

# Städtebauliche Wirkungsanalyse

---

i.S.v. § 11 Abs. 3 BauNVO und § 2 Abs. 2 BauGB  
zur Ansiedlung eines geplanten  
Möbelmarktes in der Stadt Heidelberg

Untersuchung im Auftrag der Stadt Heidelberg

Eva Stubert  
Stefan Kruse



Markt 5 44137 Dortmund  
Tel. 0231-557858-0 Fax 0231-557858-50  
[www.junker-kruse.de](http://www.junker-kruse.de); [info@junker-kruse.de](mailto:info@junker-kruse.de)

März 2017

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

<b>1</b>	<b>Ausgangssituation und Zielsetzung .....</b>	<b>5</b>
<b>2</b>	<b>Methodische Vorgehensweise .....</b>	<b>7</b>
<b>3</b>	<b>Rahmendaten des Vorhabens .....</b>	<b>17</b>
<b>4</b>	<b>Raumordnerische Kompatibilitätsprüfung.....</b>	<b>22</b>
<b>5</b>	<b>Einzelhandelsrelevante Rahmendaten im Untersuchungsraum .....</b>	<b>25</b>
5.1	Abgrenzung des Untersuchungsraumes.....	25
5.2	Untersuchungsrelevante Nachfragesituation im Untersuchungsraum .....	27
5.3	Angebotssituation im Untersuchungsraum .....	30
<b>6</b>	<b>Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Einordnung von absatzwirtschaftlichen Auswirkungen .....</b>	<b>43</b>
<b>7</b>	<b>Auswirkungen des Vorhabens .....</b>	<b>45</b>
7.1	Annahmen zur Umsatzherkunft des Vorhabens .....	45
7.2	Ergebnisse der Berechnungen – Umsatzumverteilungen durch das Planvorhaben .....	46
<b>8</b>	<b>Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen .....</b>	<b>56</b>
8.1	Negative Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche .....	56
8.2	Negative versorgungsstrukturelle Auswirkungen.....	58
<b>9</b>	<b>Fazit .....</b>	<b>61</b>
<b>10</b>	<b>Verzeichnisse .....</b>	<b>63</b>
<b>Anhang</b>	<b>.....</b>	<b>64</b>



## 1 Ausgangssituation und Zielsetzung

Im Bereich der Bahnstadt in der Stadt Heidelberg ist die Ansiedlung eines großflächigen Möbelmarktes geplant. Nach aktuellen Verfahrensunterlagen handelt es sich um die Firma XXXLutz, die einen Möbelmarkt mit einer Gesamtverkaufsfläche von maximal 28.100 m<sup>2</sup> realisieren möchte. Auf das Kernsortiment Möbel entfallen dabei maximal 23.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Die in diesem Betriebskonzept typischen zentrenrelevanten (z.B. Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren) und nicht zentrenrelevanten Randsortimente (u.a. Teppiche und Lampen) sollen den bisherigen Betreibervorstellungen entsprechend einen Umfang von maximal 5.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (entspricht in etwa 18 % der Gesamtverkaufsfläche) einnehmen.

Zur Bewertung des Planvorhabens und auch als Grundlage für ein sich anschließendes Bauleitplanverfahren ist es notwendig geworden, die bereits 2013 vorgelegte Wirkungsanalyse in einzelnen Teilaspekten zu ergänzen und zu aktualisieren. Im Rahmen der 2016 durchgeführten frühzeitigen Öffentlichkeitsbeteiligung für die vorliegende Wirkungsanalyse aus dem Jahr 2013 sind verschiedene Aspekte vorgetragen worden, die Bestandteil der überarbeiteten Version sind. Da aber auch die Datengrundlage dieses Gutachtens mittlerweile vier Jahre alt ist und bis zu einem möglichen Satzungsbeschluss noch eine weitere Zeitspanne verstreichen wird, hat man sich im Rahmen eines Scoping-Termins am 07.09.2016 in Heidelberg, an dem unter anderen Vertreter des RP Karlsruhe, des Nachbarschaftsverbands Heidelberg-Mannheim, des Handelsverbands Nordbaden, der Stadt Mannheim und der IHK Rhein-Neckar auf eine komplette Aktualisierung der Bestandsdaten in dem Untersuchungsraum verständigt. In diesem Gespräch wurde auch einvernehmlich eine Abgrenzung des Untersuchungsraums festgelegt, die im Wesentlichen auf der Abgrenzung des 2013er Gutachtens (20-Minuten-Isochrone und dem Vorhabenstandort) beruht, jedoch ergänzt um einige Städte (u.a. Hockenheim) / Stadtteile (z.B. Mannheim insgesamt), die nur knapp außerhalb dieser 20-Minuten Isochrone liegen oder auch räumliche Teilbereiche (u.a. Viernheimer Kreuz), die mit Bezug zu dem Überschneidungsbereich der verschiedenen Einzugsbereiche eine besondere Relevanz für das Vorhaben haben. Sie sollen die Grundlage bilden für eine komplette Überarbeitung des vorliegenden Gutachtens.

Folgende Fragestellungen stehen somit weiterhin im Mittelpunkt des Untersuchungsinteresses:

- Welchen Umsatz würde das Planvorhaben generieren? (Darstellung von Spannweiten – differenziert für die einzelnen Sortimente / Warengruppen)
- Ergibt sich durch die Nähe des mittlerweile realisierten Baumarktes eine Agglomerationswirkung, die sich wiederum z.B. auf den Umsatz und die Kaufkraftabschöpfung im Untersuchungsraum auswirkt?
- Wie sind die zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum im Hinblick auf ihre derzeitige Funktionalität / Stabilität einzuordnen (Stichwort: Vorschädigung)? Wie ist der Stellenwert der derzeitigen Magnetbetriebe einzuordnen?
- Wie stellt sich die (derzeitige und zukünftige absehbare) untersuchungsrelevante Versorgungs- und Konkurrenzsituation im Untersuchungsraum dar? Welche Betroffenheiten ergeben sich für die relevanten Wettbewerber im Untersuchungsraum?

- Wie stellt sich die lokale Nachfragesituation dar? (U.a. rechnerische Ermittlung der sortimentspezifischen Kaufkraftabschöpfung)
- Welche absatzwirtschaftlichen und daraus resultierenden städtebaulichen Folgewirkungen sind mit der Realisierung des Planvorhabens in der geplanten Größenordnung verbunden? (Ermittlung von potenziellen Umsatzumverteilungen und möglichen städtebaulichen Auswirkungen).
- Sofern für die geplante Größenordnung keine Verträglichkeit festgestellt werden kann: welche Größenordnung ist i.S.v. § 11 (3) BauNVO und § 2 (2) BauGB verträglich?

## 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 Einzugsgebiet 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 bis 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 Einzugsgebiet 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 Gravitationsmodell<sup>1</sup> 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 gelegt<sup>2</sup>.
- 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.

---

<sup>1</sup> 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.

<sup>2</sup> Diese sind ermittelt anhand von Zeitdistanzen (ArcGIS-gestützte Berechnung).

**Eingangswerte** des Gravitationsmodells sind:

- die erhobenen **Verkaufsflächen** nach Sortimentsgruppen und Anbietern / Standorten;
- die **Flächenproduktivitäten** (Euro / m<sup>2</sup>) 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 wurde<sup>3</sup>.

### 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“<sup>4</sup>. 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

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

<sup>4</sup> 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 CentrO Oberhausen), 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 Langzeitstudie<sup>5</sup>: Innerhalb der Jahre 1992 bis 1996 sind acht unterschiedliche Einzelhandelsprojekte vom Supermarkt mit 900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bis hin zum Einkaufszentrum mit ca. 21.000 m<sup>2</sup> 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 wurde<sup>6</sup>.
- 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 derer 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.<sup>7</sup>
- 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 %<sup>8</sup>, über 10 % bis 20 %<sup>9</sup> bis hin zu etwa 30 %<sup>10</sup>.

<sup>5</sup> 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

<sup>6</sup> vgl. GMA; A.a.O., Ludwigsburg 1997, S. 34 und 36

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

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

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

<sup>10</sup> 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.<sup>11</sup>

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 Münster<sup>12</sup> 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“.<sup>13</sup>

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 ist<sup>14</sup> bzw. Ladenleerstände zu einer Verminderung der Vielfalt und Dichte des Warenangebotes sowie zu abnehmender Frequenz, zu Niveauabsenkung und damit zu einer **Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit**

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

<sup>12</sup> Vgl. Urteil des OVG NRW vom 28.12.2005 – 10 D 148/04.NE - „CentrO-Urteil“

<sup>13</sup> ebenda

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

des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches führt.<sup>15</sup>

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.<sup>16</sup> 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 Oktober/November 2016. In den folgenden Kommunen wurde der untersuchungsrelevante Einzelhandelsbestand im Rahmen von Begehungen / Befahrungen erhoben<sup>17</sup>:

**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
Hockenheim	gesamtes Stadtgebiet
Ilvesheim	gesamtes Stadtgebiet
Ketsch	gesamtes Stadtgebiet
Ladenburg	gesamtes Stadtgebiet
Leimen	gesamtes Stadtgebiet
Ludwigshafen am Rhein	Stadtteile Friesenheim, Nord/Hemshof, Mitte, Süd, West

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

<sup>16</sup> BverwG 4 C 7.07 vom 11. Oktober 2007

<sup>17</sup> Herleitung der Abgrenzung des Untersuchungsraumes und kartographische Darstellung siehe Kapitel 5.1.

Kommune	Untersuchungsgebiet
Mannheim	gesamtes Stadtgebiet
Neckargemünd	gesamtes Gemeindegebiet
Neckarsteinach	gesamtes Stadtgebiet
Nußloch	gesamtes Stadtgebiet
Oftersheim	gesamtes Stadtgebiet
Plankstadt	gesamtes Stadtgebiet
Rauenberg	gesamtes Stadtgebiet
Reilingen	gesamtes Stadtgebiet
Sandhausen	gesamtes Stadtgebiet
Schriesheim	gesamtes Stadtgebiet
Schwetzingen	gesamtes Stadtgebiet
St. Leon-Rot	gesamtes Stadtgebiet
Viernheim	Untersuchungsraum Teilbereich/ Einzugsgebiet gesamtes Stadtgebiet
Walldorf	gesamtes Stadtgebiet
Wiesloch	gesamtes Stadtgebiet

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 Verkaufsflächen<sup>18</sup> 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 Warengruppen 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 Aktionswaren<sup>19</sup>.

<sup>18</sup> 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.

<sup>19</sup> Weiterführend zur Herleitung der Verkaufsflächen des Vorhabens sowie der untersuchungsrelevanten Sortimente siehe Kapitel 3.

**Tabelle 2: Warengruppenschlüssel zur Unternehmenserhebung**

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Sortimente
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>		
<b>GPK / Haushaltswaren</b>	<b>GPK / Haushaltswaren</b>	Glas, Porzellan, Feinkeramik Schneidwaren und Bestecke, Haushaltswaren
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>		
<b>Wohneinrichtung</b>	<b>Bettwaren / Matratzen</b>	Matratzen und Lattenroste, Bettwaren
	<b>Haus- und Heimtextilien</b>	Haus- und Heimtextilien, Dekostoffe, Gardinen Bettwäsche
	<b>Teppiche</b>	Teppiche (Einzelware)
	<b>Wohneinrichtung</b>	Kunstgewerbe / Bilder / Rahmen Dekorationsartikel
<b>Möbel</b>	<b>Möbel</b>	Möbel Büromöbel Gartenmöbel / Polsterauflagen Küchenmöbel (inkl. Einbaugeräten*)
<b>Lampen/Leuchten, Leuchtmittel</b>	<b>Lampen/Leuchten, Leuchtmittel</b>	Lampen und Leuchten, Leuchtmittel
<b>Sonstiges</b>	<b>Aktionswaren</b>	
	<b>Kinderwagen</b>	Autokindersitze

Quelle: eigene Zusammenstellung

\* der Verkauf von Elektrogroß- und Elektrokleingeräten ist ausschließlich im Zusammenhang von Küchen(-möbeln) möglich, sofern diese als Ein- und Anbaugeräte in Möbelstücke integriert sind und nicht auf einer separaten Verkaufsfläche angeboten werden

### **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
- 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, Stadtbezirkzentrum) 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
- Metropolregion Rhein-Neckar (2014): Einheitlicher Regionalplan Rhein Neckar
- Stadt Mannheim (2009): Fortschreibung Zentrenkonzept Mannheim
- Stadt Hockenheim (2007): Einzelhandelskonzept

### **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 Retail Consultants, Köln 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 maximal 28.100 m<sup>2</sup> 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 angeschlossen. Im Flächennutzungsplan für den Nachbarschaftsverband Heidelberg-Mannheim ist die Fläche als Sonderbaufläche Großflächige Handelseinrichtungen (zentrenrelevant) ausgewiesen. In unmittelbarer Nähe zum Vorhabenstandort eröffnete der Baumarkt Bauhaus.

Karte 1: Lage des Vorhabenstandorts



Quelle: eigene Darstellung

Der Untersuchung wird eine geplante **Gesamtverkaufsfläche** des Vorhabens von maximal **28.100 m<sup>2</sup>** zugrunde gelegt. Die branchenspezifische Aufteilung der Verkaufsflächen basiert auf Betreiberangaben<sup>20</sup>. Neben maximal 23.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Kernsortiment Möbel (inkl. Bodenbeläge) sind auf maximal 5.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zentren- sowie nicht zentrenrelevanten Randsortimente geplant. Die branchenspezifische Aufteilung ist in Tabelle 3 (Seite 21) dargestellt.

<sup>20</sup> Angaben per Mail durch die juristische Vertretung des Betreibers Herrn Dr. Lüttgau vom 27.08.2012

### Flächenproduktivitäten des Vorhabens

Die gängige Rechtsprechung<sup>21</sup> 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, um die Ermittlung maximaler Umsatzumverteilungen – als ökonomische Grundlage für die Abschätzung der maximal zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen – zu ermöglichen.

Das OVG NRW hat in seinem Urteil vom 02.10.2013 (Az. 7 D 18 / 13.NE) explizit die Durchführung einer realitätsnahen Worst Case-Betrachtung zum Maßstab der Bewertung städtebaulicher und versorgungsstruktureller Auswirkungen gemacht. Sofern es bei der Begutachtung um die Realisierung eines konkreten Vorhabens geht, „sind die Auswirkungen gerade eines solchen Vorhabens hinreichend in Rechnung zu stellen“<sup>22</sup>. Um diesem gerecht werden zu können, ist es hilfreich und zielführend, auf aktuelle Umsatzdaten des zu begutachtenden Unternehmens zurückzugreifen, um die zu prognostizierenden Auswirkungen in einer Sortimentsgruppe weder zu unter- noch zu überschätzen.

Mit Verweis auf das vorgenannte Urteil wurden dem Gutachterbüro Junker + Kruse zwar keine konkreten warengruppenspezifischen Flächenproduktivitäten für das Vorhaben zur Verfügung gestellt, jedoch gibt es belastbare Quellen, die für einzelne Betreiber konkrete durchschnittliche Flächenproduktivitäten ausweisen. So weist das EHI Retail Institute eine durchschnittliche Flächenproduktivität von XXXLutz Möbelmärkten von ca. 1.320 Euro<sup>23</sup> aus.

Weitere Annahmen für eine plausible Herleitung einer maximalen Flächenproduktivität des geplanten Möbelmarktes am Standort Heidelberg sind:

- Eine insgesamt leicht überdurchschnittliche einzelhandelsrelevante lokale Kaufkraft im Einzugsgebiet (gewichtete Kaufkraftkennziffer im gesamten Untersuchungsraum ca. 101,6) bedingt eine tendenziell höhere Flächenproduktivität (vgl. Kapitel 5.2).
- Die relativ hohe Dichte an großflächigen Möbelanbietern im weiteren Umfeld bedingt einen erhöhten Wettbewerb im Untersuchungsraum und lässt eine tendenziell geringere Kaufkraftabschöpfung im weiteren Umfeld erwarten (vgl. Kapitel 5.3).
- Der Standort verfügt über eine gute - auch regionale - Erreichbarkeit. Die Standortrahmenbedingungen für den Autokunden sind somit günstig, was wiederum für eine höhere Kaufkraftabschöpfung im weiteren Umfeld spricht.
- Die bisher in der Stadt Heidelberg vorhandene unterdurchschnittliche Präsenz von vergleichbaren Anbietern (einziger Wettbewerber ist Wohnland Breitwieser) und die damit verbundene unterdurchschnittliche Zentralität lässt eine höhere Kaufkraftabschöpfung in der Stadt selbst erwarten.

---

<sup>21</sup> 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.

