auf Basis der o. g. Eingangswerte

Tabelle 12: prozentuale und monetäre Umsatzumverteilung in den Branchen sonstige Wohneinrichtung, Bettwaren / Matratzen und Leuchten

| Angebotsstandorte | Sonstige Wohneinrichtung | | Bettwaren / Matratzen | | Leuchten | |
|---|--------------------------|-----------|-----------------------|-----------|----------|-----------|
| | in % | in Mio. € | in % | in Mio. € | in % | in Mio. € |
| Bammental nicht integrierte Streulage | * | * | 3 - 4% | max. 0,1 | * | * |
| Brühl nicht integrierte Streulage | - | - | * | * | - | - |
| Brühl Zentraler Bereich | - | - | - | - | - | - |
| Dossenheim Integrierte Streulage | * | * | - | - | - | - |
| Dossenheim Zentraler Bereich | * | * | * | * | - | - |
| Edingen-Neckarhausen nicht integrierte Streulage | - | - | * | * | - | - |
| Heidelberg Sonderstandort Rohrbach Süd | 6 - 8% | max. 0,1 | * | * | 12 - 17% | 0,3 - 0,4 |
| Heidelberg integrierte Streulage | * | * | * | * | 8 - 11% | max. 0,2 |
| Heidelberg nicht integrierte Streulage | * | * | bis zu 12% | max. 0,1 | 16 - 22% | max. 0,2 |
| Heidelberg Zentraler Bereich Innenstadt | * | * | * | * | * | * |

| Angebotsstandorte | Sonstige Wohneinrichtung | | Bettwaren / Matratzen | | Leuchten | |
|---|--------------------------|-----------|-----------------------|-----------|----------|-----------|
| | in % | in Mio. € | in % | in Mio. € | in % | in Mio. € |
| Hirschberg an der Bergstraße nicht integrierte Streulage | - | - | - | - | - | - |
| Hirschberg an der Bergstraße Zentraler Bereich | * | * | * | * | - | - |
| Ketsch nicht integrierte Streulage | * | * | * | * | * | * |
| Ketsch Zentraler Bereich | * | * | - | - | - | - |
| Ladenburg Zentraler Bereich | * | * | - | - | - | - |
| Ludwigshafen integrierte Streulage | * | * | - | - | - | - |
| Ludwigshafen nicht integrierte | * | * | * | * | * | * |
| Ludwigshafen Zentraler Bereich | * | * | * | * | * | * |
| Ludwigshafen Zentraler Bereich Stadtteil Nord Hemshof | * | * | - | - | * | * |
| Ludwigshafen Zentraler Bereich Stadtteil Süd | * | * | * | * | * | * |

| Angebotsstandorte | Sonstige Wohneinrichtung | | Bettwaren / Matratzen | | Leuchten | |
|--|--------------------------|-----------|-----------------------|-----------|----------|-----------|
| | in % | in Mio. € | in % | in Mio. € | in % | in Mio. € |
| Mannheim A Zentrum Innenstadt | * | * | * | * | * | * |
| Mannheim B Zentrum Freudenheim | - | - | - | - | - | - |
| Mannheim B Zentrum Innenstadt Nord- west | * | * | - | - | - | - |
| Mannheim B Zentrum Neckerau | * | * | - | - | * | * |
| Mannheim B Zentrum Seckenheim | * | * | * | * | - | - |
| Mannheim integrierte Streulage | * | * | * | * | * | * |
| Mannheim Nicht integrierte Streulage | * | * | * | * | 2 - 3% | 0,3 - 0,4 |
| Neckargemünd Zentraler Bereich | * | * | - | - | - | - |
| Nußloch Zentraler Bereich | * | * | - | - | - | - |
| Oftersheim Zentraler Bereich | * | * | - | - | - | - |
| Plankstadt Zentraler Bereich | * | * | - | - | * | * |

| Angebotsstandorte | Sonstige Wohneinrichtung | | Bettwaren / Matratzen | | Leuchten | |
|--|--------------------------|-----------|-----------------------|-----------|-----------|-----------|
| | in % | in Mio. € | in % | in Mio. € | in % | in Mio. € |
| Reilingen Nicht integrierte Streulage | * | * | * | * | * | * |
| Reilingen Zentraler Bereich | * | * | - | - | - | - |
| Sandhausen Nicht integrierte Streulage | * | * | * | * | 6 - 9% | 0,1 - 0,2 |
| Sandhausen Zentraler Bereich | * | * | - | - | * | * |
| Schiersheim Zentraler Bereich | * | * | - | - | - | - |
| Schwetzingen Nicht integrierte Streulage | * | * | * | * | 6 - 8% | 0,1 – 0,2 |
| Schwetzingen Zentraler Bereich | * | * | - | - | - | - |
| Walldorf Fachmarktstandort Gewerbe- gebiet | * | * | * | * | bis zu 9% | max. 0,1 |
| Walldorf Zentraler Bereich | * | * | - | - | * | * |
| Wiesloch Fachmarktstandort Neue Strößel | * | * | * | * | * | * |

| Angebotsstandorte | Sonstige Wohneinrichtung | | Bettwaren / Matratzen | | Leuchten | |
|---|--------------------------|-----------|-----------------------|-----------|----------|-----------|
| | in % | in Mio. € | in % | in Mio. € | in % | in Mio. € |
| Wiesloch Nicht integrierte Streulage | - | - | - | - | - | - |
| Wiesloch Zentraler Bereich | * | * | - | - | - | - |

* Umsatzumverteilungen unter 0,1 Mio. Euro sind rechnerisch nicht nachweisbar
Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen auf Basis der o. g. Eingangswerte