<sup>22</sup> Zitierung aus dem vorgenannten Urteil des OVG NRW

<sup>23</sup> Die durchschnittliche Flächenproduktivität von XXXLutz Möbelmärkten liegt bei ca. 1.320 € vgl. hierzu: 2014 EHI Retail Institute Die Grenzen des Wachstums - Konzepte, Kennzahlen und Perspektiven für den deutschen Möbel Einzelhandel. Köln. S. 36ff

In der Summe der Annahmen lässt sich für den Standort Heidelberg mit einem erforderlichen Aufschlag von 10 % zur Absicherung der Prognoseunsicherheit eine **maximale Flächenproduktivität** von **1.800 Euro/m<sup>2</sup> über alle Warengruppen** annehmen. In den einzelnen Warengruppen gibt es jedoch deutliche Schwankungen: Die **höchste maximale Flächenproduktivität** entfällt mit **2.900 Euro / m<sup>2</sup> Verkaufsfläche** auf die **Warengruppe Lampen / Leuchten / Leuchtmittel**, gefolgt von der **Warengruppe GPK / Haushaltswaren (max. 2.700 Euro /m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)**.

Im **Kernsortiment Möbel** liegt die maximale Flächenproduktivität des Vorhabens bei **1.700 Euro / m<sup>2</sup> Verkaufsfläche**.

### Umsatzerwartung des Möbelmarktes XXXLutz am Standort Heidelberg

Das Vorhaben wird bei einer Gesamtverkaufsfläche von maximal 28.100 m<sup>2</sup> zwischen 42,6 und max. 51,4 Mio. Euro Umsatz generieren. Dies entspricht einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von 1.500 bis max. ca. 1.800 Euro/m<sup>2</sup> des Gesamtvorhabens. Zwischen 32,2 und max. 39,1 Mio. Euro des Gesamtumsatzvolumens werden auf das Kernsortiment Möbel entfallen, welches maximal 23.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche einnehmen wird (siehe Tabelle 9). In den Randsortimenten wie z. B. GPK / Haushaltswaren oder Leuchten werden typischerweise höhere Flächenproduktivitäten erzielt als im Kernsortiment, so dass der Umsatzanteil über alle Randsortimente mit rund 24 % hier den Flächenanteil von ca. 18 % übersteigen wird. Insgesamt werden in den Randsortimenten auf maximal 5.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche voraussichtlich maximal rd. 10,4 bis 12,4 Mio. Euro Umsatz generiert.

Auf maximal **1.700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche** sind mit den Sortimenten **Teppiche** (maximal 800 m<sup>2</sup> VK) und **Leuchten** (maximal 900 m<sup>2</sup> VK) Randsortimente geplant, die gemäß Gliederungsvorschlag für Heidelberg nach zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten<sup>24</sup> als **nicht-zentrenrelevante Sortimente** eingeordnet sind.

Auf einer Verkaufsfläche von maximal rund **3.000 m<sup>2</sup>** sind **zentrenrelevante Randsortimente** geplant. Es handelt sich hierbei um die in der Stadt Heidelberg als zentrenrelevant eingestuft Sortimente **GPK / Haushaltswaren** (maximal 850 m<sup>2</sup> VK), **Heimtextilien** (maximal 1.100 m<sup>2</sup> VK), **sonstige Wohneinrichtung** (maximal 550 m<sup>2</sup> VK) sowie **Bettwaren/Matratzen** (maximal 500 m<sup>2</sup> VK).

Die restliche Verkaufsfläche von maximal **400 m<sup>2</sup>** verteilt sich je zur Hälfte auf (saisonale) Aktionswaren (zentrenrelevantes Randsortiment) sowie auf Kinderautositze und Kinderwagen.

Insgesamt ist festzuhalten, dass der geplante Möbelanbieter laut vorliegender Flächenkonzeption auf rund 18 % Verkaufsfläche nicht zentrenrelevante und zentrenrelevante Randsortimente i.S. der Heidelberger Sortimentsliste führen wird.

Hinsichtlich der Beurteilung städtebaulich und versorgungsstrukturell negativer Implikationen ist 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 kann insbesondere für die Sortimente Leuchten und Teppiche (Einzelware) zutreffen.

<sup>24</sup> GMA 2006: Zentrenkonzept für die Universitätsstadt Heidelberg. Ludwigsburg, S. 116

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

**Tabelle 3: Sortimentsspezifische maximale Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze des geplanten Möbelhauses**

Sortiment	Zentrenrelevanz <sup>25</sup>	Maximale Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Verkaufsfläche in %	Flächenproduktivität (Euro / m <sup>2</sup> )		Umsatz (Mio. Euro)		Umsatzanteil
				Moderate Case	Worst Case	Moderate Case	Worst Case	
<b>Kernsortimente</b>								
Möbel (inkl. Bodenbeläge)	Nicht zentrenrelevant	23.000	81,9	1.400	1.700	32,2	39,1	76,1
<b>Randsortimente</b>								
GPK / Haushaltswaren	Zentrenrelevant	850	3,0	2.400	2.700	2,0	2,3	4,5
Heimtextilien	Zentrenrelevant	1.100	3,9	2.200	2.600	2,4	2,9	5,6
Teppiche (Einzelware)	Nicht zentrenrelevant	800	2,8	1.400	1.700	1,1	1,4	2,6
Sonstige Wohneinrichtung	Zentrenrelevant	550	2,0	1.500	1.800	0,8	1,0	1,9
Bettwaren / Matratzen	Zentrenrelevant	500 (ca. 250/250)	1,8	1.700	2.000	0,9	1,0	1,9
Leuchten	Nicht zentrenrelevant	900	3,2	2.400	2.900	2,2	2,6	5,1
Kinderautositze, Kinderwagen	Nicht zentrenrelevant	200	0,7	2.400	2.900	0,5	0,6	1,1
Sonstige Aktionsartikel	Zentrenrelevant	200	0,7	2.400	2.900	0,5	0,6	1,1
<b>Gesamt</b>		<b>28.100</b>	<b>100,0</b>	<b>1.500</b>	<b>1.800</b>	<b>42,6</b>	<b>51,4</b>	<b>100,0</b>

Quelle: Betreiberangaben; eigene Berechnungen

<sup>25</sup> GMA 2006: Zentrenkonzept für die Universitätsstadt Heidelberg. Ludwigsburg, S. 116

## 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 dem einheitlichen Regionalplan Rhein-Neckar (2014) 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 Untertentren ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.“ (Ziel 3.3.7)*

**Diesem Ziel wird mit dem Vorhaben in Heidelberg entsprochen. Es soll ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb in einem Oberzentrum errichtet werden.**

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)*

**Die Überprüfung der Vereinbarkeit des Vorhabens mit dem Kongruenzgebot erfolgt weiter unten im Zusammenhang mit den konkretisierenden Vorgaben des einheitlichen Regionalplans Rhein-Neckar 2014.**

**Die Überprüfung der Vereinbarkeit des Vorhabens mit dem landesplanerischen Beeinträchtigungsverbot erfolgt in der vorliegenden Wirkungsanalyse.**

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)*

**Als großflächiger Betrieb mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment kommt auch ein städtebaulich nicht integrierter Standort (wie im vorliegenden Fall) in Frage.<sup>26</sup>**

Der einheitliche Regionalplan Rhein-Neckar 2014 übernimmt die wesentlichen Vorgaben für die Ansiedlung Einzelhandelsgroßprojektes aus dem LEP BaWü. Darüber hinaus trifft er die folgenden Konkretisierungen:

### **Zum Kongruenzgebot (Ziel Plansatz 1.7.2.3)**

<sup>26</sup> Zudem ist die Fläche des Vorhabens im Flächennutzungsplan für den Nachbarschaftsverband Heidelberg-Mannheim als Sonderbaufläche für großflächige Handelseinrichtungen mit zentrenrelevantem Kernsortiment ausgewiesen.

*„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.“*

### Begründung

*„Das „Kongruenzgebot“ ist dann verletzt, wenn der betriebswirtschaftliche Einzugsbereich des Vorhabens den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde wesentlich überschreitet. Eine wesentliche Überschreitung ist beispielweise nach dem „Einzelhandelserlass für Baden-Württemberg“ vom 21.02.2001 dann gegeben, wenn mehr als dreißig Prozent des Umsatzes aus Räumen außerhalb des Verflechtungsbereiches erzielt werden.“*

Der Stadt Heidelberg wird durch die Landesplanung die Funktion eines **Oberzentrums** zugewiesen und sie verfügt über rd. **156.300 Einwohner**<sup>27</sup>. Als Oberzentrum wird der Stadt gemäß LEP Baden-Württemberg und dem einheitlichen Regionalplan Rhein-Neckar 2014 kein Verflechtungsbereich bzw. ein Oberbereich förmlich zugewiesen. Entsprechend der Begründung zu Ziff. 2.5.8 LEP BaWü versorgen die Oberzentren jeweils das Gebiet einer Region, woraus zu schließen ist, dass der Verflechtungsbereich eines Oberzentrums in der Regel die Region ist<sup>28</sup>. Die Region Unterer Neckar setzt sich aus den beiden Stadtkreisen Heidelberg und Mannheim sowie einer Vielzahl kleinerer und größerer Kommunen aus dem Rhein-Neckar-Kreis zusammen<sup>29</sup>.

Das Vorhaben in Heidelberg erzielt seinen Umsatz zu etwa **27 %** von Kommunen und Wettbewerbern **außerhalb der Region**. Der prognostizierte Vorhabenumsatz im Kernsortiment Möbel liegt im Worst Case bei rund 39 Mio. Euro (vgl. Seite 21). Aus dem Verflechtungsbereich, der Region, wird ein Umsatz von etwa 29 Mio. Euro für das Vorhaben generiert (vgl. hierzu S. 47 ff.).

Der Nachweis der Einhaltung des Kongruenzgebotes ist hiermit geführt. Das Vorhaben erzielt seinen Umsatz zu über 70 % aus der Region.

<sup>27</sup> Quelle: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 31.12.2015

<sup>28</sup> Auch die Raumstrukturkarte für den Regionalplan differenziert zwischen Regions- und Mittelbereichsgrenzen, wobei diese im Regionalplan wohl nicht zwingend mit der regionalen Regionsgrenze identisch sind. Bedeutsam ist insofern, dass Heidelberg im Bereich eines hochverdichteten Kernraums liegt und Sitz des Rhein-Neckar-Kreises ist. Der Rhein-Neckar-Kreis hat eine Einwohnerzahl von etwa 542.000 Einwohnern (Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 31.12.2015) und zählt nach der Einwohnerzahl zu den fünfgrößten Landkreisen in Deutschland. Zwar gehört Heidelberg selbst dem Landkreis nicht an, da es ein Stadtkreis ist, doch sollte aus Gutachtersicht primär aus der Region auch der Verflechtungsbereich für das Oberzentrum abgeleitet werden.

<sup>29</sup> Zum baden-württembergischen Teil des grenzüberschreitenden Verdichtungsraums Rhein-Neckar gehören in der Region Unterer Neckar der Stadtkreis Heidelberg; der Stadtkreis Mannheim; im Rhein-Neckar-Kreis die Gemeinden: Bammental, Brühl, Dossenheim, Edingen-Neckarhausen, Eppelheim, Gaiberg, Heddeshheim, 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 sowie Wilhelmsfeld.

#### **Zum Beeinträchtigungsverbot (Ziel Plansatz 1.7.2.4)**

*„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.“<sup>30</sup>*

Darüber hinaus trifft der Plansatz 1.7.3.3 im einheitlichen Regionalplan Rhein-Neckar Einzelhandelsgroßprojekte Vorgaben zur Begrenzung zentrenrelevanter Randsortimente für Einzelhandelsgroßprojekte in den Ergänzungsstandorten.

*„Zentrenrelevante Randsortimente sind in den „Ergänzungsstandorten für Einzelhandelsgroßprojekte“ [...] auf insgesamt maximal zehn Prozent der Gesamtverkaufsfläche, höchstens jedoch 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zu begrenzen.“*

**In der Raumnutzungskarte zum einheitlichen Regionalplan Rhein-Neckar ist der Vorhabenstandort als Zentralörtlicher Standortbereich für Einzelhandelsgroßprojekte (PS 1.7.3.1) dargestellt. Im Flächennutzungsplan für den Nachbarschaftsverband Heidelberg-Mannheim ist die Fläche als Sonderbaufläche für großflächige Handelseinrichtungen mit zentrenrelevantem Kernsortiment ausgewiesen. Demensprechend findet die Reglementierung der zentrenrelevanten Randsortimente lt. Plansatz 1.7.3.3, die für „Ergänzungsstandorte für Einzelhandelsgroßprojekte“ gilt, hier keine Anwendung.**

#### **Fazit zur Raumordnerischen Kompatibilitätsprüfung**

Unter Vorbehalt der Einhaltung des Beeinträchtigungsverbotes ist **eine Kompatibilität des Vorhabens mit den landesplanerischen Zielen Zentralitätsgebot, Integrationsgebot und Kongruenzgebot des LEP BaWü und einheitlichen Regionalplans Rhein-Neckar 2014 gegeben. Es bleibt zu prüfen, ob das Vorhaben die Funktionsfähigkeit der Stadt- und Ortskerne der Standortgemeinde und der Nachbargemeinden beeinträchtigt (Beeinträchtigungsverbot).**

**Eine Beschränkung des zentrenrelevanten Randsortiments auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche bzw. höchstens 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche greift an diesem Vorhabenstandort nicht, der lt. Flächennutzungsplan für den Nachbarschaftsverband Heidelberg-Mannheim als Sonderbaufläche für großflächige Handelseinrichtungen mit zentrenrelevantem Kernsortiment ausgewiesen ist.**

---

<sup>30</sup> Hierzu führt der Einzelhandelserlass Baden-Württemberg vom 21.02.2001 (3.2.2.3) folgendes aus: Die Funktionsfähigkeit des zentralörtlichen Versorgungskerns (Stadt- und Ortskern) der Standortgemeinde oder die Funktionsfähigkeit anderer Zentraler Orte sowie die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsgebiet sind in der Regel wesentlich beeinträchtigt, wenn dort aufgrund des Vorhabens und des zu erwartenden Kaufkraftabflusses Geschäftsaufgaben drohen. Anhaltswert für eine derartige Annahme ist ein Umsatzverlust bei zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten von ca. 10 % und bei nicht zentrenrelevanten und nicht nahversorgungsrelevanten Sortimenten von ca. 20 % im vorhabenspezifischen Sortiment.

## 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/Einzugsgebietes

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient als Grundlage zur Analyse der Wettbewerbssituation sowie zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials eines Standortes. Das zu ermittelnde potenzielle Einzugsgebiet 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.

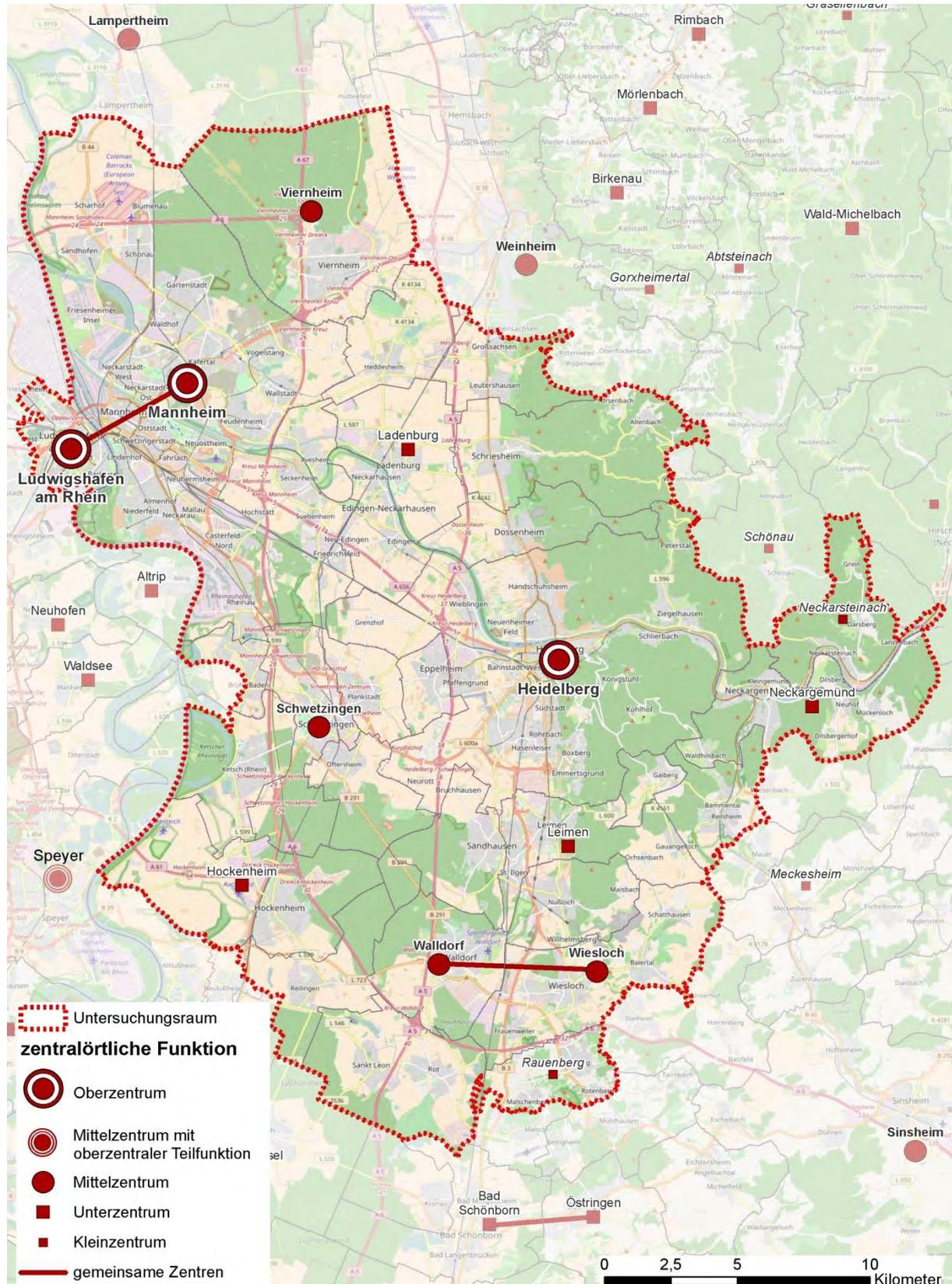
Auf der Grundlage von Raumwiderständen, der Einordnung / Bewertung von Konkurrenzstandorten sowie unter Berücksichtigung der entsprechenden Aussagen der vorliegenden Einzelhandelskonzepte wurde als Untersuchungsraum eine Isochrone von ca. 20 Pkw-Minuten<sup>31</sup> um das Vorhaben definiert (vgl. Karte 2). Das Einzugsgebiet hingegen orientiert sich weitestgehend an Gemeinde- und Stadtgrenzen, lediglich für Ludwigshafen ergibt sich eine Abgrenzung, die nur Teilbereiche der Stadt umfasst.

Im vorliegenden Fall kann das Vorhaben somit potenziell ein Einzugsgebiet erschließen, welches u. a. den Ballungsraum Mannheim / Ludwigshafen (Teilbereiche) 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 im südlichen Stadtgebiet ansässig, die die nördliche Begrenzung des Untersuchungsraums bilden. 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

<sup>31</sup> ArcGIS-gestützte Berechnung

durchgeführten Modellberechnung ist eine Abbildung der Kaufkraftflüsse innerhalb des Untersuchungsraumes bezogen auf die einzelnen Standortbereiche in detaillierter Form möglich.

**Karte 2: Untersuchungsraum/Einzugsgebiet mit zentralörtlicher Funktion der Kommunen**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von © OpenStreetMap (and) contributors, CC-BY-SA

## **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. **910.000 Einwohner** mit einer einzelhandelsrelevanten **Kaufkraft in den projektrelevanten Warengruppen** von ca. **530 Mio. Euro**. Der größte Anteil entfällt auf die **Warengruppe Möbel (rund 300 Mio. Euro)**. Eine Übersicht über die Bevölkerung im Untersuchungsraum nach Städten und deren branchenspezifische einzelhandelsrelevante Kaufkraft gibt Tabelle 4.

Das einzelhandelsrelevante **Kaufkraftniveau** im Untersuchungsraum präsentiert sich bei einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftkennziffern** von **unter 96 (Ludwigshafen)** bis **knapp 120 (Gai-berg)** insgesamt **mehrheitlich z.T. deutlich über dem Bundesdurchschnitt (100)**.

**Tabelle 4: Einwohner und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsraum**

Kommunen	Einwohner (gerundet)	Kaufkraftkennziffer	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Mio. Euro)				
			Möbel	GPK / Haushaltswaren	Wohneinrichtung	Leuchten	Summe
Bammental	6.400	102,17	2,1	0,5	0,8	0,4	3,8
Brühl	13.900	109,49	4,8	1,1	1,8	0,8	8,5
Dossenheim	12.500	106,96	4,4	1,0	1,7	0,7	7,8
Edingen- Neckarhausen	14.000	102,17	4,5	1,1	1,8	0,8	8,2
Eppelheim	15.200	108,78	5,4	1,3	2,3	0,9	9,9
Gaiberg	2.400	119,74	1,0	0,2	0,4	0,2	1,8
Heddesheim	11.200	98,96	3,5	0,8	1,4	0,6	6,3
Heidelberg	156.300	98,59	48,0	11,1	19,5	8,1	86,7
Hirschberg an der Bergstraße	9.600	118,23	3,9	0,9	1,5	0,6	6,9
Hockenheim	21.100	103,84	7,0	1,6	2,8	1,2	12,6
Ilvesheim	9.100	106,39	3,1	0,7	1,2	0,5	5,5
Ketsch	12.600	107,69	4,4	1,0	1,8	0,7	7,9
Ladenburg	11.400	110,31	4,2	1,0	1,6	0,7	7,5
Leimen	26.900	98,69	8,3	1,9	3,4	1,4	15,0
Ludwigshafen am Rhein	71.300 <sup>2</sup>	95,92	21,0	4,8	8,6	3,5	37,9
Mannheim	305.800	99,09	94,7	21,9	38,4	15,9	170,9
Neckargemünd	13.400	106,59	4,6	1,1	1,8	0,8	8,3

Kommunen	Einwohner (gerundet)	Kaufkraftkennziffer	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Mio. Euro)				
			Möbel	GPK / Haushaltswaren	Wohneinrichtung	Leuchten	Summe
Neckarsteinach	4.100	104,55	1,4	0,3	0,5	0,2	2,4
Nußloch	10.900	108,31	3,9	0,9	1,6	0,6	7,0
Oftersheim	12.000	106,00	4,1	1,0	1,6	0,7	7,4
Plankstadt	10.200	104,99	3,5	0,8	1,4	0,6	6,3
Rauenberg	8.600	109,52	3,1	0,7	1,2	0,5	5,5
Reilingen	7.400	104,80	2,5	0,6	1,1	0,4	4,6
Sandhausen	14.900	106,48	5,2	1,2	1,9	0,9	9,2
Schriesheim	14.900	115,09	5,8	1,4	2,3	1,0	10,5
Schwetzingen	22.300	107,81	7,9	1,8	3,0	1,3	14,0
St. Leon-Rot	13.600	102,66	4,4	1,0	1,8	0,7	7,9
Viernheim	34.100	103,12	11,2	2,6	4,5	1,9	20,2
Walldorf	15.600	113,65	5,9	1,4	2,4	1,0	10,7
Wiesloch	26.800	103,42	8,9	2,1	3,6	1,5	16,1
<b>Summe<sup>1</sup></b>	<b>905.800</b>	<b>-</b>	<b>292,7</b>	<b>67,8</b>	<b>117,7</b>	<b>49,1</b>	<b>527,3</b>

<sup>1</sup> Alle Werte gerundet, daher Abweichungen in den Summen möglich

<sup>2</sup> im untersuchungsrelevanten Teilraum

Quellen Einwohner: Einwohner BW: Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Stand: 31.12.2015; Einwohner Stadt Ludwigshafen: Stadt Ludwigshafen, Stand: 31.12.2015; Einwohner Stadt Wiesloch: Stadt Wiesloch, Stand: 31.12.2015; Einwohner Stadt Neckargemünd: Stadt Neckargemünd, Stand: 30.06.2015; Einwohner Viernheim: Statistisches Landesamt Hessen, Stand: 31.12.2015

Quelle Kaufkraft: IfH, Köln 2016, 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 / m<sup>2</sup>) 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 5 und Tabelle 6.

- Insgesamt wurden in den untersuchungsrelevanten Warengruppen rd. **384.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche** erhoben. Der erwirtschaftete Umsatz beläuft sich geschätzt auf rd. **700,0 Mio. Euro**. Ein Großteil hiervon entfällt mit ca. **264.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche** und rd. **384,0 Mio. Euro Umsatzvolumen** auf das Sortiment **Möbel**.
- Der mit Abstand höchste Verkaufsflächen- und Umsatzanteil kommt unter den untersuchten Städten mit ca. **160.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche** und rund **300,0 Mio. Euro Umsatz** dem **Oberzentrum Mannheim**<sup>32</sup> zu. Das **Oberzentrum Heidelberg** verfügt über ein Angebot von knapp **55.000 m<sup>2</sup> projektrelevanter Verkaufsfläche** und geschätzten rund **86,0 Mio. Euro Umsatzvolumen**.
- Danach folgen die **Mittelzentren** im Untersuchungsraum **Schwetzingen** (44.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, rd. 70,0 Mio. Euro Umsatz), **Viernheim** (25.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, rd. 41 Mio. Euro Umsatz) und **Walldorf/Wiesloch** als gemeinsames Mittelzentrum mit zusammen rd. 40.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und ca. 130 Mio. Euro Umsatz. Der quantitative Schwerpunkt liegt in Walldorf mit dem hier ansässigen Ikea Einrichtungshaus.

---

<sup>32</sup> gemeinsames Oberzentrum mit Ludwigshafen

**Tabelle 5: Verkaufsflächen (in den zentralen Versorgungsbereichen, Sonderstandorten und Streulagen) in den projektrelevanten Sortimenten im Untersuchungsraum (Angaben in m<sup>2</sup>)**

Kommunen	Sortiment							
	Möbel	GPK / Haushaltswaren	Bettwaren / Mat- ratzen	Heimtextilien	Teppiche (Einzel- ware)	sonst. Wohneinrichtung	Leuchten	Summe <sup>2</sup>
Bammental	5.900	-	450	< 50	< 50	160	< 50	<b>6.500</b>
Dossenheim	2.200	< 50	100	-	-	250	-	<b>2.600</b>
Heidelberg	34.100	6.300	3.450	2.900	1.100	4.200	2.600	<b>54.700</b>
Hirschberg an der Bergstraße	900	< 50	100	300	-	< 50	< 50	<b>1.300</b>
Hockenheim	3.200	450	400	600	50	600	300	<b>5.600</b>
Ketsch	5.400	50	600	-	-	350	-	<b>6.400</b>
Ladenburg	100	< 50	-	-	< 50	400	-	<b>500</b>
Ludwigshafen am Rhein <sup>1</sup>	5.000	1.500	1.050	1.400	550	1.900	200	<b>11.600</b>
Mannheim	107.000	14.300	5.600	8.300	4.700	12.900	7.400	<b>160.200</b>
Neckargemünd	150	< 50	-	< 50	-	100	-	<b>300</b>
Neckarsteinach	100	-	-	-	-	-	-	<b>100</b>
Nußloch	< 50	100	< 50	100	-	100	-	<b>300</b>
Oftersheim	-	< 50	-	-	-	< 50	-	<b>100</b>
Plankstadt	-	-	-	-	-	100	< 50	<b>100</b>
Reilingen	14.000	300	150	300	350	150	300	<b>15.600</b>
Sandhausen	3.800	350	100	100	50	100	200	<b>4.700</b>

Kommunen	Sortiment							
	Möbel	GPK / Haushaltswaren	Bettwaren / Mat- ratzen	Heimtextilien	Teppiche (Einzel- ware)	sonst. Wohneinrichtung	Leuchten	Summe <sup>2</sup>
Schriesheim	< 50	350	-	100	< 50	50	-	<b>500</b>
Schwetzingen	30.700	2.350	1.800	2.500	2.500	1.900	2.300	<b>44.100</b>
St. Leon-Rot	2.400	200	100	< 50	< 50	200	350	<b>3.300</b>
Viernheim	16.650	2.200	900	1.400	400	2.300	1.600	<b>25.500</b>
Walldorf	22.750	2.000	450	800	450	1.100	600	<b>28.200</b>
Wiesloch	9.900	450	500	250	100	1.150	250	<b>12.600</b>
<b>Gesamt<sup>2</sup></b>	<b>264.250</b>	<b>30.900</b>	<b>15.750</b>	<b>19.050</b>	<b>10.250</b>	<b>28.000</b>	<b>16.100</b>	<b>384.300</b>

<sup>1</sup> nur Teilräume der Stadt (siehe Kapitel 2); nicht aufgeführte Kommunen verfügen über kein der Erhebungssystematik entsprechendes Einzelhandelsangebot

<sup>2</sup> Alle Werte gerundet, daher Abweichungen in den Summen möglich.

Quellen: eigene Erhebungen und Berechnungen

**Tabelle 6: Geschätzte Umsätze in den projektrelevanten Sortimenten im Untersuchungsraum (in den zentralen Versorgungsbereichen, Sonderstandorten und Streulagen) (Angaben in Mio. Euro)**

Kommunen	Sortiment							
	Möbel	GPK / Haushaltswaren	Bettwaren / Mat- ratzen	Heimtextilien	Teppiche (Einzel- ware)	sonst. Wohneinrichtung	Leuchten	Summe <sup>2</sup>
Bammental	3,6	-	0,4	< 0,1	< 0,1	0,2	< 0,1	4,2
Dossenheim	3,4	< 0,1	0,2	-	-	0,5	-	4,1
Heidelberg	39,1	15,4	5,9	6,2	1,8	8,3	9,1	85,5
Hirschberg an der Bergstraße	1,3	< 0,1	0,2	0,8	-	0,1	< 0,1	2,4
Hockenheim	3,9	0,9	0,7	1,2	0,1	1,1	1,0	8,9
Ketsch	3,3	0,1	0,5	-	-	0,4	-	4,3
Ladenburg	0,2	0,1	-	-	< 0,1	0,9	-	1,2
Ludwigshafen am Rhein <sup>1</sup>	5,8	3,1	1,9	2,9	0,8	3,5	0,6	18,6
Mannheim	153,6	42,6	11,4	22,4	10,1	31,5	29,2	300,8
Neckargemünd	0,2	< 0,1	-	< 0,1	-	0,3	-	0,5
Neckarsteinach	0,2	-	-	-	-	-	-	0,2
Nußloch	< 0,1	0,2	< 0,1	0,3	-	0,3	-	0,8
Oftersheim	-	0,1	-	-	-	0,1	-	0,2
Plankstadt	-	-	-	-	-	0,1	0,2	0,3
Reilingen	14,5	0,6	0,2	0,6	0,5	0,2	0,8	17,4
Sandhausen	4,8	0,7	0,2	0,1	0,1	0,2	0,6	6,7

Kommunen	Sortiment							
	Möbel	GPK / Haushaltswaren	Bettwaren / Mat- ratzen	Heimtextilien	Teppiche (Einzel- ware)	sonst. Wohneinrichtung	Leuchten	Summe <sup>2</sup>
Schriesheim	< 0,1	1,1	-	0,2	0,1	0,1	-	<b>1,4</b>
Schwetzingen	38,3	5,9	3,3	5,6	4,4	4,0	7,7	<b>69,2</b>
St. Leon-Rot	2,8	0,4	0,2	< 0,1	-	0,3	1,1	<b>4,8</b>
Viernheim	19,9	5,4	1,6	3,0	0,7	4,7	5,6	<b>40,9</b>
Walldorf	75,3	14,8	2,4	5,4	2,2	6,0	5,8	<b>111,9</b>
Wiesloch	14,0	0,9	0,9	0,4	0,2	2,0	0,5	<b>18,9</b>
<b>Gesamt<sup>2</sup></b>	<b>384,2</b>	<b>92,3</b>	<b>30,0</b>	<b>49,1</b>	<b>21,0</b>	<b>64,8</b>	<b>62,2</b>	<b>703,6</b>

<sup>1</sup> nur Teilräume der Stadt (siehe Kapitel 2)

<sup>2</sup> Alle Werte gerundet, daher Abweichungen in den Summen möglich.

Quellen: eigene Erhebungen und Berechnungen

Im Kernsortiment **Möbel** errechnen sich demnach die folgenden **Zentralitätswerte**<sup>33</sup>:

**Tabelle 7: Zentralitäten in der Warengruppe Möbel im Untersuchungsraum**

Kommune <sup>1</sup>	Zentralität
Heidelberg (Oberzentrum)	0,9
Bammental	1,7
Dossenheim	0,8
Hirschberg an der Bergstraße	0,3
Hockenheim (Unterzentrum)	0,6
Ketsch	0,8
Ladenburg (Unterzentrum)	< 0,1
Mannheim (Oberzentrum; Doppelzentrum mit Ludwigshafen)	1,6
Neckargemünd (Unterzentrum)	< 0,1
Neckarsteinach (Kleinzentrum)	0,1
Reilingen	5,8
Sandhausen	0,9
Schwetzingen (Mittelzentrum)	4,8
St. Leon-Rot	0,6
Viernheim (Mittelzentrum)	1,8
Walldorf (Mittelzentrum; Doppelzentrum mit Wiesloch)	12,8
Wiesloch (Mittelzentrums; Doppelzentrum mit Walldorf)	1,6
<b>Gesamt</b>	<b>1,3</b>

<sup>1</sup> Teilweise nur Teilräume der Kommunen (siehe Kapitel 2).