- Die ermittelten Umsatzumverteilungen im Kernsortimente **Möbel**⁴⁰ erreichen innerhalb Heidelbergs die höchsten Werte von **bis 30 %**. Außerhalb Heidelbergs liegen die Umsatzumverteilungen in diesen Warengruppen in einer Spanne unterhalb der Nachweisbarkeit und **20 %**, womit insbesondere **versorgungsstrukturelle Auswirkungen** nicht per se ausgeschlossen werden können.
- In dem **Randsortiment Teppiche (Einzelware)** können die mit Abstand höchsten Umsatzumverteilungen ebenfalls gegenüber den Angebotsstandorten **innerhalb Heidelbergs** prognostiziert werden (bis **31 %**). In den Umlandkommunen ergeben sich rechnerische Umverteilungen von bis zu **18 %** in Walldorf bzw. bis zu **9 %** in Mannheim. Im **Randsortiment Leuchten** ergeben sich Umsatzumverteilungsquoten innerhalb Heidelberg von bis zu **22%**. In den Umlandkommunen sind Höchstwerte von bis zu **9 %** zu verzeichnen.
- Auch in den Warengruppen **GPK / Haushaltswaren** und **Heimtextilien** sind erhöhte Umsatzumverteilungen zu prognostizieren, wobei auch in diesen Warengruppen die Angebotsstandorte innerhalb Heidelbergs am stärksten betroffen sein werden (zwischen **11 %** und **24 %** in der Warengruppe **GPK / Haushaltswaren** bzw. zwischen **20 %** und **30 %** in der Warengruppe **Heimtextilien**). Außerhalb Heidelbergs ist mit Umverteilungen zwischen **3 %** und **10 %** in der Warengruppe **GPK / Haushaltswaren** sowie zwischen **4 %** und **22 %** in der Warengruppe **Heimtextilien** zu rechnen. Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in **negative städtebauliche Auswirkungen** ist in diesen Warengruppen somit ebenfalls nicht per se auszuschließen.
- **Umsatzumverteilungen** von durchgängig deutlich **weniger als 8 %** (Maximalwert 8 %) ergeben sich in den Warengruppen **sonstige Wohneinrichtung sowie Bettwaren / Matratzen**, was v. a. auf den vergleichsweise geringen Vorhabenumsatz in diesen beiden Warengruppen von in Summe maximal **1,5 Mio. Euro** zurückzuführen ist. Ein Umschlagen dieser absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen ist nicht zu erwarten.
- In **monetärer Betrachtung** entfällt der größte Anteil der Umsatzumverteilungen auf das **Heidelberger Stadtgebiet** (zwischen **9** und **13 Mio. Euro**). Zum Vorhaben konkurrierender Hauptanbieter im Stadtgebiet ist primär das Wohnland Breitwieser zu nennen. Weitere nennenswerte Anteile entfallen auf die Standorte **Schwetzingen** (zwischen **4** und **6 Mio. Euro**, Hauptanbieter Möbel Höffner), Mannheim (zwischen **7** und **9 Mio. Euro**, Hauptanbieter XXXL Mann Mobilia) und Walldorf (zwischen **2** und **3 Mio. Euro**, Hauptanbieter IKEA).

Im nachfolgenden Kapitel erfolgt eine Bewertung der ermittelten Umsatzumverteilungen unter städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Aspekten.

⁴⁰ Es ist darauf hinzuweisen, dass die ermittelten Umsatzumverteilungen in der Branche Möbel tendenziell um ein bis zwei Prozentpunkte zu reduzieren sind, da die Verkaufsfläche des Vorhabens in der Branche Möbel (gemäß Betreiberangaben) einen unbestimmten Verkaufsflächenanteil für Teppich- und Bodenbeläge umfassen soll, was dem Gutachter erst nach der Primärerhebung zur Kenntnis gebracht wurde. Dementsprechend wäre die Verkaufsfläche in der Branche Möbel um einen unbestimmten Verkaufsflächenanteil zu reduzieren, wodurch sich der branchenspezifische Vorhabenumsatz in der Warengruppe Möbel reduziert.

8 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen

8.1 Negative Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche

Sowohl in der Stadt Heidelberg selbst als auch in den Umlandkommunen ergeben sich für zahlreiche **Hauptgeschäfts- und Nebenzentren signifikante Umsatzumverteilungen** in einer oder mehreren projektrelevanten Warengruppe(n). Im Folgenden werden die Zentren mit den höchsten Umsatzumverteilungen im Hinblick auf mögliche städtebauliche Auswirkungen näher untersucht. Ein Fokus liegt hierbei auf den in den jeweiligen Kommunen **zentrenrelevanten Sortimenten**, soweit für diese absatzwirtschaftliche Auswirkungen ermittelt werden konnten. Insbesondere für die Sortimente **Leuchten und Teppiche (Einzelware)**, die in den jeweiligen Kommunen entgegen dem Heideberger Gliederungsvorschlag als zentrenrelevant eingestuft sein könnten, konnten keine rechnerisch nachweisbaren absatzwirtschaftliche Auswirkungen in den zentralen Bereichen ermittelt werden.