Quelle: IfH, Köln 2016; eigene Erhebungen und Berechnungen

Insgesamt lässt der Zentralitätswert über alle Kommunen im Wirkungsraum in der Warengruppe **Möbel** von **1,3** per Saldo bereits einen gewissen Kaufkraftzufluss aus den umliegenden Regionen schließen. Die Zentralität in der Warengruppe Möbel liegt in der Vorhabenkommune Heidelberg selbst nur bei **0,9**, einem Wert, der für ein Oberzentrum deutlich unterdurchschnittlich ist. 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 Warengruppe aber Potenziale für das Oberzentrum Heidelberg für eine Rückgewinnung bisher abfließender Kaufkraft.

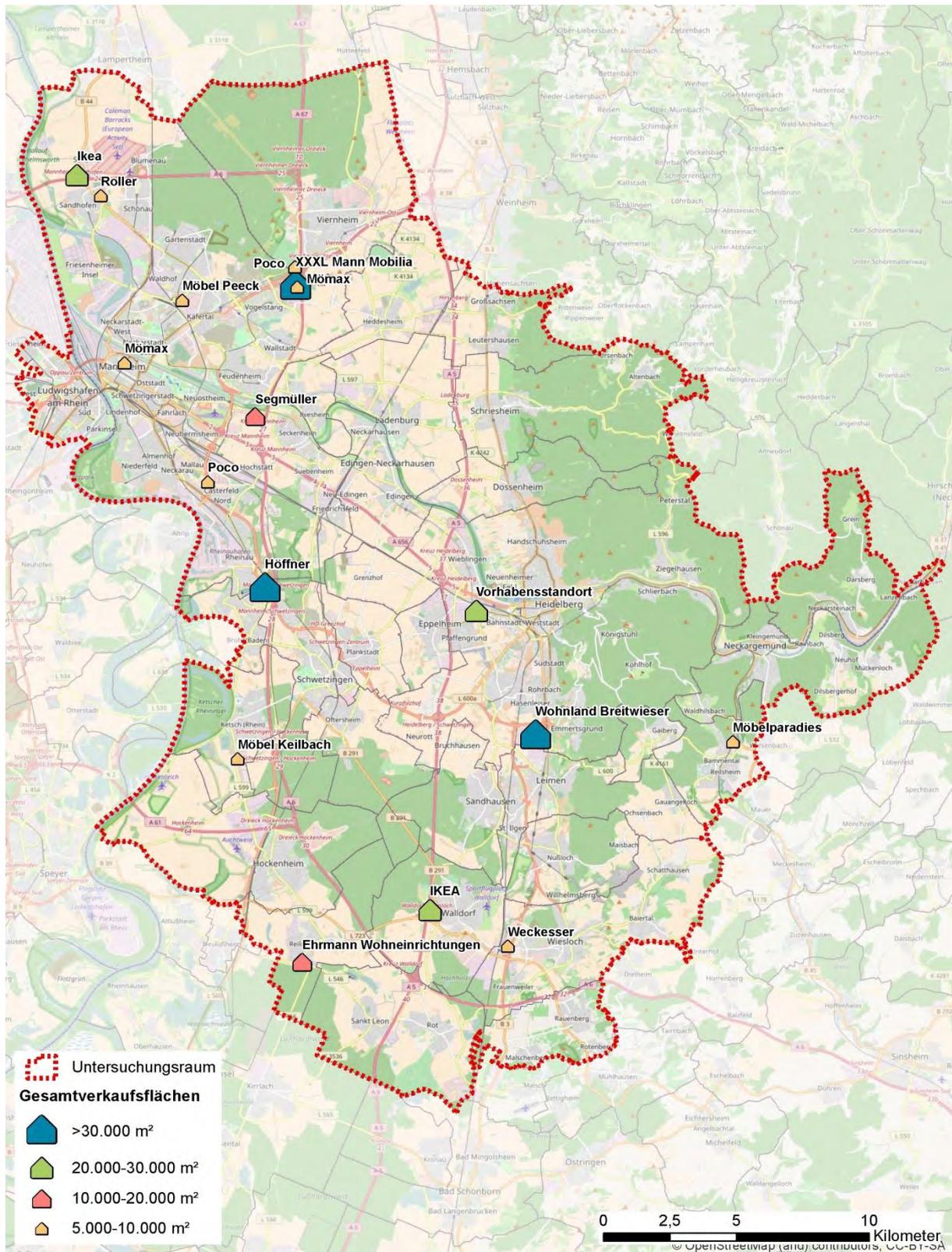
<sup>33</sup> Die Zentralität zeigt an, wie viel der lokal vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch den niedergelassenen Einzelhandel gebunden werden kann. Ein Wert von 1 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genau so groß ist wie die lokal vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraft im entsprechenden Sortiment; Werte über 1 deuten auf Zuflüsse von außen hin.

Im Untersuchungsraum befinden sich mit Heidelberg, Ludwigshafen und Mannheim insgesamt drei Oberzentren, wobei Ludwigshafen und Mannheim ein sogenanntes Doppelzentrum bilden. Von diesen Oberzentren kann nur **Mannheim** einen nennenswerten Kaufkraftzufluss aufweisen (einzelhandelsrelevante Zentralität von ca. **1,6**). **Heidelberg** weist in dieser Warengruppe eine für ein Oberzentrum **untypisch geringe Zentralität** auf.

Die mit Abstand höchste Zentralität weist mit einem Wert von 12,8 Walldorf (Doppelzentrum mit Wiesloch) auf. Der hier ansässige Ikea zieht Kaufkraft aus den umliegenden Kommunen. Weiterhin weisen Schwetzingen (Mittelzentrum) und Reilingen (ohne zentralörtliche Funktion) Zentralitätswerte in der Warengruppe Möbel von ca. 4,8 bzw. 5,8 auf, gefolgt von Viernheim und Bammental, die in der Warengruppe Möbel signifikante Zuflüsse einzelhandelsrelevanter Kaufkraft aufweisen. In den vier letztgenannten Kommunen sind jeweils großflächige Möbelanbieter ansässig, deren Umsatz deutlich über der lokalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft liegt. Durch Realisierung des Vorhabens würde die Zentralität im gesamten Untersuchungsraum von ca. **1,3 auf ca. 1,4 ansteigen**. In der Vorhabengemeinde Heidelberg würde sich die Zentralität im Bereich Möbel von derzeit **0,9 auf 1,6** signifikant erhöhen.

Einen Überblick über die größten Wettbewerber im Möbelbereich (ab ca. 5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) im Untersuchungsraum sowie eine städtebauliche Einordnung geben Karte 3 und Tabelle 8.

**Karte 3: Relevante Anbieter im Möbelbereich ab ca. 5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Untersuchungsraum**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von © OpenStreetMap (and) contributors, CC-BY-S

Die größten Einzelanbieter mit jeweils mehr als 40.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche sind das Möbelhaus XXXL Mann Mobilia aus der Unternehmensgruppe (ca. 45.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) des

**Vorhabenträgers** XXXLutz in Mannheim sowie **Möbel Höffner** in Schwetzingen (ca. **43.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche**). Drittgrößter Anbieter im Untersuchungsraum ist der **Wohnland Breitwieser** mit rd. **30.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche**, der in der Stadt Heidelberg angesiedelt ist. Die beiden **Ikea Einrichtungshäuser** in **Mannheim** und **Walldorf** weisen Gesamtverkaufsflächen von mehr als **20.000 m<sup>2</sup>** auf. Die anderen Anbieter im Untersuchungsraum weisen Dimensionierungen von zwischen 5.000 bis 15.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche auf. Es wird somit deutlich, dass das Planvorhaben mit rd. **28.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche** zu einem der vier größten Anbieter im Untersuchungsraum gehören würde.

**Tabelle 8: Relevante Anbieter im Möbelbereich ab ca. 5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Untersuchungsraum**

Kommune	Adresse	Betreiber	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> *
Bammental	Bahnhofstraße	Mein Möbelparadies	6.500
Heidelberg	Hertzstraße	Wohnland Breitwieser	30.000
Ketsch	Hockenheimer Straße	Möbel Keilbach	6.500
Mannheim	Amselstraße	Roller	9.500
Mannheim	Frankenthaler Straße	Ikea	21.500
Mannheim	Helmertstraße	Poco	7.000
Mannheim	K1	Mömax	8.000
Mannheim	Turbinenstraße	Möbel Peek	5.000
Mannheim	Seckenheimer Landstraße	Segmüller	13.500
Mannheim	Spreewaldallee	XXXL Mann Mobilia	44.500
Mannheim	Spreewaldallee	Mömax	8.000
Reilingen	Hauptstr.	Ehrmann Wohneinrichtung	15.500
Schwetzingen	Mannheimer Landstraße	Höffner	43.000
Walldorf	Josef-Reiert-Str.	Ikea	24.500
Wiesloch	In den Weinackern	Weckesser	8.500

\* gerundete Werte

Quelle: eigene Erhebungen

Da die Verträglichkeitsanalyse gemäß § 11 (3) BauNVO sowohl auf die Ermittlung städtebaulicher Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche im Einzugsgebiet als auch auf mögliche Implikationen versorgungsstruktureller Art abstellt, sind im Anhang des Gutachtens die angebotsseitigen Kenndaten (geschätzte Umsätze<sup>34</sup>) der untersuchten zentralen Versorgungsbereiche, Sonderstandorte und Streulagen mit projektrelevantem Angebot detailliert aufgeführt. Das Kernsortiment des Vorhabens, **Möbel, spielt in den meisten zentralen Versorgungsbereichen**

<sup>34</sup> 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.

**nur eine untergeordnete Rolle.** Ausnahmen bilden hierbei die Mannheimer Innenstadt (rd. 7.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche), die Heidelberger Innenstadt (ca. 1.900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Bereich Möbel) sowie die Ludwigshafener Innenstadt (rd. 1.700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche). In Mannheim ist die Verkaufsfläche auf das Angebot einzelner großflächiger Anbieter (z.B. Mömax mit knapp 8.000 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche und Marktex mit ca. 800 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche) zurückzuführen. In Heidelberg und Ludwigshafen gibt es einige kleinere Fachgeschäfte. Im Dossenheimer Zentrum ist der großflächige Anbieter **Möbel Kirsch mit 2.500 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche** angesiedelt.

Die einzelnen Standorte und Standortbereiche der größten Möbelanbieter werden im Folgenden insbesondere hinsichtlich der aufgeführten Kriterien überprüft, um zu einer Einschätzung hinsichtlich ihrer Betroffenheit durch das Vorhaben in der Heidelberger Bahnstadt zu kommen:

- Agglomerationseffekt/ -wirkung
- Funktionalität
- Erscheinungsbild
- Stabilität
- Zukunftsfähigkeit am Standort

### Stadt Heidelberg

Der einzige großflächige Möbelanbieter im Stadtgebiet Heidelberg ist die **Fa. Breitwieser** im Gewerbegebiet **Rohrbach-Süd**. Der Anbieter ist dem Betriebstyp „Möbelvollsortimenter“ (mit breitem und tiefem Sortiment) zuzuordnen und verfügt über ca. **30.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche**. Er ist nach dem Anbieter XXXL Mann Mobilia in Mannheim und Möbel Höffner in Schwetzingen der drittgrößte Möbelanbieter im Untersuchungsraum. Wohnland Breitwieser ist eingebettet in das verkehrsgünstig im Kreuz der B 3 und der L 594 liegende Gewerbegebiet Rohrbach-Süd an der Hertzstraße im südlichen Stadtgebiet. Weitere Anbieter des Gewerbegebietes sind u.a. Kaufland, Mediamarkt, Vögele Takko, Obi, und Dänisches Bettenlager. Er ist der nächstgelegene großflächige Anbieter zum geplanten Standort in der Bahnstadt (vgl. Karte 3).

Das Gewerbegebiet Rohrbach-Süd wirkt insgesamt durch das umfangreiche Angebot (auch mit Waren des kurz- und mittelfristigen Bedarfs) und die dadurch entstehende Agglomerationswirkung in Verbindung mit einem großzügigen Stellplatzangebot stabil und zukunftsfähig. Der Möbelanbieter hat derzeit im Heidelberger Stadtgebiet keine direkte Konkurrenz und das Vorhaben stellt den gleichen Betriebstyp, wie Wohnland Breitwieser dar. Daher ist von einer **erhöhten Betroffenheit des Möbelanbieters auszugehen**.

### Stadt Mannheim

#### Homepark an der Frankenthaler Straße

Das Fachmarktzentrum „Homepark Shopping<sup>35</sup>“ liegt an der Frankenthaler Straße in unmittelbarer Nähe zur A 6 und B 44 im nördlichen Stadtgebiet in Sandhofen. Den größten Anbieter stellt **das Einrichtungshaus Ikea mit ca. 22.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche** dar. Weitere Anbieter der Fachmarkttagglomeration sind u.a. Maisons du Monde, Media Markt, Dänisches Bettenlager und

<sup>35</sup> Die sogenannten „Homeparks“ sind Einkaufszentren mit einer tendenziellen Spezialisierung u.a. auf die Bereiche Wohnen, Einrichten, Dekoration.

Bikemax. Der Betriebstyp Ikea zeichnet sich insbesondere durch sein breites und tiefes Sortiment und seinen hohen Anteil von Randsortimenten aus (insbesondere in den Bereichen Haushaltswaren, Heimtextilien etc.). Die hohe Stellplatzausstattung des Homeparks unterstreicht die Ausrichtung auf den Autokunden. Der Standortbereich erzielt Agglomerationswirkung durch den Zusammenschluss vieler Anbieter. Das Einrichtungshaus Ikea wird nur **nachrangig von dem Vorhaben in Heidelberg betroffen sein**, da es aufgrund der **Marktdominanz im Möbeleinzelhandel ein Sonderformat** darstellt<sup>36</sup>. Außerdem liegt der Homepark in deutlicher Entfernung zum Vorhabenstandort im nordwestlichen Randbereich des Einzugsgebietes und verfügt demnach über ein Einzugsgebiet, das über das des Vorhabens in Heidelberg hinausgeht.

#### Roller an der Amselstraße

Der Möbeldiscounter **Roller (ca. 9.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)** an der Amselstraße liegt südlich der A6 und östlich der B 44 in Mannheim-Sandhofen im Standortverbund mit u.a. den Anbietern Aldi, Rewe, dm, Deichmann und ATU. Der Möbeldiscounter zeichnet sich insbesondere durch sein breites Warenangebot im Niedrigpreissegment aus. Die angebotenen Möbel können überwiegend sofort mitgenommen werden. Des Weiteren werden Aktionswaren angeboten.

Diese discountorientierte Eigenschaften des Betriebstypen lassen den Schluss zu, dass es sich bei dem Vorhaben in Heidelberg um keinen direkten Konkurrenten zu Roller handelt und demnach auch die **Betroffenheit bei einem Markteintritt des XXXLutz nachgeordnet sein wird**.

Gleiches gilt für den Anbieter **Poco** an der Helmertstraße an einem klassischen alten Gewerbestandort in Mannheim. Auch er fällt in die Kategorie „Möbeldiscounter“ und ist daher kein unmittelbarer Konkurrent zu dem geplanten Möbelvollsortimenter in der Bahnstadt. In der Nähe befindet sich der Baumarkt Bauhaus. Der Anbieter Poco mit ca. 7.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche ist deutlich in die Jahre gekommen und präsentiert sich nicht modern.

#### Mömax in der Mannheimer Innenstadt

Der Anbieter **Mömax** gehört zur gleichen Unternehmensgruppe wie das Vorhaben in Heidelberg, zeichnet sich jedoch im Vergleich über günstigere Preise aus und einen höheren Anteil an Randsortimenten. Der Möbelmarkt ist integriert in die Mannheimer Innenstadt und verfügt über **ca. 8.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche**. Auch bei diesem Anbieter kann insbesondere aufgrund der Lage im Zentrum sowie seiner Preisgestaltung davon ausgegangen werden, dass er von dem Vorhaben in Heidelberg **nicht in erhöhtem Maße betroffen sein wird**.

#### Möbel Peek

Im Standortverbund mit den Anbietern Fliesen Oase und Reisser (Bad und Sanitär) befindet sich in der Turbinenstraße das Einrichtungshaus **Möbel Peek (ca. 5.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)** und ein **separates Küchenstudio (ca. 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)**. Das Angebot der Möbelanbieter ist im mittelpreisigen bis gehobenen Niveau einzustufen. Möbel Peek ist eher als Möbelfachgeschäft einzuordnen mit einem entsprechenden schmalen und nicht tiefen Sortiment. Hier werden insbesondere Wohn- und Polstermöbel angeboten. Für diesen Standort kann potenziell von **einer erhöhten Betroffenheit durch das Vorhaben in Heidelberg ausgegangen werden**, da sich die dort angebotenen Sortimente in einem ähnlichen Preissegment, jedoch in einer größeren Auswahl als am geplanten Standort Heidelberg wiederfinden werden. Das Küchenstudio kann hingegen sicherlich auch Zielkundschaft ansprechen, die es, ungeachtet des geplanten

---

<sup>36</sup> Vgl. hierzu EHI Retail Institute GmbH, Köln, „Die Grenzen des Wachstums- Konzepte, Kennzahlen und Perspektiven für den deutschen Möbeleinzelhandel“, 2014

Standortes in Heidelberg, auch weiterhin aufsucht. Die große Entfernung zwischen den Standorten relativiert die Betroffenheit allerdings wieder.

#### Segmüller in der Seckenheimer Landstraße

An der Seckenheimer Landstraße liegt das Einrichtungshaus **Segmüller (ca. 13.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)** und ein **separates Küchenhaus (ca. 2.700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)** im Verbund mit u.a. Lidl, Aldi, Edeka, SaniTherm (Bad, Küchen, Möbel, Fliesen) und Dehner (Garten- und Tiermarkt). Der Standort ist ein klassischer dezentraler Standort mit Ausrichtung auf den Autokunden. Durch die räumliche Nähe zu verschiedenen Anbietern aus dem kurzfristigen Bedarf (Lebensmittel) kann von einer hohen Frequenz des Standortverbundes ausgegangen werden mit entsprechenden positiven Agglomerationseffekten auch für den Möbelanbieter. Insgesamt scheint dieser jedoch in die Jahre gekommen und modernisierungsbedürftig. Grundsätzlich ist der Anbieter Segmüller dem gleichen Betriebstyp wie XXXLutz zuzuordnen. **Als Vollsortimenter kann von einer erhöhten Betroffenheit durch das Vorhaben ausgegangen werden.**

#### XXXL Mann Mobilia und Mömax in der Spreewaldallee

Der größte Möbelanbieter im Stadtgebiet Mannheim ist **XXXL Mann Mobilia (ca. 45.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)** im Verbund mit **Mömax (ca. 8.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)**, beide **aus der Unternehmensgruppe des Vorhabenträgers XXXLutz** an der Stadtgrenze zu Viernheim (Hessen) im nördlichen Stadtgebiet. Der verkehrsgünstig gelegene Standort am Viernheimer Kreuz kann ein großes Einzugsgebiet generieren, was sicherlich im Norden und Osten des Standortes Teile erschließt, die von dem Vorhaben in Heidelberg nicht erreicht werden können. Der Anbieter ist zwar ein direkter Konkurrent zum geplanten XXXLutz in Heidelberg, jedoch kann von **einer geringen Betroffenheit ausgegangen werden**, da Kunden, die bisher den Mannheimer Markt aufgesucht haben, weil er näher am Wohnort liegt, dies auch weiterhin tun werden. Sie finden in Mannheim ein vergleichbares Angebot auf einer deutlich größeren Fläche. Zudem kommt es am Standort in der Spreewaldalle zu Agglomerationswirkungen aufgrund weiterer Anbieter. Dies sind u.a. Bauhaus, Real, Toys „r“ us, Fressnapf, Schuhcenter und Aldi.

#### **Stadt Schwetzingen**

Möbel **Höffner (ca. 43.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)** an der Mannheimer Landstraße in Schwetzingen-Hirschacker ist der zweitgrößte Anbieter im Untersuchungsraum. In direkter Nachbarschaft ist der Baumarkt Hornbach angesiedelt. Auf der anderen Straßenseite der B 36 befindet sich das Rennerswalder Einkaufszentrum mit den Anbietern Real, Aldi, dm, Fressnapf, Penny, Deichmann u.a.

Höffner ist ebenfalls ein **Vollsortimenter** und damit ein direkter Konkurrent zum Vorhaben in Heidelberg. **Die Betroffenheit von Möbel Höffner ist als erhöht einzustufen**, insbesondere aufgrund der Nähe zum geplanten Standort (vgl. Karte 3) und einem vergleichbaren Sortiment in der Breite und Tiefe.

#### **Gemeinde Ketsch**

In der Gemeinde Ketsch an der Hockenheimer Straße befindet sich **Möbel Keilbach mit ca. 6.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche**. In räumlicher Nähe liegt der Lebensmitteldiscounter Lidl. Der Anbieter Keilbach, der sowohl Wohn- als auch Küchenmöbel im Angebot hat, ist deutlich in die Jahre gekommen. Es kann von **einer erhöhten Betroffenheit durch das Vorhaben ausgegangen werden**, da es sich um einen **vergleichbaren Betriebstypen** mit einem **vergleichbaren Ange-**

**bot** handelt. Der Standort kann jedoch durch sein modernes Erscheinungsbild und die Agglomerationseffekte aufgrund des vorhandenen Baumarktes Bauhaus in direkter Nachbarschaft profitieren.

### **Gemeinde Reilingen**

In städtebaulich integrierter Lage ist der Anbieter **Ehrmann Wohneinrichtung** mit ca. **15.500m<sup>2</sup> Verkaufsfläche** angesiedelt. Er ist ein Einzelstandort ohne weitere Anbieter in der Nähe und kann demnach auch nicht von einer Agglomerationswirkung profitieren, wie es bei vielen Anbietern im Untersuchungsraum der Fall ist. Sein Erscheinungsbild ist modern und der Standort wirkt stabil und zukunftsfähig. Aufgrund eines sich überschneidenden Angebotes zum Vorhaben kann für den Anbieter auch **von einer erhöhten Betroffenheit durch den Markteintritt ausgegangen werden**.

### **Stadt Walldorf**

In Walldorf ist das zweite **Ikea Einrichtungshaus** im Untersuchungsraum angesiedelt. Der Anbieter verfügt über ca. **25.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche**. Weitere Anbieter im Verbund sind u.a. Grüner Krebs (Möbel und Küchen) sowie ein Möbel Outlet. Für diesen Ikea Standort gilt das gleiche wie für den Ikea Standort in Mannheim, der jedoch durch das „Homepark Konzept“ noch deutlicher von Agglomerationseffekten profitiert: Der Betriebstyp Ikea zeichnet sich insbesondere durch sein breites und tiefes Sortiment und seinen hohen Anteil von Randsortimenten aus (insbesondere in den Bereichen Haushaltswaren, Heimtextilien etc.). Das Einrichtungshaus Ikea in Walldorf wird nur **nachrangig von dem Vorhaben in Heidelberg betroffen sein**, da es aufgrund der Marktdominanz im Möbele Einzelhandel ein Sonderformat darstellt.

### **Stadt Wiesloch**

**Möbel Weckesser** (ca. **8.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche**) ist ein **hochwertiger und hochpreisiger** Möbelanbieter in Wiesloch (Motto: „Alles außer gewöhnlich“). Er ist ein Einzelanbieter ohne weitere Anbieter in direkter Nähe. Aufgrund seines hochwertigen Angebotes hebt er sich gegenüber anderen Möbelanbietern im Untersuchungsraum deutlich ab, weshalb auch von einer **geringen Betroffenheit** durch die potenzielle Ansiedlung des XXXLutz in Heidelberg ausgegangen werden kann.

### **Gemeinde Bammental**

In der kleinen Gemeinde Bammental östlich von Heidelberg ist am Siedlungsrand der Vollsortimenter **„Mein Möbelhaus“** angesiedelt. Der Anbieter mit ca. **6.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche** ist deutlich in die Jahre gekommen. Aufgrund eines sich überschneidenden Angebotes zum Vorhaben kann für den Anbieter auch **von einer erhöhten Betroffenheit ausgegangen werden**.

Die Einschätzung der Betroffenheit der einzelnen Standorte im Untersuchungsraum fließt in die Berechnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen durch das Vorhaben in Heidelberg ein.

## 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 2 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 werden<sup>37</sup>.

Das interkommunale Abstimmungsgebot<sup>38</sup> schützt nicht den in der Nachbargemeinde vorhandenen Einzelhandel vor Konkurrenz, sondern nur die Nachbargemeinde als Selbstverwaltungskörperschaft und Trägerin der Planungshoheit.<sup>39</sup> Die Auswirkungen müssen sich folglich auf die versorgungsstrukturelle und / oder städtebauliche Ordnung und Entwicklung in der Nachbargemeinde beziehen<sup>40</sup>. 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 wurde<sup>41</sup>.

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 ist<sup>42</sup>, bzw.
- das jeweilige Vorhaben zu Ladenleerständen und so zu einer Verminderung der Vielfalt und Dichte des Warenangebotes sowie zu abnehmender Frequenz, zur Niveauabsenkung und **damit zu einer Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des betroffenen zentralen Versorgungsbereiches führt**<sup>43</sup>.

<sup>37</sup> 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.

<sup>38</sup> vgl. § 2 Abs. 2 BauGB 2004

<sup>39</sup> 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).

<sup>40</sup> 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

<sup>41</sup> vgl. u. a. Urteil des OVG NRW vom 30.09.2009 (10 A 1676/08)

<sup>42</sup> vgl. Fickert/Fieseler, BauNVO, 10. Auflage (2002), § 11 Rn. 21.1 m.w.N.

<sup>43</sup> vgl. u. a. Janning, Der Ausschluss des zentrenschädigenden Einzelhandels im unbeplanten Innenbereich, BauR 2005, 1723, 1725

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**.<sup>44</sup>

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
- Struktur des zentralen Versorgungsbereiches
- Städtebauliche Qualität
- Qualität der Läden, des Straßenraumes
- Einzelhandelsdichte
- 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.<sup>45</sup>

---

<sup>44</sup> BVerwG 4 C 7.07 vom 11. Oktober 2007

<sup>45</sup> 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 des Planvorhabens wird durch ein realitätsnahes städtebauliches Worst Case-Szenario der aktuellen Rechtsprechung Rechnung getragen. Zu diesem Zwecke wurden, basierend auf der Analyse der Rahmenbedingungen in Kapitel 5, Annahmen zur Höhe des gegenüber den Untersuchungsstandorten im Untersuchungsraum umverteilungsrelevanten Umsatzes getroffen.

Hierbei ist zu berücksichtigen, dass sich das Sortiment Möbel generell durch ein besonders **großes Einzugsgebiet** und eine entsprechende **Streuung der Auswirkungen** auszeichnet. Im Sinne eines realitätsnahen Worst-Case-Ansatzes ist dennoch auch in der Warengruppe 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 (1,3). Für das Oberzentrum Heidelberg ist jedoch **eine Steigerung der Bindung bisher abfließender Kaufkraft an andere Standorte realistisch**. Derzeit liegt die Zentralität in der Warengruppe Möbel in Heidelberg bei **für ein Oberzentrum unterdurchschnittlichen 0,9**.

Vor diesem Hintergrund wurde der im Untersuchungsraum umverteilungsrelevante Vorhabenumsatzanteil im Bereich 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 2) 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.

Der Umsatz in den Sortimenten **Kinderwagen und Kinderautositze** wird aufgrund der geringen Verkaufsfläche von 200 m<sup>2</sup> nicht auf die bestehenden Anbieter im Untersuchungsraum umverteilt. Es ist davon auszugehen, dass es nicht zu nennenswerten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen kommen wird. Das Sortiment **sonstige Aktionswaren** (insb. saisonal wechselnd) wird ebenso nicht in der Umsatzumverteilung berücksichtigt. Die Kleinteiligkeit des Sortiments in Verbindung mit einem zumeist nur zeitweisen Angebot führt dazu, dass die Wettbewerbseffekte eine große Streuung aufweisen und einzelbetriebliche Umsatzrückgänge nur sehr gering ausfallen werden.

Damit sind, den oben angeführten Argumenten entsprechend, sowohl die Rahmenbedingungen im Einzugsgebiet (vgl. Kapitel 5.1 bis 5.3) als auch die rechtlichen Maßgaben berücksichtigt. Einen Überblick über das umverteilungsrelevante Umsatzvolumen des Vorhabens nach Warengruppen/Sortimenten gibt Tabelle 9.

**Tabelle 9: Höhe des im Untersuchungsraum umverteilungsrelevanten Vorhabenumsatzes nach Warengruppen/Sortimenten**

Waren- gruppe/Sortiment	Umsatz (Mio. Euro)		Umverteilungs- relevanter Umsatzanteil		Umverteilungs- relevanter Umsatz (Mio. Euro)	
	ModerateCase	Worst Case	ModerateCase	Worst Case	Moderate Case	Worst Case
Möbel (inkl. Bodenbe- läge)	32,2	39,1	70 %	80 %	22,5	31,3
GPK / Haushaltswaren	2,0	2,3	90 %	100 %	1,8	2,3
Heimtextilien	2,4	2,9	90 %	100 %	2,2	2,9
Teppiche (Einzelware)	1,1	1,4	70 %	80 %	0,8	1,1
Sonstige Wohneinrich- tung	0,8	1,0	90 %	100 %	0,7	1,0
Bettwaren / Matratzen	0,9	1,0	90 %	100 %	0,8	1,0
Lampen / Leuchten	2,2	2,6	70 %	80 %	1,5	2,1
<b>Gesamt</b>	<b>41,6</b>	<b>50,3</b>			<b>30,3</b>	<b>41,7</b>

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.

## 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 10 und Tabelle 11 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 Einzugsgebiet 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 10: prozentuale und monetäre Umsatzumverteilung in den Sortimenten Möbel, GPK / Haushaltswaren, Heimtextilien und Teppich (Einzelware)**

Angebotsstandort	Möbel		Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren		Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe		Teppiche (Einzelware)	
	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €
Heidelberg Zentraler Bereich Innenstadt	17-24 %	max. 0,2	5-6 %	max. 0,3	12-15 %	0,2-0,3	-	-
Heidelberg Zentraler Bereich Weststadt	18-25 %	0,3-0,4	-	*	-	*	-	*
Heidelberg Zentraler Bereich Bergheim	-	*	max. 7 %	max. 0,1	-	*	-	*
Heidelberg Gewerbegebiet Rohrbach-Süd	14-20 %	4,4-6,0	5-7 %	max. 0,2	13-16 %	0,4-0,5	12-17 %	0,1-0,2
Heidelberg Sonderstandort Eppelheimer Straße	-	*	-	*	-	*	-	-
Heidelberg Streulage niL	21-29 %	1,2-1,7	6-7 %	0,1-0,2	16-21 %	max. 0,1	-	*
Bammental ZVB	-	*	-	-	-	-	-	-
Bammental Streulage niL	8-12 %	0,3-0,4	-	-	-	*	-	*
Dossenheim ZVB	8-12 %	0,3-0,4	-	*	-	-	-	-
Hirschberg a d B ZVB Großsachsen	-	-	-	*	-	*	-	-
Hirschberg a d B ZVB Leutershausen	-	*	-	-	-	*	-	-
Hirschberg an der Bergstraße Streulage niL	-	*	-	-	-	-	-	-
Hockenheim ZVB	-	*	-	*	-	-	-	-
Hockenheim SO Industriestraße	6-8 %	max. 0,2	-	-	-	-	-	-
Hockenheim SO Pfälzer Ring	-	*	-	*	-	*	-	-
Hockenheim Streulage niL	-	*	-	*	-	*	-	*
Ketsch ZVB	-	-	-	*	-	-	-	-
Ketsch Streulage niL	6-9 %	0,2-0,3	-	*	-	-	-	-

Angebotsstandort	Möbel		Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren		Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe		Teppiche (Einzelware)	
	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €
Ladenburg ZVB	-	*	-	*	-	-	-	*
Ludwigshafen am Rhein Stadtzentrum	-	*	-	*	-	*	-	*
Ludwigshafen am Rhein ZVB STZ Nord/Hemshof	-	*	-	*	-	*	-	*
Ludwigshafen am Rhein ZVB STZ Süd	-	-	-	*	-	*	-	-
Ludwigshafen Streulage nL	-	-	-	*	-	*	-	-
Mannheim A Zentrum Innenstadt	<b>3-4 %</b>	0,3-0,4	-	*	<b>max. 2 %</b>	max. 0,1	-	*
Mannheim B Zentrum Freudenheim	-	*	-	*	-	-	-	*
Mannheim B Zentrum Innenstadt Nordwest	-	-	-	*	-	*	-	*
Mannheim B Zentrum Käfertal	-	-	-	-	-	-	-	-
Mannheim B Zentrum Lange Rötterstraße	-	*	-	-	-	-	-	-
Mannheim B Zentrum Meerfeldstraße	-	-	-	-	-	-	-	-
Mannheim B Zentrum Neckarstadt-West	-	*	-	*	-	*	-	-
Mannheim B Zentrum Neckarau	-	-	-	*	-	*	-	*
Mannheim B Zentrum Seckenheim	-	*	-	*	-	*	-	-
Mannheim B Zentrum Vogelstang	-	-	-	*	-	*	-	-
Mannheim SO Casterfeld Center	-	*	-	*	-	*	-	-
Mannheim SO Frankenthaler Straße	<b>3-4 %</b>	1,3-1,8	<b>max. 1 %</b>	0,1-0,2	<b>3-4 %</b>	0,2-0,3	-	*
Mannheim SO Sandhofen	<b>3-4 %</b>	0,3-0,5	-	*	-	*	-	*
Mannheim SO Seckenheimer Landstraße	<b>5-7 %</b>	0,9-1,3	-	*	-	-	-	*
Mannheim SO Spreewaldallee	<b>3-5 %</b>	1,6-2,2	<b>max. 1 %</b>	max. 0,1	<b>3-4 %</b>	max. 0,2	-	*
Mannheim SO Waldhof	-	*	-	*	-	*	-	*
Mannheim Streulage int	-	*	-	*	-	*	-	*