Stadt Heidelberg

- In der Heidelberger Innenstadt sind neben den absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in der nicht-zentrenrelevanten Warengruppe **Möbel (17 bis 24 % bzw. 0,2 bis 0,3 Mio. Euro)** insbesondere in den Bereichen **GPK / Haushaltswaren (11 bis 14 % bzw. 0,6 bis 0,8 Mio. Euro)** und **Heimtextilien (20 bis 26 % bzw. 0,4 bis 0,5 Mio. Euro)** deutlich erhöhte Umsatzumverteilungen zu erwarten.
- Die monetären Umsatzumverteilungen von **0,2 bis 0,3 Mio. Euro** in der Warengruppe **Möbel** verteilen sich auf mehrere Anbieter (u.a. Bulthaupt, Herrmann, Seyfarth), so dass selbst bei der möglichen Geschäftsaufgabe eines Betriebes das Sortiment auch zukünftig in der Heidelberger Innenstadt vertreten sein wird. Da es sich bei Möbeln zudem um ein **nicht-zentrenrelevantes Sortiment** handelt, ergänzt das innerstädtische Möbelangebot lediglich das übrige zentrenrelevante Einzelhandelsangebot in der Heidelberger Innenstadt und **trägt nicht wesentlich zur Versorgungsfunktion** des innerstädtischen Hauptgeschäftsbereiches bei.
- Die prognostizierten Umsatzumverteilungen in der Warengruppe **GPK / Haushaltswaren** werden im Wesentlichen zu Lasten des Randsortimentsangebotes der Galeria Kaufhof Warenhäuser sowie des spezialisierten Facheinzelhandels (u.a. Rosenthal, WMF) in der Heidelberger Innenstadt gehen. Insbesondere den zuvor genannten Anbietern kommt eine **gesamstädtische Versorgungsfunktion** im Bereich GPK / Haushaltswaren zu. Insgesamt existieren in der Heidelberger Innenstadt 14 Anbieter, die GPK / Haushaltswaren im Kernsortiment führen und weitere elf Anbieter mit einem z.T. umfangreichen Randsortiment (z.B. Galeria Kaufhof), auf die sich in der Worst-Case Betrachtung (100 % Umverteilung im Untersuchungsraum) bis zu 0,8 Mio. Umsatzrückgang verteilen. Wenngleich einzelne Geschäftsaufgaben insbesondere der spezialisierten Fachgeschäfte zwar unwahrscheinlich sind, jedoch nicht ausgeschlossen werden können, ist ein

Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen **in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu befürchten**, da die Heidelberger Innenstadt ihrer Versorgungsfunktion in der Warengruppe **GPK / Haushaltswaren** auch zukünftig – unter Berücksichtigung eines reduzierteren Angebotes – gerecht werden würde. Aufgrund der Bedeutung dieser Branche für die Heidelberger Innenstadt und der städtebaulichen Zielvorstellung der Stadt Heidelberg die Angebotsvielfalt in dieser Branche zu erhalten sowie der Berücksichtigung der prognostizierten **rein wettbewerbliche Auswirkungen**, ist eine Reduzierung der Verkaufsfläche jedoch zu empfehlen. Um die Gefahr der wettbewerblichen Auswirkungen und somit eine Gefährdung der städtebaulichen Zielvorstellungen signifikant zu minimieren, ist eine Verkaufsflächenreduzierung in der Warengruppe GPK / Haushaltswaren auf maximal 700 m² Verkaufsfläche zu empfehlen. Hierdurch würden sich die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in der Heidelberger Innenstadt auf unter 10% bewegen.

- Das innerstädtische Angebot im Bereich **Heimtextilien** konzentriert sich hingegen nur auf sechs Anbieter. Mit dem Fachgeschäft Herrmann und dem Heidelberger Wäscheladen verfügen lediglich zwei Betriebe über ein spezialisiertes Heimtextilienangebot im Kernsortiment, so dass diese Branche für die Heidelberger Innenstadt von nur untergeordneter Bedeutung ist. Das flächenmäßig größte Angebot zeigt sich derzeit in den Randsortimentsangeboten der beiden Galeria Kaufhof Warenhäuser. Aufgrund der absolut niedrigen Umsatzumverteilung von **0,4 bis 0,5 Mio. €** ist nicht zu erwarten, dass insbesondere die zuvor benannten Warenhäuser von einer Geschäftsaufgabe bedroht sind. Auch die benannten Fachgeschäfte werden, aufgrund ihres spezialisierten Angebotes aller Voraussicht nach, nicht in ihrem Bestand gefährdet, womit ein **Umschlagen** der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen **in negative städtebauliche Auswirkungen** eher unwahrscheinlich ist. Zudem übernimmt das Sortiment **Heimtextilien** keine wesentliche frequenzerzeugende Funktion innerhalb **eines oberzentralen Hauptzentrums**.
- Insgesamt ist somit ein **Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen, sowohl in Bezug auf die untersuchungsrelevanten zentrenrelevanten als auch nicht-zentrenrelevanten Sortimente, in negative städtebauliche Auswirkungen** in der Heidelberger Innenstadt **nicht zu erwarten**. Gleichwohl wird sich der Wettbewerbsdruck in den untersuchungsrelevanten Branchen erhöhen

Gemeinde Dossenheim

- Das **Hauptgeschäftszentrum** der Gemeinde Dossenheim ist von vergleichsweise hohen Umsatzumverteilungen in der Warengruppe **Möbel (15 bis 20 % bzw. 0,5 bis 0,7 Mio. Euro)** betroffen. Diese werden im Wesentlichen zu Lasten des **Hauptanbieters Möbel Kirsch** gehen. In Anbetracht der Höhe der Umsatzumverteilungen sowie der räumlichen Nähe zum Vorhabenstandort ist eine Geschäftsaufgabe dieses Betriebes als nicht unwahrscheinlich einzustufen, was zur Folge hätte, dass diese Warengruppe im Dossenheimer Hauptgeschäftszentrum zukünftig nicht mehr vertreten wäre. Zugleich ist allerdings darauf hinzuweisen, dass es sich bei der Warengruppe Möbel üblicherweise um ein nicht zentrenrelevantes Sortiment handelt, so dass aller Voraussicht nach **die Ver-**

sorgungsfunktion des Dossenheimer Hauptgeschäftszentrums nicht beeinträchtigt wäre. Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in **negative städtebauliche Auswirkungen** in der Gemeinde Dossenheim ist demnach **auszuschließen**.

Gleichwohl kann eine mögliche Gefährdung des zuvor genannten Anbieters unter **versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten** von Relevanz sein (vgl. Kapitel 8.2).

Stadt Ludwigshafen

- In Ludwigshafen können ausschließlich gegenüber dem **innerstädtischen Hauptgeschäftszentrum** erhöhte Umsatzumverteilungen prognostiziert werden. So ist sowohl in der gemäß Ludwigshafener Sortimentsliste⁴¹ nicht zentrenrelevanten Branche **Möbel (5 bis 7 %)** als auch in den zentrenrelevanten Branchen **Heimtextilien** (bis zu **6 %**) eine Umsatzumverteilung rechnerisch nachweisbar. Gleichwohl bewegen sich die **absoluten Umsatzumverteilungen** auf einem sehr niedrigen Niveau (0,2 bis 0,3 Mio Euro in Bezug auf das Kernsortiment Möbel und maximal 0,1 Mio. Euro in Bezug auf das zentrenrelevante Sortiment Heimtextilien), so dass ein **Umschlagen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu befürchten** ist.

Stadt Mannheim

- Im **Hauptgeschäftszentrum** der Mannheimer Innenstadt betragen die Umsatzumverteilungen in der Branche **Möbel 5 bis 7 %**. Darüber hinaus sind mit den Bereichen **GPK / Haushaltswaren (2 bis 3 %)** und **Heimtextilien (4 bis 5 %)** auch zwei gemäß Mannheimer Sortimentsliste⁴² zentrenrelevante Branchen von Umsatzumverteilungen betroffen. Als betroffene Anbieter sind u. a. Galeria Kaufhof, Rosenthal, Depot und Nana Nana herauszustellen. Aufgrund der Vielzahl der betroffenen Anbieter sowie der **absolut niedrigen monetären Umsatzumverteilung (0,2 bis 0,3 Mio. Euro** in den zentrenrelevanten Branchen) ist ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu befürchten. Eine Beeinträchtigung der innerstädtischen Versorgungsfunktion ist ebenfalls nicht zu befürchten.
- Darüber hinaus ist **im B Zentrum Mannheim Neckarau** mit einer erhöhten Umsatzumverteilung von bis zu 9 % in der Branche Möbel zu rechnen, die sich auf insgesamt drei untersuchungsrelevante Anbieter verteilt. Zum einen ist bei einer maximalen monetären Umsatzumverteilung von 0,1 Mio. € nicht mit einer Geschäftsaufgabe der hier lokalisierten Betriebe zu rechnen, zum anderen kommt dem B Zentrum keine Versorgungsfunktion in Branche Möbel zu. **Negative städtebauliche Auswirkungen sind demnach nicht zu befürchten.**

8.2 Negative versorgungsstrukturelle Auswirkungen

Bei der Bewertung möglicher versorgungsstruktureller Auswirkungen steht das **Kernsortiment**

⁴¹ Stadt Ludwigshafen 2012: Einzelhandels- und Zentrenkonzept Ludwigshafen 2011 (Entwurf)

⁴² Stadt Mannheim 2009: Fortschreibung Zentrenkonzept Mannheim

Möbel im Fokus, in dem sich an einzelnen Umlandstandorten erhöhte Umsatzumverteilungen von teilweise bis zu **20 %** errechnen⁴³. Im Folgenden erfolgt eine gesamtstädtische Aufsummierung der ermittelten Umsatzumverteilungen, die verdeutlicht, welche **Veränderungen der Zentralitäten** sich für die betroffenen Kommunen in der Branche Möbel im **Worst Case** ergeben würden:

Tabelle 13: Veränderung der Zentralität im Kernsortiment Möbel durch die Realisierung des Vorhabens (Worst Case)

| Kommune ¹ | Umsatz (Mio. Euro) | | Zentralität | |
|------------------------------|--------------------|--------------|-------------|-------------|
| | Aktuell | Neu | Aktuell | Neu |
| Bammental | 6,8 | 5,9 | 3,41 | 2,94 |
| Brühl | 0,9 | 0,8 | 0,19 | 0,17 |
| Dossenheim | 3,7 | 2,9 | 0,89 | 0,71 |
| Edingen-Neckarhausen | 2,3 | 2,0 | 0,51 | 0,45 |
| Heidelberg | 37,8 | 67,8 | 0,90 | 1,61 |
| Hirschberg an der Bergstraße | 1,8 | 1,5 | 0,48 | 0,42 |
| Ketsch | 6,7 | 5,9 | 1,56 | 1,39 |
| Ludwigshafen | 4,7 | 4,3 | 0,27 | 0,25 |
| Mannheim | 90,2 | 83,2 | 1,06 | 0,98 |
| Reilingen | 13,7 | 11,9 | 6,01 | 5,24 |
| Sandhausen | 7,0 | 6,0 | 1,46 | 1,25 |
| Schriesheim | 0,3 | 0,2 | 0,05 | 0,04 |
| Schwetzingen | 43,6 | 38,6 | 6,00 | 5,32 |
| Walldorf | 17,5 | 15,1 | 3,29 | 2,84 |
| Wiesloch | 10,7 | 9,1 | 1,72 | 1,46 |
| Gesamt | 247,5 | 255,4 | 1,02 | 1,06 |

¹ Teilweise nur Teilräume der Kommunen (siehe Kapitel 2). Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen; Werte z.T. gerundet, daher Abweichungen in den Summen möglich

- In der Stadt **Heidelberg** kommt es in Folge der Vorhabenrealisierung zu einer **Vervielfachung des lokalen Umsatzes im Möbelbereich** und in Folge dessen zu einer deutlichen Erhöhung der **Zentralität** von derzeit **0,9** auf bis zu **1,61** (Worst Case). Die oberzentrale Versorgungsfunktion Heidelbergs in der Branche Möbel würde somit durch Ansiedlung des Vorhabens ausgeweitet und deutlich gestärkt.
- Der zu erwartende Umsatzentzug für alle Bestandsstandorte im Untersuchungsraum liegt insgesamt bei **13 %** (Worst Case), wobei insbesondere für einzelne Umlandkom-

⁴³ vgl. zu den ermittelten Auswirkungen in der Branche Möbel die Anmerkungen in Fußnote 40. Die ausgewiesenen **neuen Zentralitäten** (vgl. Tabelle 13) in den betroffenen Umlandkommunen dürften somit leicht höher liegen.