Angebotsstandort	Möbel		Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren		Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe		Teppiche (Einzelware)	
	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €
Mannheim Streulage niL	<b>4-6 %</b>	0,8-1,1	-	*	-	*	-	*
Neckargemünd ZVB	-	*	-	*	-	*	-	-
Neckarsteinach ZVB	-	*	-	-	-	-	-	-
Nußloch ZVB	-	*	-	*	-	-	-	-
Nußloch SO Fashionpark	-	-	-	*	-	*	-	-
Oftersheim ZVB	-	-	-	*	-	-	-	-
Plankstadt ZVB	-	-	-	-	-	-	-	-
Reilingen Streulage int	<b>6-8 %</b>	0,8-1,1	-	*	-	*	-	*
Sandhausen ZVB	-	*	-	*	-	*	-	-
Sandhausen Streulage niL	<b>10-15 %</b>	0,5-0,7	-	*	-	*	-	*
Schriesheim ZVB	-	*	-	*	-	*	-	*
Schwetzingen ZVB	-	*	-	*	-	*	-	*
Schwetzingen SO Zündholzstraße	<b>6-8 %</b>	2,1-3,0	<b>max. 2 %</b>	max. 0,1	<b>5-6 %</b>	max. 0,3	<b>4-5 %</b>	max. 0,2
Schwetzingen Streulage niL	-	*	-	*	-	*	-	-
St. Leon-Rot ZVB	-	-	-	-	-	-	-	-
St. Leon-Rot Streulage niL	<b>7-9 %</b>	0,2-0,3	-	*	-	*	-	*
Viernheim Gewerbegebiet 3 (West)	<b>3-4 %</b>	0,4-0,5	-	*	-	*	-	*
Viernheim Gewerbegebiet 4 (Ost)	-	*	-	*	-	*	-	*
Viernheim Rhein-Neckar-Zentrum	-	*	-	*	-	*	-	*
Viernheim Streulage niL	<b>3-5 %</b>	0,1-0,2	-	*	-	*	-	*
Walldorf ZVB	-	-	-	-	-	*	-	-
Walldorf Gewerbegebiet West	<b>7-9 %</b>	5,0-6,9	<b>2-3 %</b>	0,3-0,4	<b>5-7 %</b>	0,3-0,4	<b>max. 6 %</b>	max. 0,1

Angebotsstandort	Möbel		Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren		Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe		Teppiche (Einzelware)	
	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €
Wiesloch ZVB	-	*	-	*	-	*	-	-
Wiesloch FMS Neues Sträßel	-	*	-	*	-	*	-	*
Wiesloch Streulage niL	<b>5-7 %</b>	0,6-0,8	-	-	-	-	-	*

\* Umsatzumverteilungen unter 0,1 Mio. Euro sind rechnerisch nicht nachweisbar

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen auf Basis der o. g. Eingangswerte

ZVB = zentraler Versorgungsbereich, STZ = Stadtteilzentrum, int. = Städtebaulich integrierte Lage, niL = städtebaulich nicht integrierte Lage, SO = Sonderstandort, FMS = Fachmarktstandort

**Tabelle 11: prozentuale und monetäre Umsatzumverteilung in den Sortimenten sonstige Wohneinrichtung, Bettwaren / Matratzen und Lampen / Leuchten**

Angebotsstandort	Sonstige Wohneinrichtung		Bettwaren / Matratzen		Lampen / Leuchten / Leuchtmittel	
	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €
Heidelberg Zentraler Bereich Innenstadt	<b>max. 4 %</b>	max. 0,1	-	*	-	*
Heidelberg Zentraler Bereich Weststadt	-	*	-	*	-	*
Heidelberg Zentraler Bereich Bergheim	-	*	-	-	-	*
Heidelberg Gewerbegebiet Rohrbach-Süd	<b>3-4 %</b>	max. 0,1	<b>6-7 %</b>	0,2-0,3	<b>8-11 %</b>	max. 0,2
Heidelberg Sonderstandort Eppelheimer Straße	-	*	-	*	-	*
Heidelberg Streulage niL	-	*	-	*	<b>6-8 %</b>	0,3-0,5
Bammental ZVB	-	*	-	-	-	-
Bammental Streulage niL	-	*	-	*	-	*

Angebotsstandort	Sonstige Wohneinrichtung		Bettwaren / Matratzen		Lampen / Leuchten / Leuchtmittel	
	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €
Dossenheim ZVB	-	*	-	*	-	-
Hirschberg a d B ZVB Großsachsen	-	*	-	-	-	*
Hirschberg a d B ZVB Leutershausen	-	*	-	*	-	-
Hirschberg an der Bergstraße Streulage niL	-	-	-	-	-	-
Hockenheim ZVB	-	*	-	*	-	-
Hockenheim SO Industriestraße	-	*	-	-	-	*
Hockenheim SO Pfälzer Ring	-	*	-	*	-	*
Hockenheim Streulage niL	-	*	-	-	-	*
Ketsch ZVB	-	*	-	-	-	-
Ketsch Streulage niL	-	*	-	*	-	-
Ladenburg ZVB	-	*	-	-	-	-
Ludwigshafen am Rhein Stadtzentrum	-	*	-	*	-	*
Ludwigshafen am Rhein ZVB STZ Nord/Hemshof	-	*	-	*	-	*
Ludwigshafen am Rhein ZVB STZ Süd	-	*	-	-	-	-
Ludwigshafen Streulage niL	-	*	-	-	-	-
Mannheim A Zentrum Innenstadt	-	*	-	*	-	*
Mannheim B Zentrum Freudenheim	-	-	-	-	-	-
Mannheim B Zentrum Innenstadt Nordwest	-	*	-	*	-	*
Mannheim B Zentrum Käfertal	-	*	-	-	-	-
Mannheim B Zentrum Lange Rötterstraße	-	*	-	-	-	*
Mannheim B Zentrum Meerfeldstraße	-	*	-	-	-	-
Mannheim B Zentrum Neckarstadt-West	-	*	-	-	-	*

Angebotsstandort	Sonstige Wohneinrichtung		Bettwaren / Matratzen		Lampen / Leuchten / Leuchtmittel	
	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €
Mannheim B Zentrum Neckarau	-	*	-	*	-	*
Mannheim B Zentrum Seckenheim	-	*	-	*	-	-
Mannheim B Zentrum Vogelstang	-	*	-	-	-	-
Mannheim SO Casterfeld Center	-	-	-	*	-	-
Mannheim SO Frankenthaler Straße	<b>max. 1 %</b>	max. 0,1	-	*	<b>1-2 %</b>	0,1-0,2
Mannheim SO Sandhofen	-	*	-	*	-	*
Mannheim SO Seckenheimer Landstraße	-	*	-	*	-	*
Mannheim SO Spreewaldallee	-	*	-	*	<b>max. 2 %</b>	max. 0,2
Mannheim SO Waldhof	-	*	-	-	-	*
Mannheim Streulage int	-	*	-	*	-	*
Mannheim Streulage niL	-	*	-	*	-	*
Neckargemünd ZVB	-	*	-	-	-	-
Neckarsteinach ZVB	-	-	-	-	-	-
Nußloch ZVB	-	*	-	-	-	-
Nußloch SO Fashionpark Nußloch	-	-	-	*	-	-
Oftersheim ZVB	-	*	-	-	-	-
Plankstadt ZVB	-	*	-	-	-	*
Reilingen Streulage int	-	*	-	*	-	*
Sandhausen ZVB	-	*	-	-	-	*
Sandhausen Streulage niL	-	*	-	*	-	*
Schriesheim ZVB	-	*	-	-	-	-
Schwetzingen ZVB	-	*	-	-	-	*

Angebotsstandort	Sonstige Wohneinrichtung		Bettwaren / Matratzen		Lampen / Leuchten / Leuchtmittel	
	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €	in %	in Mio. €
Schwetzingen SO Zündholzstraße	-	*	<b>max. 3 %</b>	max. 0,1	<b>2-3 %</b>	max. 0,2
Schwetzingen Streulage niL	-	*	-	-	-	*
St. Leon-Rot ZVB	-	*	-	-	-	-
St. Leon-Rot Streulage niL	-	*	-	*	-	*
Viernheim Gewerbegebiet 3 (West)	-	*	-	*	-	*
Viernheim Gewerbegebiet 4 (Ost)	-	*	-	*	-	*
Viernheim Rhein-Neckar-Zentrum	-	*	-	-	-	*
Viernheim Streulage niL	-	*	-	*	-	*
Walldorf ZVB	-	*	-	-	-	-
Walldorf Gewerbegebiet West	<b>max. 2 %</b>	max. 0,1	<b>3-4 %</b>	max. 0,2	<b>3-4 %</b>	max. 0,2
Wiesloch ZVB	-	*	-	-	-	-
Wiesloch FMS Neues Sträßel	-	*	-	*	-	*
Wiesloch Streulage niL	-	-	-	*	-	-

\* Umsatzumverteilungen unter 0,1 Mio. Euro sind rechnerisch nicht nachweisbar

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen auf Basis der o. g. Eingangswerte

ZVB = zentraler Versorgungsbereich, STZ = Stadtteilzentrum, int. = Städtebaulich integrierte Lage, niL = städtebaulich nicht integrierte Lage, SO = Sonderstandort, FMS = Fachmarktstandort

- Die ermittelten Umsatzumverteilungen im Kernsortimente **Möbel**<sup>46</sup> erreichen innerhalb Heidelbergs die höchsten Werte von **bis zu 29 %**. Außerhalb Heidelbergs liegen die Umsatzumverteilungen in dieser Warengruppe in einer Spanne von unterhalb der Nachweisbarkeit bis zu **15 %**, womit zunächst insbesondere **versorgungsstrukturelle Auswirkungen** nicht ausgeschlossen werden können.
- In der Warengruppe **GPK / Haushaltswaren** sind Umsatzumverteilungen innerhalb Heidelbergs von bis zu **maximal 7 %** zu erwarten. In der Warengruppe **Heimtextilien** liegen die Werte deutlich höher und bewegen sich innerhalb Heidelbergs zwischen **12 und 21 %**. Außerhalb Heidelbergs ist mit Umverteilungen bis maximal **3 %** in der Warengruppe **GPK / Haushaltswaren** sowie zwischen **2 %** und **7 %** in der Warengruppe **Heimtextilien** zu rechnen. Ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in **negative städtebauliche Auswirkungen** ist in der Warengruppen **GPK / Haushaltswaren nicht zu erwarten**, in der Warengruppe Heimtextilien ist das für die Ansiedlungskommune nicht auszuschließen. **Gegenüber Angebotsstandorten in den Nachbarkommunen** kann aber auch für diese Warengruppe davon ausgegangen werden, **dass die rein absatzwirtschaftlichen Auswirkungen nicht in städtebaulich negative Auswirkungen umschlagen**.
- In dem **Randsortiment Teppiche (Einzelware)** können die mit Abstand höchsten Umsatzumverteilungen ebenfalls gegenüber den Angebotsstandorten innerhalb Heidelbergs prognostiziert werden (**bis zu 17 %**). In den Umlandkommunen ergeben sich rechnerische Umverteilungen von bis zu **maximal 6 %** in Walldorf bzw. bis zu **5 %** in Schwetzingen. Im **Randsortiment Leuchten** ergeben sich Umsatzumverteilungsquoten innerhalb Heidelberg von bis zu **11 %**. In den Umlandkommunen sind Höchstwerte von bis zu **4 %** zu verzeichnen. **Gegenüber Angebotsstandorten innerhalb Heidelbergs in den Sortimenten Teppiche und Leuchten** ist ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen **in städtebaulich negative Auswirkungen nicht auszuschließen**. **Im übrigen Untersuchungsraum** ist dies aufgrund der prozentualen Umsatzumverteilungen **nicht zu erwarten**.
- **Umsatzumverteilungen** von maximal **4 %** ergeben sich in der Warengruppen **sonstige Wohneinrichtung** sowie **maximal 7 % in der Warengruppe Bettwaren / Matratzen**, was v. a. auf den vergleichsweise geringen Vorhabenumsatz in diesen beiden Warengruppen von in Summe maximal **1,9 Mio. Euro** zurückzuführen ist. Ein Umschlagen dieser absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche oder versorgungsstrukturelle Auswirkungen **ist weder für das Oberzentrum Heidelberg noch für die untersuchten Städte und Gemeinden im Umland zu erwarten**.
- In der **monetären Betrachtung** entfällt der größte Anteil der Umsatzumverteilungen auf das **Heidelberger Stadtgebiet** (zwischen rund **9 und 12 Mio. Euro**). Der mit dem Vorhaben konkurrierende Hauptanbieter im Stadtgebiet ist primär das Wohnland

<sup>46</sup> Es ist darauf hinzuweisen, dass die ermittelten Umsatzumverteilungen im Sortiment Möbel tendenziell um ein bis zwei Prozentpunkte zu reduzieren sind, da die Verkaufsfläche des Vorhabens im Bereich Möbel (gemäß Betreiberangaben) einen unbestimmten Verkaufsflächenanteil für Teppich- und Bodenbeläge umfassen soll.

Breitwieser. Weitere nennenswerte Umsatzanteile entfallen auf die Standorte **Mannheim** (zwischen rund **6** und **9 Mio. Euro**, Hauptanbieter XXXL Mann Mobilia und Ikea), **Walldorf** (zwischen rund **6** und **8 Mio. Euro**, Hauptanbieter Ikea) und **Schwetzingen** (zwischen rund **3** und **4 Mio. Euro**, Hauptanbieter Möbel Höffner).

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

## 8 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Bewertung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen

---

### 8.1 Negative Städtebauliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche

---

In der **Ansiedlungskommune Heidelberg** ergeben sich für den Zentralen Bereich Innenstadt und Weststadt sowie im Untersuchungsraum für das Hauptzentrum der Gemeinde Dossenheim **erhöhte Umsatzumverteilungen** insbesondere in der Warengruppe Möbel aber auch in der Warengruppe Heimtextilien im Falle der Heidelberger Innenstadt. Im Folgenden werden insbesondere diese Zentren im Hinblick auf mögliche städtebauliche Auswirkungen näher untersucht. In den übrigen Umlandkommunen konnten vor allem in den zentralen Versorgungsbereichen keine relevanten absatzwirtschaftlichen Auswirkungen ermittelt werden. **Ein Umschlagen in städtebaulich negative Auswirkungen ist demnach für die übrigen zentralen Versorgungsbereiche in allen untersuchten Warengruppen auszuschließen.**

#### Stadt Heidelberg

- In der Heidelberger Innenstadt sind neben den absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in der nicht-zentrenrelevanten Warengruppe **Möbel (17 bis 24 % bzw. max. 0,2 Mio. Euro)** in der Warengruppe **Heimtextilien (12 bis 15 % bzw. 0,2 bis 0,3 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. Herrmann und 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.
- Das innerstädtische Angebot in der Warengruppe **Heimtextilien** verteilt sich insbesondere als Randsortiment auf 16 Anbieter. Das flächenmäßig größte Angebot zeigt sich derzeit in den Randsortimentsangeboten der beiden Galeria Kaufhof Warenhäuser. Aufgrund der absolut niedrigen Umsatzumverteilung von **0,2 bis 0,3 Mio. €** ist nicht zu erwarten, dass insbesondere die zuvor benannten Warenhäuser von einer Geschäftsaufgabe bedroht sind. Auch die 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**.
- In der Warengruppe **Glas, Porzellan, Keramik/Haushaltswaren** zeigen sich keine erhöhten Umsatzumverteilungen gegenüber Anbietern in der Heidelberger Innenstadt.

Eine errechnete monetäre Umsatzumverteilung von maximal 300.000 Euro verteilt sich derzeit in der Innenstadt auf 36 Anbieter mit dieser Warengruppe als Kern- oder Randsortiment. Die größten Anbieter sind Kaufhof, MJ, Butlers, Ronnefeldt, Villeroy + Boch und Kristall.