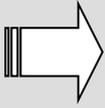
munen Umsatzumverteilungen zu prognostizieren sind, die ein **deutliches Absinken der Zentralitätskennziffer** zur Folge haben. Die stärksten Zentralitätsrückgänge sind hierbei in den Städten und Gemeinden **Bammental** (von 3,41 auf 2,94), **Ketsch** (von 1,56 auf 1,39), **Mannheim** (von 1,06 auf 0,98), **Reilingen** (von 6,01 auf 5,24), **Schwetzingen** (von 6,00 auf 5,32), **Walldorf** (von 3,29 auf 2,84) und **Wiesloch** (von 1,72 auf 1,46) zu beobachten.

- **Negative versorgungsstrukturelle Auswirkungen** können insbesondere in Bezug auf die Städte und Gemeinden ohne zentralörtliche Versorgungsfunktion (Bammental, Dossenheim, Ketsch, Reilingen, Sandhausen) **ausgeschlossen werden**. Selbst bei Realisierung des Vorhabens werden an diesen Angebotsstandorten auch zukünftig Zentralitätswerte erzielt, die auf hohe Kaufkraftzuflüsse aus den umliegenden Städten und Gemeinden schließen lassen. Die hier lokalisierten größeren Wettbewerber **Möbel Höffner** (Schwetzingen), **Möbel Keilbach** (Ketsch), **Ehrmann Wohneinrichtung** (Reilingen) und **Möbel As** (Sandhausen) verfügen über eine hohe Konkurrenzfähigkeit und / oder ein großes, lokales Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial, womit eine Geschäftsaufgabe dieser Betriebe und somit **eine Ausdünnung der Versorgungsstrukturen nicht zu erwarten ist**.
- Im **Oberzentrum Mannheim, das über einen eigenen Versorgungsauftrag in der Branche Möbel** verfügt, wird die Zentralität bei einer Vorhabenrealisierung auf knapp unter 1 absinken⁴⁴. Während sich die Hauptanbieter **XXXL Mann Mobilia**, **Westfalia Möbel**, **Segmüller**, **SB Möbel Boss**, **Poco** und **Mömax** aufgrund ihrer Konkurrenzfähigkeit aller Voraussicht nach auf den verschärften Wettbewerb einstellen werden, könnten insbesondere **kleinteilige Fachanbieter** in ihrem Bestand gefährdet werden. Hieraus können allerdings **keine negativen strukturellen Auswirkungen abgeleitet werden**, die dazu führen, dass die Stadt Mannheim ihrem Versorgungsauftrag in der Branche Möbel zukünftig nicht mehr gerecht wird. Gleichwohl ist darauf hinzuweisen, dass insbesondere zum Oberzentrum Heidelberg eine verschärfte Wettbewerbssituation entsteht, die eine zukünftige Ansiedlung weiterer Möbelanbieter im Mannheimer Stadtgebiet erschweren dürfte.
- In dem **gemeinsamen Mittelzentrum Walldorf / Wiesloch** ist mit einem Umsatzrückgang von rd. 4,0 Mio. € bzw. 14 % zu rechnen, was einem Rückgang der Zentralität von **2,45** auf **1,83** entspricht. Die prognostizierten Umsatzrückgänge werden im Wesentlichen zu Lasten der hier ansässigen Hauptanbieter IKEA und Weckesser gehen, für die eine Geschäftsaufgabe aufgrund ihrer Konkurrenzfähigkeit nicht zu befürchten ist. Demnach ist auch bei einer Realisierung des Vorhabens und einem damit einhergehenden Absinken der branchenspezifischen Zentralität des gemeinsamen Mittelzentrums Walldorf / Wiesloch dessen Versorgungsfunktion im Bereich Möbel auch zukünftig erfüllt.
- **Trotz einer verschärften Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum sind somit für keine Umlandkommune negative versorgungsstrukturelle Auswirkungen zu be-**

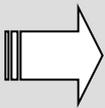
⁴⁴ In diesem Zusammenhang ist allerdings nochmals auf die selektive Erhebungsmethodik (vgl. Kapitel 0) sowie die Überbewertung des Vorhabenumsatzes in der Branche Möbel (vgl. Fußnote 40) hinzuweisen. Die tatsächliche warengruppenspezifische Zentralität der Stadt Mannheim in der Branche Möbel dürfte demnach – auch nach einer Vorhabenrealisierung – leicht höher liegen.

fürchten. Die Erfüllung der landesplanerisch zugewiesenen Versorgungsfunktion bleibt – auch bei Realisierung des Vorhabens in der avisierten Größenordnung – in allen Umlandkommunen gewährleistet.

Es lassen sich somit folgende Ergebnisse festhalten:



Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen in negative städtebauliche Auswirkungen in den zentralen Versorgungsbereichen sowohl innerhalb Heidelbergs als auch in den **Nachbarkommunen** ist in Folge der Vorhaben-realisation des Möbelhauses in der untersuchten Dimensionierung **nicht zu erwarten**.



Im Kernsortiment Möbel ist zudem eine **versorgungsstrukturelle Beeinträchtigung** – im Sinne einer erheblichen Störung der Erfüllung der durch die Landesplanung zugewiesenen zentralörtlichen Versorgungsfunktion – für keine der Umlandkommunen zu befürchten.

9 Fazit

Die untersuchte Planung sieht in Heidelberg die Ansiedlung eines **Möbelhauses** mit rd. **28.000 m² Verkaufsfläche** vor. Der Vorhabenstandort befindet sich im nordwestlichen Teil des neuen Stadtteils Bahnstadt und grenzt unmittelbar an das Gewerbegebiet Pfaffengrund an. Der Vorhabenstandort ist nicht Bestandteil eines zentralen Versorgungsbereiches gemäß Einzelhandelskonzept der Stadt Heidelberg; es handelt sich mikroräumlich um eine städtebaulich nicht in integrierte Lage, da keine direkte Einordnung in Wohnsiedlungsbereiche gegeben ist.

Insgesamt beläuft sich der **geschätzte Umsatz** des untersuchten Vorhabens bei einer Flächenproduktivität des voraussichtlichen Betreibers XXXL Möbel Lutz von **1.500 bis 1.800 Euro / m²** auf geschätzte **43 bis 52 Mio. Euro**. Ein Großteil der Umsätze wird mit knapp **32 bis 39 Mio. Euro** auf das **Kernsortiment Möbel** entfallen. Verkaufsflächen von maximal **3.000 m²** sind in den **zentrenrelevanten Randsortimenten**⁴⁵ geplant.

Gemäß den durchgeführten Analysen wird das Vorhaben ein regionales Einzugsgebiet erschließen, welches sich im Wesentlichen auf die Stadt Heidelberg selbst, weite Teile des Rhein-Neckar-Kreises sowie Teile der Städte Mannheim und Ludwigshafen erstreckt. Als – enger gefasster – Untersuchungsraum wurde eine Isochrone von rd. 20 Pkw-Minuten um das Vorhaben definiert. Die Konkurrenzsituation in diesem Raum stellt sich bei einer Zentralität von **1,02** bereits relativ ausgeprägt dar, als größte Wettbewerber fungieren u. a. **Möbel Höffner** in Schwetzingen, **XXXL Mann Mobilia** in Mannheim und **Wohnland Breitwieser** in Heidelberg mit Verkaufsflächen zwischen rd. **30.000 und 43.000 m²**. Zahlreiche weitere Anbieter im Untersuchungsraum verfügen über Verkaufsflächen in einer Größenordnung zwischen **5.000 und 15.000 m²**. Innerhalb des Untersuchungsraumes wurde im Sinne der geforderten Worst-Case-Betrachtung eine **überwiegende Umverteilung der Vorhabenumsätze** in Höhe von **80 bis 100 %** vorgenommen.

Die Bewertung des Vorhabens kam zu folgenden Ergebnissen:

- **Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen in negative städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen im Sinne von § 11 (3) BauNVO** infolge der Vorhabenrealisierung in der untersuchten Dimensionierung **ist nicht zu erwarten**. Durch die Ansiedlung des Vorhabens, können keine Umsatzumverteilungen ermittelt werden, die zu einer Aufgabe von konkurrierenden Hauptanbietern im Untersuchungsraum und als Folge dessen zu negativen Auswirkungen im Sinne von § 11 (3) BauNVO führen.
- Gleichwohl wird es in Teilbereichen des Untersuchungsraumes zu einem verschärften Wettbewerbsdruck kommen. Hiervon ist insbesondere die Heidelberger Innenstadt in der zentrenrelevanten Warengruppe GPK / Haushaltswaren betroffen.
- Für alle Umlandkommunen wird auch bei Realisierung des Vorhabens die **Erfüllung der landesplanerisch zugewiesenen Versorgungsfunktion** weiterhin **gewährleistet** sein.

⁴⁵ Hierin nicht enthalten sind die rd. 400 m² Verkaufsfläche des ebenfalls geplanten Babyfachmarktes, der im Rahmen der städtebaulichen Wirkungsanalyse – aufgrund des quantitativ geringen sortimentspezifischen Umsatzvolumens sowie der fehlenden funktionalen Bindung zum Kernsortiment – nicht vertiefend untersucht wurde.

Folglich trägt die Vorhabenrealisierung zu einer Stärkung und Ausweitung der branchenspezifischen Versorgungsfunktion der Stadt Heidelberg im Bereich Möbel, bei einer gleichzeitigen Anpassung der branchenspezifischen Zentralitäten insbesondere in den Umlandkommunen ohne zentralörtliche Versorgungsfunktion bei.

Aus gutachterlicher Sicht steht somit einer Ansiedlung eines großflächigen Möbelmarktes in der geplanten Sortimentszusammensetzung, jedoch in einer flächenreduzierten Variante im zentrenrelevanten Angebot GPK / Haushaltswaren, nichts entgegen. Im Hinblick auf die Sortimente des geplanten Babyfachmarktes ist zudem darauf hinzuweisen, dass diese (mit Ausnahme Baby- und Kindermöbeln) in keinem funktionalen Zusammenhang mit dem Kernsortiment des Möbelmarktes stehen und die Realisierung der in dem Babyfachmarkt vorgesehenen zentrenrelevanten Randsortimente die Gefahr einer uferlosen Ausweitung der Randsortimente und einer Angebotsdiversifizierung außerhalb der Zentralen Versorgungsbereiche birgt.

10 Verzeichnisse

Karenverzeichnis

| | | |
|----------|---|----|
| Karte 1: | Lage des Vorhabenstandorts | 15 |
| Karte 2 | Untersuchungsraum | 22 |
| Karte 3: | Relevante Anbieter im Möbelbereich ab ca. 5.000 m ² Verkaufsfläche im Untersuchungsraum | 33 |