Aufgrund der prozentualen und absoluten niedrigen Umsatzumverteilung von maximal 6 % bzw. **maximal 0,3 Mio. €** ist es auch in dieser Warengruppe nicht zu erwarten, dass Anbieter in ihrem Bestand gefährdet sind. Ein **Umschlagen** der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in **negative städtebauliche Auswirkungen** ist somit auszuschließen.

- 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 Sortimenten erhöhen.

### Gemeinde Dossenheim

- Das **Hauptgeschäftszentrum** der Gemeinde Dossenheim ist von vergleichsweise hohen Umsatzumverteilungen in der Warengruppe **Möbel (8 bis 12 % bzw. 0,3 bis 0,4 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 Dossheimer 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 Versorgungsfunktion des Dossheimer 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

- Im untersuchten Teilraum der Stadt Ludwigshafen konnten keine nachweisbaren absatzwirtschaftlichen Auswirkungen durch das Vorhaben in Heidelberg festgestellt werden, so dass ein **Umschlagen in negative städtebauliche Auswirkungen** innerhalb zentraler Versorgungsbereiche **nicht zu erwarten** ist.

### Stadt Mannheim

- Im **Hauptgeschäftszentrum** der Mannheimer Innenstadt betragen die Umsatzumverteilungen im Sortiment **Möbel 3 bis 4 %**. Darüber hinaus ist das Sortiment **Heimtextilien**, auch ein gemäß Mannheimer Sortimentsliste<sup>47</sup> zentrenrelevantes Sortiment, von Umsatzumverteilungen von bis max. 2 % betroffen. Als betroffene Anbieter sind u. a.

<sup>47</sup> Stadt Mannheim 2009: Fortschreibung Zentrenkonzept Mannheim

Galeria Kaufhof, Mömax und Depot herauszustellen. Aufgrund der Vielzahl der vorhandenen Anbieter sowie der **absolut niedrigen monetären Umsatzumverteilung** von **max. 0,1 Mio. Euro** ist ein Umschlagen der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen nicht zu erwarten. Eine Beeinträchtigung der innerstädtischen Versorgungsfunktion ist ebenfalls **nicht zu erwarten**.

## 8.2 Negative versorgungsstrukturelle Auswirkungen

Bei der Bewertung möglicher versorgungsstruktureller Auswirkungen steht das **Kernsortiment Möbel** im Fokus, in dem sich an einzelnen Umlandstandorten erhöhte Umsatzumverteilungen von bis zu **15 %** errechnen. Im Folgenden erfolgt eine gesamtstädtische Aufsummierung der ermittelten Umsatzumverteilungen, die verdeutlicht, welche **Veränderungen der Zentralitäten** sich für die betroffenen Kommunen im Bereich Möbel im **Worst Case** ergeben würden:

**Tabelle 12: Veränderung der Zentralität im Kernsortiment Möbel durch die Realisierung des Vorhabens (Worst Case)**

Kommune	Umsatz (Mio. Euro)		Zentralität	
	Aktuell	Neu	Aktuell	Neu
Heidelberg	39,1	69,9	0,9	1,6
Bammental	3,6	3,2	1,7	1,5
Dossenheim	3,4	3,0	0,8	0,7
Hirschberg an der Bergstraße	1,3	1,2	0,3	0,3
Hockenheim	3,9	3,6	0,6	0,5
Ketsch	3,3	3,0	0,8	0,7
Mannheim	153,6	146,2	1,5	1,4
Reilingen	14,5	13,3	5,8	5,3
Sandhausen	4,8	4,1	0,9	0,8
Schwetzingen	38,3	35,3	4,9	4,5
St. Leon-Rot	2,8	2,5	0,6	0,6
Viernheim	19,9	19,1	1,8	1,7
Walldorf	75,3	68,4	12,7	11,5
Wiesloch	14,0	13,1	1,6	1,5

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen; gerundete Werte

- In der Stadt **Heidelberg** kommt es in Folge der Vorhabenrealisierung in etwa zu einer **Verdoppelung des lokalen Umsatzes im Möbelbereich** und in Folge dessen zu einer deutlichen Erhöhung der **Zentralität** von derzeit **0,9** auf bis zu **1,6** (Worst Case). Die oberzentrale Versorgungsfunktion Heidelbergs würde im Sortiment Möbel somit durch die Ansiedlung des Vorhabens **ausgeweitet und deutlich gestärkt**. Heidelberg könnte dann seiner ober-

zentralen Versorgungsfunktion im Bereich Möbel erst gerecht werden.

- Der zu erwartende Umsatzentzug in der Warengruppe Möbel liegt für alle Bestandsstandorte im Untersuchungsraum insgesamt bei **8 %** (Worst Case), der ein **moderates Absinken der Zentralitätskennziffer** zur Folge hat. Die stärksten Zentralitätsrückgänge sind hierbei in den Städten und Gemeinden **Walldorf** (von 12,7 auf 11,5), **Reilingen** (von 5,8 auf 5,3), **Schwetzingen** (von 4,9 auf 4,5), **Mannheim** (von 1,5 auf 1,4) und **Bammental** (von 1,7 auf 1,5) zu beobachten.
- **Innerhalb Heidelbergs** ist der Anbieter **Wohnland Breitwieser** im Gewerbegebiet Rohrbach-Süd **in erhöhtem Maße** von dem Markteintritt des geplanten Anbieters betroffen. Hier ergeben sich Umsatzrückgänge von bis zu 6 Mio. Euro in der Warengruppe Möbel. Es ist davon auszugehen, dass die prognostizierten Umsatzentzüge aufgrund ihrer Größenordnung zu einer deutlichen Verschärfung der Wettbewerbssituation innerhalb des Oberzentrums führen werden. Nachdem der Anbieter Wohnland Breitwieser jedoch derzeit der einzige Möbelvollsortimenter in Heidelberg ist und insgesamt eine deutlich unterdurchschnittliche Zentralität in der Warengruppe Möbel vorliegt, kann mit einem Kaufkraftrückgewinn gerechnet werden und eine Betriebsaufgabe des bestehenden Anbieters scheint daher unwahrscheinlich.  
Diesbezüglich ist allerdings zu berücksichtigen, dass sich eine Kommune weitestgehend nicht selbst schädigen kann: Das avisierte Vorhaben wird bei ggf. wegfallenden Angebotsstrukturen die Versorgungsfunktion der Stadt Heidelberg im Bereich Möbel auch zukünftig sicherstellen. Es ergäben sich keine negativen versorgungsstrukturellen Auswirkungen. Die errechneten **Auswirkungen sind somit rein wettbewerblicher Natur**.
- **Im Oberzentrum Mannheim**, das über einen eigenen Versorgungsauftrag im Sortiment Möbel verfügt, wird die Zentralität bei einer Vorhabenrealisierung auf 1,4 absinken. Während sich die Hauptanbieter XXXL Mann Mobilia, Ikea, Segmüller, Westfalia Möbel Peek, 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 im Sortiment 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. Eine perspektivische Zentralität in der Warengruppe Möbel von 1,4 in Mannheim deutet jedoch darauf hin, dass das gemeinsame Oberzentrum (mit Ludwigshafen) auch zukünftig seine oberzentrale Versorgungsfunktion in der Warengruppe Möbel ausführen kann.
- In dem **gemeinsamen Mittelzentrum Walldorf / Wiesloch** ist mit einem Umsatzrückgang von rd. 8,0 Mio. € bzw. 16 % zu rechnen. 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 erwarten ist (vgl. hierzu auch die Einstufung der Betroffenheit in Kapitel 5.3. 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. Durch den Anbieter Ikea übersteigt der warengruppenspezifische Umsatz die vorhandene Kaufkraft ohnehin um das nahezu 12 fache.

- Für das **Mittelzentrum Schwetzingen** ergibt sich **zwar eine erhöhte Betroffenheit** durch das Vorhaben (siehe Kapitel 5.3), jedoch ist der Anbieter Möbel Höffner kein Einzelstandort und kann von der positiven Agglomerationswirkung mit dem Baumarkt Hornbach profitieren und mit dem in der Nähe angesiedelten Rennerswalder Einkaufszentrum.
- Im hessischen **Mittelzentrum Viernheim** sind **keine negativen versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu erwarten**. Die Anbieter in den Gewerbegebieten profitieren auch weiterhin von der guten verkehrlichen Erreichbarkeit am Viernheimer Kreuz.
- **Negative versorgungsstrukturelle Auswirkungen** können insbesondere in Bezug auf die Städte und Gemeinden ohne zentralörtliche Versorgungsfunktion (Bammental, Dossenheim, Ketsch, Reilingen und Sandhausen) **nicht ausgeschlossen werden**. Die hier lokalisierten größeren Wettbewerber u.a. **Möbel Keilbach** (Ketsch), **Ehrmann Wohneinrichtung** (Reilingen) und **Möbel As** (Sandhausen) sind nur bedingt konkurrenzfähig. Es handelt sich vielfach um Einzelstandorte, die nicht von positiven Agglomerationseffekten profitieren können. Daher besteht für diese Standorte eine erhöhte Betroffenheit durch den Markteintritt des XXXLutz in Heidelberg. **Eine Ausdünnung der Versorgungsstrukturen könnte die Folge sein. Jedoch stützt sich die Versorgungsfunktion dieser Städte und Gemeinden nicht auf das Vorhandensein eines Möbelanbieters**. Der Versorgungsauftrag dieser kleinen Kommunen liegt in den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs insbesondere mit Lebensmitteln.
- Trotz einer verschärften Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum sind somit für keine Umlandkommune negative versorgungsstrukturelle Auswirkungen zu erwarten. 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 Vorhabenrealisierung 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 erwarten**.

## 9 Fazit

Die untersuchte Planung sieht in Heidelberg die Ansiedlung eines XXXLutz **Möbelhauses** mit **maximal 28.100 m<sup>2</sup> 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. Im Flächennutzungsplan für den Nachbarschaftsverband Heidelberg-Mannheim ist die Fläche als Sonderbaufläche für großflächige Handelseinrichtungen mit zentrenrelevantem Kernsortiment ausgewiesen.

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 / m<sup>2</sup>** auf geschätzte rund **43 bis 51 Mio. Euro**. Ein Großteil der Umsätze wird mit ca. **32 bis 39 Mio. Euro** auf das **Kernsortiment Möbel** entfallen. Verkaufsflächen von maximal rund **5.100 m<sup>2</sup>** sind in den **zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Randsortimenten** 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 die Stadt Mannheim und Teile von Ludwigshafen erstreckt. Die Konkurrenzsituation in diesem Raum stellt sich bei einer Zentralität in der Warengruppe Möbel von **1,3** bereits relativ ausgeprägt dar, als größte Wettbewerber fungieren u. a. **XXXL Mann Mobilia** in Mannheim, **Möbel Höffner** in Schwetzingen und **Wohnland Breitwieser** in Heidelberg mit Verkaufsflächen zwischen rd. **30.000 und 45.000 m<sup>2</sup>**. Zahlreiche weitere Anbieter im Untersuchungsraum verfügen über Verkaufsflächen in einer Größenordnung zwischen **5.000 und 25.000 m<sup>2</sup>**. Die Zentralität in der Warengruppe Möbel liegt in der Vorhabenkommune Heidelberg selbst nur bei **0,9**, einem Wert, der für ein Oberzentrum deutlich unterdurchschnittlich ist. Innerhalb des Untersuchungsraumes wurde im Sinne der geforderten realitätsnahen 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.

- Für alle Umlandkommunen wird auch bei Realisierung des Vorhabens die **Erfüllung der landesplanerisch zugewiesenen Versorgungsfunktion** weiterhin **gewährleistet** sein. 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.
- Dem Vorhaben in der Bahnstadt kann **eine Kompatibilität mit den Zielen und Grundsätzen der Landesplanung und der Regionalplanung bescheinigt werden** (vgl. hierzu auch Kapitel 4). Die verbleibende Überprüfung des Beeinträchtigungsverbotes ergab ebenfalls eine Kompatibilität. **Das Vorhaben steht demnach keinem landesplanerischen Ziel und Grundsatz entgegen.**

**Aus gutachterlicher Sicht steht somit einer Ansiedlung eines großflächigen Möbelmarktes in der geplanten Größenordnung und Sortimentszusammensetzung (vgl. Tabelle 13) in der Bahnstadt in Heidelberg nichts entgegen.**

**Tabelle 13: Geplante und maximal städtebaulich verträgliche Größenordnung des Möbelmarktes**

Sortiment	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Verkaufsfläche in %
<b>Kernsortiment</b>		
Möbel (inkl. Bodenbeläge)	23.000	81,9
<b>Randsortiment</b>		
GPK / Haushaltswaren	850	3,0
Heimtextilien	1.100	3,9
Teppiche (Einzelware)	800	2,8
Sonstige Wohneinrichtung	550	2,0
Bettwaren / Matratzen	500 (ca. 250/250)	1,8
Leuchten	900	3,2
Kinderautositze, Kinderwagen	200	0,7
Sonstige Aktionsartikel	200	0,7
<b>Gesamt</b>	<b>28.100</b>	<b>100,0</b>

Quelle: Eigene Berechnungen

## 10 Verzeichnisse

### Karenverzeichnis

Karte 1:	Lage des Vorhabenstandorts.....	17
Karte 2	Untersuchungsraum/ Einzugsgebiet mit zentralörtlicher Funktion der Kommunen .....	26
Karte 3:	Relevante Anbieter im Möbelbereich ab ca. 5.000 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche im Untersuchungsraum .....	37

### Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Kommunen im Untersuchungsraum .....	12
Tabelle 2:	Warengruppenschlüssel zur Unternehmenserhebung.....	14
Tabelle 3:	Sortimentspezifische maximale Verkaufsflächen und geschätzte Umsätze des geplanten Möbelhauses.....	21
Tabelle 4:	Einwohner und einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsraum .....	28
Tabelle 5:	Verkaufsflächen (in den zentralen Versorgungsbereichen, Sonderstandorten und Streulagen) in den projektrelevanten Sortimenten im Untersuchungsraum (Angaben in m <sup>2</sup> ) .....	31
Tabelle 6:	Geschätzte Umsätze in den projektrelevanten Sortimenten im Untersuchungsraum (in den zentralen Versorgungsbereichen, Sonderstandorten und Streulagen) (Angaben in Mio. Euro) .....	33
Tabelle 7:	Zentralitäten in der Warengruppe Möbel im Untersuchungsraum .....	35
Tabelle 8:	Relevante Anbieter im Möbelbereich ab ca. 5.000 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche im Untersuchungsraum .....	38
Tabelle 9:	Höhe des im Untersuchungsraum umverteilungsrelevanten Vorhabenumsatzes nach Warengruppen/Sortimenten .....	46
Tabelle 10:	prozentuale und monetäre Umsatzumverteilung in den Sortimenten Möbel, GPK / Haushaltswaren, Heimtextilien und Teppich (Einzelware) .....	47
Tabelle 11:	prozentuale und monetäre Umsatzumverteilung in den Sortimenten sonstige Wohneinrichtung, Bettwaren / Matratzen und Lampen / Leuchten .....	50
Tabelle 12:	Veränderung der Zentralität im Kernsortiment Möbel durch die Realisierung des Vorhabens (Worst Case).....	58
Tabelle 13:	Geplante und maximal städtebaulich verträgliche Größenordnung des Möbelmarktes .....	62
Tabelle 14:	Verkaufsflächen im Untersuchungsraum nach den Angebotsstandorten (gerundet in m <sup>2</sup> ) .....	64
Tabelle 15:	Umsätze im Untersuchungsraum nach den Angebotsstandorten (in Mio. Euro).....	68

## Anhang

Tabelle 14: Verkaufsflächen im Untersuchungsraum nach den Angebotsstandorten (gerundet in m<sup>2</sup>)

Angebotsstandort	Möbel	Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren	Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe	Teppiche (Einzelware)	Wohn-einrichtung	Bettwaren	Matratzen	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel	Summe <sup>1</sup>
Heidelberg Zentraler Bereich Innenstadt	700	2.350	750	-	1.450	250	< 50	100	<b>5.600</b>
Heidelberg Zentraler Bereich Weststadt	1.200	200	200	50	100	150	200	< 50	<b>2.100</b>
Heidelberg Zentraler Bereich Bergheim	< 50	850	200	< 50	200	-	-	200	<b>1.500</b>
Heidelberg Gewerbegebiet Rohrbach-Süd	26.600	1.600	1.400	800	1.900	300	2.450	700	<b>35.750</b>
Heidelberg Sonderstandort Eppelheimer Straße	350	300	< 50	-	200	< 50	-	< 50	<b>900</b>
Heidelberg Streulage niL	5.250	1.050	300	200	350	< 50	100	1.500	<b>8.750</b>
Bammental ZVB	< 50	-	-	-	< 50	-	-	-	<b>50</b>
Bammental Streulage niL	5.900	-	< 50	< 50	150	-	400	< 50	<b>6.500</b>
Dossenheim ZVB	2.200	< 50	-	-	250	-	100	-	<b>2.550</b>
Hirschberg a d B ZVB Großsachsen	-	< 50	< 50	-	50	-	-	< 50	<b>100</b>
Hirschberg a d B ZVB Leutershausen	< 50	-	250	-	< 50	< 50	< 50	< 50	<b>350</b>
Hirschberg an der Bergstraße Streulage niL	900	-	-	-	-	-	-	-	<b>900</b>
Hockenheim SO Industriestraße	2.550	-	-	-	< 50	-	-	< 50	<b>2.600</b>
Hockenheim ZVB	200	100	-	-	50	-	< 50	-	<b>350</b>

Angebotsstandort	Möbel	Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren	Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe	Teppiche (Einzelware)	Wohn-einrichtung	Bettwaren	Matratzen	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel	Summe <sup>1</sup>
Hockenheim SO Pfälzer Ring	400	250	500	-	150	150	250	< 50	1.700
Hockenheim Streulage niL	50	100	50	50	350	-	-	300	900
Ketsch ZVB	-	< 50	-	-	50	-	-	-	50
Ketsch Streulage niL	5.350	< 50	-	-	300	< 50	550	-	6.250
Ladenburg ZVB	100	50	-	< 50	400	-	-	-	550
Ludwigshafen am Rhein Stadtzentrum	1.700	1.050	800	150	1.450	200	500	50	5.900
Ludwigshafen am Rhein ZVB STZ Nord/Hemshof	-	50	50	-	100	-	-	-	200
Ludwigshafen am Rhein ZVB STZ Süd	-	100	50	-	50	-	-	-	200
Ludwigshafen am Rhein Streulage niL	3.300	300	500	400	350	200	200	200	5.450
Mannheim A Zentrum Innenstadt	7.250	5.000	2.600	1.050	3.300	450	800	600	21.050
Mannheim B Zentrum Feudenheim	50	200	-	100	-	-	-	-	350
Mannheim B Zentrum Innenstadt Nordwest	-	150	< 50	100	100	50	-	< 50	450
Mannheim B Zentrum Käfertal	-	-	-	-	50	-	-	-	50
Mannheim B Zentrum Lange Rötterstraße	50	-	-	-	< 50	-	-	< 50	100
Mannheim B Zentrum Meerfeldstraße	-	-	-	-	50	-	-	-	50
Mannheim B Zentrum Neckarau	250	50	< 50	-	250	-	-	50	600

Angebotsstandort	Möbel	Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren	Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe	Teppiche (Einzelware)	Wohn-einrichtung	Bettwaren	Matratzen	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel	Summe <sup>1</sup>
Mannheim B Zentrum Neckarstadt-West	-	200	50	< 50	50	< 50	-	< 50	<b>350</b>
Mannheim B Zentrum Seckenheim	< 50	< 50	< 50	-	50	50	150	-	<b>300</b>
Mannheim B Zentrum Vogelstang	-	100	50	-	50	-	-	-	<b>200</b>
Mannheim SO Casterfeld Center	150	50	< 50	-	-	50	50	-	<b>300</b>
Mannheim SO Frankenthaler Straße	15.800	2.200	1.450	700	2.600	400	350	800	<b>24.300</b>
Mannheim SO Sandhofen	6.500	500	500	250	1.100	50	150	450	<b>9.500</b>
Mannheim SO Seckenheimer Landstraße	17.150	< 50	-	50	450	-	400	50	<b>18.100</b>
Mannheim SO Spreewaldallee	39.450	4.000	2.700	1.550	3.500	600	1.200	3.600	<b>56.600</b>
Mannheim SO Waldhof	1.550	350	200	50	400	-	-	750	<b>3.300</b>
Mannheim Streulage int	900	450	< 50	250	100	< 50	100	200	<b>2.050</b>
Mannheim Streulage niL	17.900	1.100	800	650	750	150	700	950	<b>23.000</b>
Neckargemünd ZVB	150	< 50	< 50	-	150	-	-	-	<b>350</b>
Neckarsteinach ZVB	100	-	-	-	-	-	-	-	<b>100</b>
Nußloch ZVB	< 50	50	-	-	100	-	-	-	<b>150</b>
Nußloch SO Fashionpark	-	< 50	100	-	-	50	-	-	<b>150</b>
Oftersheim ZVB	-	50	-	-	50	-	-	-	<b>100</b>

Angebotsstandort	Möbel	Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren	Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe	Teppiche (Einzelware)	Wohn-einrichtung	Bettwaren	Matratzen	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel	Summe <sup>1</sup>
Plankstadt ZVB	-	-	-	-	50	-	-	50	100
Reilingen Streulage int	13.950	300	300	350	150	50	50	300	15.450
Sandhausen ZVB	200	250	< 50	-	100	-	-	150	700
Sandhausen Streulage niL	3.650	100	50	50	50	50	50	50	4.050
Schriesheim ZVB	50	350	50	50	50	-	-	-	550
Schwetzingen ZVB	< 50	300	50	100	250	-	-	50	750
Schwetzingen SO Zündholzstraße	30.550	1.950	2.400	2.400	1.500	900	950	2.000	42.650
Schwetzingen Streulage niL	100	100	< 50	-	200	-	-	200	600
St. Leon-Rot ZVB	-	-	-	-	100	-	-	-	100
St. Leon-Rot Streulage niL	2.350	150	< 50	50	50	< 50	100	350	3.100
Viernheim Gewerbegebiet 3 (West)	9.900	300	200	50	900	< 50	300	1.450	13.100
Viernheim Gewerbegebiet 4 (Ost)	3.600	50	300	50	150	100	100	50	4.400
Viernheim Rhein-Neckar-Zentrum	150	1.500	650	< 50	950	-	-	< 50	3.300
Viernheim Streulage niL	2.990	350	300	300	300	50	300	150	3.750
Walldorf ZVB	-	-	< 50	-	100	-	-	-	100
Walldorf Gewerbegebiet West FM	22.750	2.000	800	450	1.050	250	200	600	28.100

Angebotsstandort	Möbel	Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren	Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe	Teppiche (Einzelware)	Wohn-einrichtung	Bettwaren	Matratzen	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel	Summe <sup>1</sup>
Wiesloch ZVB	< 50	100	< 50	-	200	-	-	-	350
Wiesloch FMS Neues Sträßel	1.500	250	200	50	250	50	350	250	2.900
Wiesloch Streulage niL	< 50	100	< 50	-	650	-	-	-	800
Wiesloch sonstige Streulage niL	8.350	-	-	50	-	-	100	-	8.500
<b>Summe<sup>1</sup></b>	<b>264.000</b>	<b>31.000</b>	<b>19.100</b>	<b>10.400</b>	<b>28.100</b>	<b>4.700</b>	<b>11.200</b>	<b>16.350</b>	<b>384.000</b>

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

<sup>1</sup> Alle Werte gerundet, daher Abweichungen in den Summen möglich. ZVB = zentraler Versorgungsbereich, STZ = Stadtteilzentrum, int. = Städtebaulich integrierte Lage, niL = städtebaulich nicht integrierte Lage, SO = Sonderstandort, FMS = Fachmarktstandort

**Tabelle 15: Umsätze im Untersuchungsraum nach den Angebotsstandorten (in Mio. Euro)**

Angebotsstandort	Möbel	Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren	Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe	Teppiche (Einzelware)	Wohn-einrichtung	Bettwaren	Matratzen	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel	Summe <sup>1</sup>
Heidelberg Zentraler Bereich Innenstadt	0,9	6,0	1,7	-	3,1	0,4	0,1	0,4	12,5
Heidelberg Zentraler Bereich Weststadt	1,8	0,7	0,5	0,2	0,3	0,3	0,4	0,1	4,1
Heidelberg Zentraler Bereich Bergheim	0,1	1,9	0,4	-	0,5	-	-	0,7	3,6
Heidelberg Gewerbegebiet Rohrbach-Süd	30,2	3,6	2,9	1,2	3,3	0,5	4,0	2,1	47,7
Heidelberg Sonderstandort Eppelheimer Straße	0,4	0,8	0,1	-	0,4	-	-	0,1	1,8
Heidelberg Streulage niL	5,8	2,4	0,7	0,4	0,8	0,1	0,1	5,7	16,0

Angebotsstandort	Möbel	Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren	Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe	Teppiche (Einzelware)	Wohn-einrichtung	Bettwaren	Matratzen	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel	Summe <sup>1</sup>
Bammental ZVB	0,1	-	-	-	0,1	-	-	-	0,1
Bammental Streulage niL	3,5	-	-	-	0,1	-	0,4	-	4,1
Dossenheim ZVB	3,4	0,1	-	-	0,5	-	0,2	-	4,2
Hirschberg a d B ZVB Großsachsen	-	-	-	-	0,1	-	-	-	0,1
Hirschberg a d B ZVB Leutershausen	-	-	0,8	-	-	0,1	0,1	-	1,0
Hirschberg an der Bergstraße Streulage niL	1,2	-	-	-	-	-	-	-	1,2
Hockenheim SO Industriestraße	3,1	-	-	-	-	-	-	-	3,2
Hockenheim ZVB	0,3	0,3	-	-	0,1	-	-	-	0,7
Hockenheim SO Pfälzer Ring	0,5	0,3	1,0	-	0,2	0,3	0,4	-	2,7
Hockenheim Streulage niL	0,1	0,3	0,1	0,1	0,7	-	-	0,9	2,2
Ketsch ZVB	-	0,1	-	-	0,1	-	-	-	0,1
Ketsch Streulage niL	3,3	-	-	-	0,3	-	0,5	-	4,1
Ladenburg ZVB	0,2	0,1	-	-	0,9	-	-	-	1,2
Ludwigshafen am Rhein Stadtzentrum	2,2	2,3	1,9	0,3	2,7	0,4	1,0	0,1	10,8
Ludwigshafen am Rhein ZVB STZ Nord/Hemshof	-	0,1	0,1	-	0,2	-	-	-	0,4
Ludwigshafen am Rhein ZVB STZ Süd	-	0,1	-	-	-	-	-	-	0,2
Ludwigshafen am Rhein Streulage niL	3,6	0,6	0,9	0,5	0,5	0,3	0,3	0,5	7,2
Mannheim A Zentrum Innenstadt	10,2	11,6	5,6	2,0	6,7	0,7	1,6	2,1	40,5
Mannheim B Zentrum Feudenheim	-	0,5	-	0,1	-	-	-	-	0,7

Angebotsstandort	Möbel	Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren	Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe	Teppiche (Einzelware)	Wohn-einrichtung	Bettwaren	Matratzen	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel	Summe <sup>1</sup>
Mannheim B Zentrum Innenstadt Nordwest	-	0,4	-	0,2	0,2	0,1	-	0,1	<b>0,9</b>
Mannheim B Zentrum Käfertal	-	-	-	-	0,1	-	-	-	<b>0,1</b>
Mannheim B Zentrum Lange Rötterstraße	0,1	-	-	-	-	-	-	0,1	<b>0,1</b>
Mannheim B Zentrum Meerfeldstraße	-	-	-	-	0,1	-	-	-	<b>0,1</b>
Mannheim B Zentrum Neckarau	0,3	0,1	-	-	0,5	-	-	0,1	<b>1,0</b>
Mannheim B Zentrum Neckarstadt-West	-	0,5	-	-	0,1	-	-	-	<b>0,7</b>
Mannheim B Zentrum Seckenheim	-	-	-	-	0,1	0,1	0,3	-	<b>0,5</b>
Mannheim B Zentrum Vogelstang	-	0,1	-	-	-	-	-	-	<b>0,2</b>
Mannheim SO Casterfeld Center	0,2	0,2	-	-	-	-	-	-	<b>0,5</b>
Mannheim SO Frankenthaler Straße	44,0	13,2	6,7	2,9	11,0	1,6	1,1	6,1	<b>86,7</b>
Mannheim SO Sandhofen	13,0	1,8	1,8	0,7	2,4	0,1	0,4	2,3	<b>22,6</b>
Mannheim SO Seckenheimer Landstraße	19,6	-	-	0,1	0,8	-	0,7	0,1	<b>21,3</b>
Mannheim SO Spreewaldallee	45,2	9,6	5,7	2,6	6,7	1,0	2,0	11,3	<b>84,1</b>
Mannheim SO Waldhof	1,5	1,0	0,5	0,1	1,0	-	-	2,9	<b>7,0</b>
Mannheim Streulage int	0,9	0,9	-	0,4	0,3	-	0,1	0,7	<b>3,4</b>
Mannheim Streulage niL	18,6	2,7	1,8	1,0	1,4	0,3	1,2	3,4	<b>30,3</b>
Neckargemünd ZVB	0,2	-	-	-	0,3	-	-	-	<b>0,6</b>
Neckarsteinach ZVB	0,2	-	-	-	-	-	-	-	<b>0,2</b>

Angebotsstandort	Möbel	Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren	Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe	Teppiche (Einzelware)	Wohn-einrichtung	Bettwaren	Matratzen	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel	Summe <sup>1</sup>
Nußloch ZVB	-	0,1	-	-	0,3	-	-	-	<b>0,4</b>
Nußloch SO Fashionpark	-	0,1	0,3	-	-	0,1	-	-	<b>0,4</b>
Oftersheim ZVB	-	0,1	-	-	0,1	-	-	-	<b>0,2</b>
Plankstadt ZVB	-	-	-	-	0,1	-	-	0,2	<b>0,3</b>
Reilingen Streulage int	14,5	0,6	0,6	0,5	0,2	0,1	0,1	0,8	<b>17,4</b>
Sandhausen ZVB	0,3	0,4	-	-	0,1	-	-	0,5	<b>1,4</b>
Sandhausen Streulage niL	4,5	0,3	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	<b>5,4</b>
Schriesheim ZVB	-	1,1	0,2	0,1	0,1	-	-	-	<b>1,4</b>
Schwetzingen ZVB	-	0,6	0,1	0,2	0,5	-	-	0,1	<b>1,5</b>
Schwetzingen SO Zündholzstraße	38,2	5,1	5,5	4,3	3,3	1,6	1,7	7,1	<b>66,7</b>
Schwetzingen Streulage niL	0,1	0,2	-	-	0,3	-	-	0,5	<b>1,0</b>
St. Leon-Rot ZVB	-	-	-	-	0,2	-	-	-	<b>0,2</b>
St. Leon-Rot Streulage niL	2,8	0,4	-	-	0,1	-	0,2	1,1	<b>4,7</b>
Viernheim Gewerbegebiet 3 (West)	11,9	0,9	0,6	0,1	1,8	-	0,5	4,9	<b>20,8</b>
Viernheim Gewerbegebiet 4 (Ost)	4,3	0,1	0,6	0,1	0,3	0,2	0,2	0,2	<b>6,0</b>
Viernheim Rhein-Neckar-Zentrum	0,2	3,6	1,2	-	2,0	-	-	-	<b>7,1</b>
Viernheim Streulage niL	3,6	0,8	0,6	0,5	0,5	0,1	0,5	0,4	<b>7,0</b>
Walldorf ZVB	-	-	-	-	0,2	-	-	-	<b>0,2</b>
Walldorf Gewerbegebiet West FM	75,3	14,8	5,4	2,2	5,8	1,3	1,1	5,8	<b>111,7</b>

Angebotsstandort	Möbel	Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren	Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe	Teppiche (Einzelware)	Wohn-einrichtung	Bettwaren	Matratzen	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel	Summe <sup>1</sup>
Wiesloch ZVB	0,1	0,3	-	-	0,5	-	-	-	<b>0,9</b>
Wiesloch FMS Neues Sträbel	1,6	0,4	0,3	0,1	0,3	0,1	0,6	0,5	<b>3,9</b>
Wiesloch Streulage niL	12,3	-	-	0,1	-	-	0,3	-	<b>12,7</b>
Wiesloch sonstige Streulage niL	-	0,2	-	-	1,2	-	-	-	<b>1,5</b>
<b>Summe<sup>1</sup></b>	<b>384,1</b>	<b>92,4</b>	<b>49,3</b>	<b>20,9</b>	<b>64,8</b>	<b>9,7</b>	<b>20,3</b>	<b>62,0</b>	<b>703,5</b>

Quelle: eigene Erhebungen und Berechnungen

<sup>1</sup> Alle Werte gerundet, daher Abweichungen in den Summen möglich. ZVB = zentraler Versorgungsbereich, STZ = Stadtteilzentrum, int. = Städtebaulich integrierte Lage, niL = städtebaulich nicht integrierte Lage, SO = Sonderstandort, FMS = Fachmarktstandort