Tabellenverzeichnis

| | | |
|-------------|---|----|
| Tabelle 1: | Kommunen im Untersuchungsraum | 10 |
| Tabelle 2: | Branchenschlüssel zur Unternehmenserhebung | 12 |
| Tabelle 3: | Sortimentspezifische Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze des geplanten Möbelhauses..... | 17 |
| Tabelle 4: | Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Heidelberg sowie Planumsatz des Vorhabens – Angaben in Mio. Euro..... | 20 |
| Tabelle 5: | Einwohner und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsraum | 24 |
| Tabelle 6: | Verkaufsflächen in den projektrelevanten Branchen im Untersuchungsraum (Angaben in m ²)..... | 27 |
| Tabelle 7: | Geschätzte Umsätze in den projektrelevanten Branchen im Untersuchungsraum (Angaben in Mio. Euro)..... | 29 |
| Tabelle 8: | Zentralitäten der Branche Möbel im Untersuchungsraum | 31 |
| Tabelle 9: | Relevante Anbieter im Möbelbereich ab ca. 5.000 m ² Verkaufsfläche im Untersuchungsraum | 34 |
| Tabelle 10: | Höhe des im Untersuchungsraum umverteilungsrelevanten Vorhabenumsatzes nach Branchen | 38 |
| Tabelle 11: | prozentuale und monetäre Umsatzumverteilung in den Branchen Möbel, GPK / Haushaltswaren, Heimtextilien und Teppich (Einzelware) | 40 |
| Tabelle 12: | prozentuale und monetäre Umsatzumverteilung in den Branchen sonstige Wohneinrichtung, Bettwaren / Matratzen und Leuchten | 45 |
| Tabelle 13: | Veränderung der Zentralität im Kernsortiment Möbel durch die Realisierung des Vorhabens (Worst Case)..... | 54 |
| Tabelle 14: | Verkaufsflächen in den zentralen Versorgungsbereichen und Sonderstandorten im Untersuchungsraum (gerundete Werte in m ²) | 60 |
| Tabelle 15: | Umsätze in den zentralen Versorgungsbereichen, Sonderstandorten im Untersuchungsraum (gerundete Werte in Mio. Euro)..... | 62 |

Anhang

Tabelle 14: Verkaufsflächen in den zentralen Versorgungsbereichen und Sonderstandorten (ohne Standorte in Streulagen) im Untersuchungsraum (gerundete Werte in m²)

| Angebotsstandorte ² | Möbel | GPK / Haushaltswaren | Heimtextilien | Teppich Einzelware | Sonstige Wohneinrichtung | Bettwaren / Matratzen | Leuchten | Summe ¹ |
|---|--------|----------------------|---------------|--------------------|--------------------------|-----------------------|----------|--------------------|
| Brühl Zentraler Bereich | 100 | - | - | - | - | - | - | 100 |
| Dossenheim Zentraler Bereich | 2.100 | - | 100 | - | 300 | 100 | - | 2.500 |
| Heidelberg Sonderstandort Rohrbach Süd | 26.100 | 1.200 | 500 | 200 | 2.200 | 1.300 | 1.200 | 32.800 |
| Heidelberg Zentraler Bereich Innenstadt | 800 | 2.400 | 1.000 | - | 1.400 | 500 | <100 | 6.100 |
| Hirschberg an der Bergstraße Zentraler Bereich | - | - | 200 | - | 100 | 100 | - | 300 |
| Ketsch Zentraler Bereich | - | <100 | - | - | <100 | - | - | <100 |
| Ladenburg Zentraler Bereich | <100 | 300 | - | - | 200 | - | - | 500 |
| Ludwigshafen Zentraler Bereich | 2.900 | 1.100 | 900 | <100 | 1.300 | 700 | 200 | 7.000 |
| Ludwigshafen Zentraler Bereich Stadtteil Nord Hemshof | | 100 | <100 | - | 100 | - | <100 | 200 |
| Ludwigshafen Zentraler Bereich Stadtteil Süd | 100 | 400 | <100 | - | <100 | 100 | <100 | 700 |
| Mannheim A Zentrum Innenstadt | 7.700 | 4.600 | 2.400 | 600 | 2.400 | 900 | 400 | 19.100 |
| Mannheim B Zentrum Freudenheim | <100 | <100 | - | - | - | - | - | <100 |

Wirkungsanalyse eines geplanten Möbelmarktes in Heidelberg

| Angebotsstandorte ² | Möbel | GPK / Haus- halts-waren | Heimtextilien | Teppich Einzel- ware | Sonstige Wohn- einrichtung | Bettwaren / Matratzen | Leuchten | Summe ¹ |
|---|--------|----------------------------|---------------|-------------------------|-------------------------------|--------------------------|----------|--------------------|
| Mannheim B Zentrum Innenstadt Nordwest | - | 200 | <100 | - | 100 | - | - | 200 |
| Mannheim B Zentrum Neckerau | 800 | 100 | 100 | - | 200 | - | <100 | 1.200 |
| Mannheim B Zentrum Seckenheim | - | 100 | - | - | 100 | 200 | - | 300 |
| Neckargemünd Zentraler Bereich | <100 | <100 | - | - | <100 | - | - | <100 |
| Nußloch Zentraler Bereich | <100 | <100 | - | - | 100 | - | - | 100 |
| Oftersheim Zentraler Bereich | - | 100 | - | - | <100 | - | - | 100 |
| Plankstadt Zentraler Bereich | - | <100 | - | - | <100 | - | <100 | 100 |
| Reilingen Zentraler Bereich | - | - | - | - | 100 | - | - | 100 |
| Sandhausen Zentraler Bereich | - | <100 | - | - | <100 | - | 200 | 200 |
| Schriersheim Zentraler Bereich | 200 | 400 | - | - | <100 | - | - | 600 |
| Schwetzingen Zentraler Bereich | - | 100 | <100 | - | 300 | - | - | 400 |
| Walldorf Fachmarktstandort Gewerbegebiet | 13.900 | 1.400 | 500 | 500 | 1.000 | 300 | 600 | 18.200 |
| Walldorf Zentraler Bereich | - | - | - | - | 100 | - | <100 | 100 |
| Wiesloch Fachmarktstandort Neue Ströbel | 1.800 | 100 | 300 | <100 | <100 | 100 | 200 | 2.600 |

Wirkungsanalyse eines geplanten Möbelmarktes in Heidelberg

| Angebotsstandorte ² | Möbel | GPK / Haus- halts- waren | Heimtextilien | Teppich Einzel- ware | Sonstige Wohn- einrichtung | Bettwaren / Matratzen | Leuchten | Summe ¹ |
|--------------------------------|-------|--------------------------------|---------------|-------------------------|-------------------------------|--------------------------|----------|--------------------|
| Wiesloch Zentraler Bereich | <100 | 100 | - | - | 200 | - | - | 300 |

¹ Alle Werte gerundet, daher Abweichungen in den Summen möglich. ² ohne die einzelnen Streulagen in integrierter und nicht integrierter Lage
Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

Tabelle 15: Umsätze in den zentralen Versorgungsbereichen und Sonderstandorten (ohne Standorte in Streulagen) im Untersuchungsraum (gerundete Werte in Mio. Euro)

| Angebotsstandorte ² | Möbel | GPK / Haus- halts- waren | Heimtextilien | Teppich Einzel- ware | Sonstige Wohn- einrichtung | Bettwaren / Matratzen | Leuchten | Summe ¹ |
|---|-------|--------------------------------|---------------|-------------------------|-------------------------------|--------------------------|----------|--------------------|
| Brühl Zentraler Bereich | 0,2 | - | - | - | - | - | - | 0,2 |
| Dossenheim Zentraler Bereich | 3,7 | - | 0,2 | - | 0,8 | 0,1 | - | 4,9 |
| Heidelberg Sonderstandort Rohrbach Süd | 29,1 | 2,3 | 0,9 | 0,3 | 3,8 | 1,8 | 2,4 | 40,6 |
| Heidelberg Zentraler Bereich Innenstadt | 1,3 | 5,4 | 2,1 | - | 3,1 | 0,9 | - | 12,7 |
| Hirschberg an der Bergstraße Zentraler Bereich | - | - | 0,5 | - | 0,2 | 0,1 | - | 0,8 |
| Ketsch Zentraler Bereich | - | - | - | - | 0,1 | - | - | 0,1 |
| Ladenburg Zentraler Bereich | - | 0,8 | - | - | 0,4 | - | - | 1,2 |
| Ludwigshafen Zentraler Bereich | 4,3 | 2,5 | 1,8 | - | 2,8 | 1,2 | 0,5 | 13,2 |
| Ludwigshafen Zentraler Bereich Stadtteil Nord Hemshof | - | 0,2 | - | - | 0,2 | - | 0,1 | 0,5 |
| Ludwigshafen Zentraler Bereich Stadtteil Süd | 0,1 | 0,9 | 0,1 | - | - | 0,2 | - | 1,4 |

Wirkungsanalyse eines geplanten Möbelmarktes in Heidelberg

| Angebotsstandorte ² | Möbel | GPK / Haushalts- waren | Heimtextilien | Teppich Einzel- ware | Sonstige Wohn- einrichtung | Bettwaren / Matratzen | Leuchten | Summe ¹ |
|---|-------|---------------------------|---------------|-------------------------|-------------------------------|--------------------------|----------|--------------------|
| Mannheim A Zentrum Innenstadt | 11,4 | 11,2 | 5,3 | 0,9 | 5,4 | 1,7 | 1,3 | 37,1 |
| Mannheim B Zentrum Freudenheim | - | - | - | - | - | - | - | - |
| Mannheim B Zentrum Innenstadt Nordwest | - | 0,4 | 0,1 | - | 0,1 | - | - | 0,6 |
| Mannheim B Zentrum Neckerau | 1,3 | 0,2 | 0,2 | - | 0,4 | - | - | 2,1 |
| Mannheim B Zentrum Seckenheim | - | 0,2 | - | - | 0,2 | 0,3 | - | 0,7 |
| Neckargemünd Zentraler Bereich | - | - | - | - | - | - | - | 0,1 |
| Nußloch Zentraler Bereich | - | 0,1 | - | - | 0,2 | - | - | 0,3 |
| Ofersheim Zentraler Bereich | - | 0,2 | - | - | 0,1 | - | - | 0,3 |
| Plankstadt Zentraler Bereich | - | - | - | - | 0,1 | - | 0,1 | 0,1 |
| Reilingen Zentraler Bereich | - | - | - | - | 0,2 | - | - | 0,2 |
| Sandhausen Zentraler Bereich | - | - | - | - | 0,1 | - | 0,5 | 0,6 |
| Schriersheim Zentraler Bereich | 0,3 | 1,1 | - | - | - | - | - | 1,4 |
| Schwetzingen Zentraler Bereich | - | 0,1 | - | - | 0,7 | - | - | 0,9 |
| Walldorf Fachmarktstandort Gewerbegebiet | 17,5 | 3,0 | 1,0 | 0,7 | 1,9 | 0,5 | 1,4 | 25,9 |

Wirkungsanalyse eines geplanten Möbelmarktes in Heidelberg

| Angebotsstandorte ² | Möbel | GPK / Haushalts- waren | Heimtextilien | Teppich Einzel- ware | Sonstige Wohn- einrichtung | Bettwaren / Matratzen | Leuchten | Summe ¹ |
|--|-------|---------------------------|---------------|-------------------------|-------------------------------|--------------------------|----------|--------------------|
| Walldorf Zentraler Bereich | - | - | - | - | 0,2 | - | 0,1 | 0,3 |
| Wiesloch Fachmarktstandort Neue Strößel | 2,2 | 0,3 | 0,5 | 0,1 | - | 0,2 | 0,5 | 3,7 |
| Wiesloch Zentraler Bereich | 0,1 | 0,3 | - | - | 0,4 | - | - | 0,8 |

¹ Alle Werte gerundet, daher Abweichungen in den Summen möglich, ² ohne die einzelnen Streulagen in integrierter und nicht integrierter Lage
Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen