



Auswirkungsanalyse zur Verlagerung und Erweiterung eines Edeka Supermarktes in Driedorf, Stadionstraße

Auftraggeber: Planungsbüro Plan ES, Gießen

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Monika Kollmar
M. Sc. Geogr. Julian Battermann

Köln, am 02.04.2019

Urheberrecht

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



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Siegburger Straße 215
50679 Köln

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 0221 / 98 94 38-0
Telefax: 0221 / 98 94 38-19
E-Mail: office.koeln@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Im April 2018 erteilte Planungsbüro Plan ES, Gießen, der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Köln, den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse zur Verlagerung und Erweiterung eines Edeka Supermarktes am Standort Stadionstraße in Driedorf. Dabei handelt es sich um die Fortschreibung einer Auswirkungsanalyse von Juli 2018, die an aktuelle Einwohner- und Kaufkraftdaten sowie eine konkretisierte Planung angepasst wurde.

Mit der angestrebten Verkaufsfläche von ca. 1.500 m² für den künftigen Edeka-Markt liegt das Vorhaben über der allgemein anerkannten Grenze der Großflächigkeit von 800 m² Verkaufsfläche bzw. 1.200 m² Geschossfläche. Für die Änderung des Bebauungsplans sind die städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO darzulegen.

Für die Bearbeitung dieser Untersuchung standen der GMA Veröffentlichungen des Statistischen Bundesamtes, des Hessischen Statistischen Landesamtes, der Gemeinde Driedorf sowie des Auftraggebers zur Verfügung. Zudem wurden eine Standortbesichtigung und eine Erhebung der relevanten Einzelhandelsbetriebe im Untersuchungsraum vorgenommen.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität von sekundärstatistischen Daten, u. a. Landesamt für Statistik, MB Research, kann die GMA keine Gewähr übernehmen.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Köln, den 02.04.2019
KO/BNJ-aw

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	5
1. Aufgabenstellung	5
2. Rechts- und Planungsrahmen	6
3. Definitionen	7
4. Daten zum Vorhaben	9
II. Standortbeschreibung und Standortbewertung	10
1. Makrostandort Driedorf	10
2. Mikrostandort des Edeka-Marktes	12
3. Fazit der Standortbewertung	14
III. Projektrelevante Angebots- und Wettbewerbssituation	15
1. Angebots- und Wettbewerbssituation in Driedorf	15
2. Angebots- und Wettbewerbssituation im Umland	15
3. Fazit der Angebots- und Wettbewerbsbetrachtung	18
IV. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft	19
1. Abgrenzung des Einzugsgebietes des Vorhabens	19
2. Vorhabenrelevantes Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial	20
V. Auswirkungsanalyse	22
1. Umsatzermittlung und Umsatzherkunft	22
2. Wettbewerbliche Auswirkungen des Vorhabens	23
3. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen des Vorhabens	25
3.1 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen im Bereich Nahrungs- und Genussmittel	25
3.2 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen bei Drogeriewaren	26
VI. Raumordnerische Bewertung des Vorhabens	27
Verzeichnisse	30

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

In der Gemeinde Driedorf (Lahn-Dill-Kreis) betreibt Edeka am Standort Stadionstraße einen Supermarkt sowie einen Getränkemarkt. Für den Supermarkt ist eine Verlagerung auf eine nördlich an den Getränkemarkt angrenzende Fläche eines Sportplatzes vorgesehen, im Zuge dessen soll die Verkaufsfläche von derzeit rd. 765 m² auf dann rd. 1.500 m² erweitert werden, davon 300 m² für Drogeriewaren. Für den Getränkemarkt ist keine Veränderung der Verkaufsfläche vorgesehen.

Die vorliegende Auswirkungsanalyse hat die Aufgabe, vor dem Hintergrund der Standortrahmenbedingungen in Driedorf sowie der regionalen Nachfrage- und Angebotssituation zu prüfen, welche wettbewerblichen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen aufgrund der Planung zu erwarten sind.

Im Einzelnen werden in dieser Analyse folgende Untersuchungsschritte bearbeitet:

- /// Darlegung des Rechts- und Planungsrahmens
- /// Beurteilung des Makro- und Mikrostandortes, einschließlich der gegenwärtigen Versorgungsstrukturen in der Gemeinde Driedorf
- /// Angaben zur Planung
- /// Darstellung der Angebots- und Wettbewerbssituation in Driedorf und angrenzenden Städten und Gemeinden
- /// Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebiets des erweiterten Lebensmittelmarktes und Ermittlung der dort vorhandenen projektrelevanten Kaufkraft
- /// Berechnung der Umsatzerwartung (anhand des Marktanteilkonzeptes)
- /// Darlegung der von dem Vorhaben ausgelösten Kaufkraftbewegungen und Umsatzumverteilungen
- /// Untersuchung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen des Vorhabens in Driedorf und im Umland
- /// Prüfung der Vereinbarkeit des Vorhabens mit den Regelungen der Landes- und Regionalplanung
- /// Zusammenfassung und abschließende Bewertung.

2. Rechts- und Planungsrahmen

Die enge Verflechtung von Einzelhandels- und Stadtentwicklung wird durch zahlreiche Rechtsvorschriften flankiert. Zur Beurteilung des vorliegenden Projekts sind insbesondere folgende Vorschriften zu beachten:

- /// Baunutzungsverordnung (BauNVO) von 2017
- /// Landesentwicklungsplan Hessen (LEP) von 2000
- /// Regionalplan Mittelhessen von 2010
- /// Drucksache VIII/77a des Regierungspräsidiums Gießen zur Regionalplanerischen Steuerung des großflächigen Einzelhandels im Bereich der Grundversorgung vom 28.05.2015.

Gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO und der dazu ergangenen Rechtsprechung ist in der Regel für großflächige Einzelhandelsbetriebe, die sich nach ihrer Art, Lage oder Umfang auf die Verwirklichung der Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können, ab ca. 1.200 m² Geschossfläche¹ die Festsetzung eines Kern- oder Sondergebietes erforderlich.

Neben den Instrumenten der BauNVO erfolgt eine Steuerung der Einzelhandelsentwicklung auch durch landes- und regionalplanerische Maßgaben (vgl. LEP Hessen, Abs. 4.1.2 – Großflächige Einzelhandelsvorhaben, und Regionalplan Mittelhessen, Kapitel 5.4 Einzelhandelsvorhaben). Als wesentliche Prüfelemente der Landes- und Regionalplanung sind zusammenzufassen:

- /// **Zentralitätsgebot:** Großflächige Einzelhandelsvorhaben sind dem Grundsatz nach nur in Ober- und Mittelzentren in den zentralen Stadtteilen zulässig. Ausnahmen sind für Lebensmittelmärkte zur Sicherung der Grundversorgung unter bestimmten Bedingungen möglich (Einhaltung der übrigen landes- und regionalplanerischen Ziele, Lage im zentralen Ortsteil eines Grundzentrums, Einhaltung des interkommunalen Abstimmungsgebots).
- /// **Kongruenzgebot:** Das Vorhaben soll nach Größe und Warenangebot nicht wesentlich über den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortkommune hinausreichen.

¹ In Bezug auf die Verkaufsfläche ist der Beginn der Großflächigkeit gemäß Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts bei 800 m² Verkaufsfläche anzusetzen (vgl. BVerwG 4 C 3.05 und 4 C 10.04 vom 24.11.2005).

- /// **Integrationsgebot:** Großflächige Einzelhandelsvorhaben sollen eine enge räumliche und funktionale Verbindung zu bestehenden Siedlungsgebieten aufweisen. Ihre Standorte müssen in den im Regionalplan ausgewiesenen Siedlungsbereichen² liegen und nach Möglichkeit in das ÖPNV-Netz integriert sein.
- /// **Beeinträchtungsverbot:** Großflächige Einzelhandelsvorhaben dürfen nach ihrer Art, Lage und Größe keine wesentlichen schädlichen Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit von zentralen Orten und ihren zentralen Versorgungsbereichen ausüben.

Für die regionalplanerische Steuerung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben in Mittelhessen im Bereich der Grundversorgung wurden vom Regierungspräsidium Gießen mit der Drucksache VIII/77a weitere Hinweise zur Bewertung von Lebensmittel- und Getränkemärkten und ihrer jeweiligen Raumbedeutsamkeit gegeben. Demnach wird zur Beurteilung der Einhaltung des Zentralitätsgebots, des Kongruenzgebots und des Beeinträchtigungsgebots die einwohnerbezogene Kaufkraft der Standortgemeinde mit der dortigen Kaufkraftabschöpfung der Nahrungs- und Genussmittelanbieter (Summe der vorhandenen und geplanten Verkaufsflächen, multipliziert mit den jeweiligen betreiberspezifischen Flächenproduktivitäten) gegenübergestellt.

3. Definitionen

Als **Verkaufsfläche** eines Handelsbetriebes wird in diesem Bericht die Fläche definiert, auf der der Verkauf abgewickelt wird und die dem Kunden zugänglich ist. Hierzu gehören zum einen die tatsächlich mit Waren belegten Flächen (= Nettoverkaufsfläche) im Inneren und im Außenbereich des Gebäudes, zum anderen die hierfür erforderlichen Verkehrs- und Funktionsflächen, also Gangflächen, Thekenbereiche, Kassenzone, Kassenvorzone (inkl. Bereiche zum Einpacken der Ware und zur Entsorgung des Verpackungsmaterials), Leergutautomaten und Windfang.³ Ausgenommen sind Läger, Sozialräume, Kunden-WC und Parkierungsflächen, soweit diese als solche genutzt werden.

Im Einzelhandel werden verschiedene Betriebstypen unterschieden. Die Ausdifferenzierung ist dabei für den Lebensmitteleinzelhandel verfeinert worden. Als Kriterien für die Differenzierung nach Betriebstypen wird dabei neben der Verkaufsfläche v. a. auch die Sortimentsstruktur und hier insbesondere der Anteil an sog. Nonfood-Waren herangezogen.

² In Mittelhessen nur an Standorten in den im Regionalplan ausgewiesenen Vorranggebieten Siedlung Bestand und Planung zulässig.

³ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2018, S. 383.

Die Definitionen für Betriebstypen liegen seitens mehrerer Institutionen und Institute vor. Die Definition, auf die in vorliegender Untersuchung zurückgegriffen wird, ist die des EHI Retail Institute, welche im Einzelnen folgende Definitionen beinhaltet:⁴

Supermarkt:

Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 und 2.500 m², das ein Lebensmittelvollsortiment und Nonfood-I-Artikel⁵ führt und einen geringen Verkaufsflächenanteil an Nonfood II aufweist.

Großer Supermarkt:

Ein großer Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 und 5.000 m², das ein Lebensmittelvollsortiment sowie Nonfood-I- und Nonfood-II-Artikel⁶ führt.

SB-Warenhaus:

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

Discounter:

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

LEH-Fachgeschäft:

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

Convenience Store:

Ein Convenience Store ist ein Einzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche unter 400 m², das ein begrenztes Sortiment aus den Warenbereichen Tabakwaren, Süßwaren, Getränke, Presseartikel sowie frische Snacks und Fertiggerichte bietet. Ein Convenience Store zeichnet sich durch seine bequeme Erreichbarkeit und übliche Sonntagsöffnung aus. Zu den Convenience Stores gehören Kioske und Tankstellenshops.

Kleines Lebensmittelgeschäft:

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

Die Betriebstypen unterscheiden sich in erster Linie hinsichtlich ihrer Sortimentsstruktur. Dies wird v. a. quantitativ durch die Zahl der geführten Artikel deutlich. Während ein Supermarkt im

⁴ Quelle: EHI handelsdaten aktuell 2018, Seite 381.

⁵ Drogerieartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Tiernahrung.

⁶ Ge- und Verbrauchsgüter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs wie Textilien, Schuhe, Gartenbedarf, Unterhaltungselektronik, Elektrogroßgeräte, Bücher und Presseartikel usw.

Mittel ca. 11.830 Artikel offeriert, bieten Große Supermärkte im Durchschnitt gut das Doppelte an Produkten an. Lebensmitteldiscounter halten dagegen im Schnitt lediglich rd. 2.300 Artikel vor (vgl. Tabelle 1). Bei allen drei Betriebstypen liegt das Schwergewicht auf Waren des kurzfristigen Bedarfs. Auch wenn beim Supermarkt ca. 24 % der Artikel dem Nonfoodbereich zuzuordnen sind (davon ca. 17 % dem Nonfood I bzw. rd. 7 % dem Nonfood II Sortiment), liegt der Umsatzschwerpunkt doch eindeutig im Food-Bereich (ca. 90 %).

Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten

Hauptwarengruppen	Discountmarkt (Ø 780 m ² VK)		Supermarkt (Ø 1.028 m ² VK)		Großer Supermarkt (Ø 3.380 m ² VK)	
	Durchschnittliche Artikelanzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Nahrungs- und Genussmittel	1.755	76 – 77	8.995	76	15.730	63
Nonfood I	265	11 – 12	2.030	17	4.825	19
Nonfood II	275	12	805	7	4.450	18
Nonfood insgesamt	540	23 – 24	2.835	24	9.275	37
Einzelhandel insgesamt	2.295	100	11.830	100	25.005	100

Quelle: EHI Handelsdaten aktuell 2018

4. Daten zum Vorhaben

In Driedorf ist die Verlagerung des Edeka-Marktes an der Stadionstraße auf eine gegenüberliegende Fläche geplant, die derzeit noch als Sportplatz genutzt wird. Im Zuge der Verlagerung soll die Verkaufsfläche von rd. 765 m² auf rd. 1.500 m² erweitert werden, hiervon entfallen rd. 1.200 m² auf Nahrungs- und Genussmittel und rd. 300 m² auf Drogeriewaren. Für das Plangebiet soll im Bebauungsplan ein Sondergebiet Lebensmitteleinzelhandel (SO_{LEH}) ausgewiesen werden.

Der Altstandort ist aufgrund der geringen Marktgröße und der vergleichsweise geringen Anzahl an Stellplätzen nicht mehr zeitgemäß. Mit einer Verlagerung könnte eine gemeinsame Anordnung von Supermarkt und Getränkemarkt inkl. gemeinsamer Stellplatzanlage geschaffen werden. Außerdem würde die problematische Verkehrssituation im Kreuzungsbereich Stadionstraße mit derzeit mehreren Ein – und Ausfahrten (Edeka Supermarkt, Getränkemarkt, Kindergarten) verbessert werden.

Am Altstandort ist grundsätzlich die Nachnutzung durch einen Lebensmittelmarkt möglich, allerdings wird aufgrund der vorhandenen Angebotssituation in Driedorf mit den Lebensmitteldiscountern Netto und Penny sowie dann einem modernen Lebensmittelvollsortimenter nicht davon ausgegangen, dass diese Fläche perspektivisch durch Lebensmitteleinzelhandel nachgenutzt wird.

II. Standortbeschreibung und Standortbewertung

1. Makrostandort Driedorf

Die Gemeinde Driedorf ist landesplanerisch als **Grundzentrum** in einem Gebiet mit überwiegend ländlicher Raumstruktur ausgewiesen und umfasst gegenwärtig **ca. 5.140 Einwohner**⁷. An Driedorf grenzt im Norden das Grundzentrum Breitscheid und im Nordosten das Mittelzentrum Herborn an. Im Süden befindet sich das Grundzentrum Greifenstein. Die Gemeindegrenze von Driedorf ist in Richtung Westen zugleich die Landesgrenze von Hessen zu Rheinland-Pfalz, hier grenzt die Verbandsgemeinde Rennerod mit dem gleichnamigen Grundzentrum an das Gemeindegebiet von Driedorf an.

Die siedlungsstrukturelle Situation in der Gemeinde Driedorf wird durch insgesamt **neun Ortsteile** geprägt. Im Kernort Driedorf wohnen rd. 2.000 Einwohner (rd. 39 %), die nächst größeren Ortsteile sind Mademühlen und Roth mit ca. 880 bzw. ca. 700 Einwohnern. In den weiteren Ortsteilen leben jeweils zwischen 150 und rd. 400 Einwohner.

Die **wirtschaftliche Entwicklung** verlief in den vergangenen Jahren positiv. Von 2010 (rd. 1.750 Beschäftigte) bis 2018 (rd. 1.870 Beschäftigte) stieg die Zahl der Beschäftigten am Arbeitsort um ca. 6 % (+ 114 Personen). Darüber hinaus gibt es in Driedorf hohe Pendlerbewegungen. So stehen rd. 1.438 Einpendlern rd. 1.599 Auspendler gegenüber; das entspricht einem negativen Pendler-saldo von - 161 Beschäftigten⁸.

Im **Tourismus** ist in Driedorf auf die zwei Campingplätze „Heisterberger Weiher“ und „Krombachtalsperre“ hinzuweisen. Die beiden Campingplätze bieten insgesamt ca. 750 Stellplätze für Dauercamper⁹.

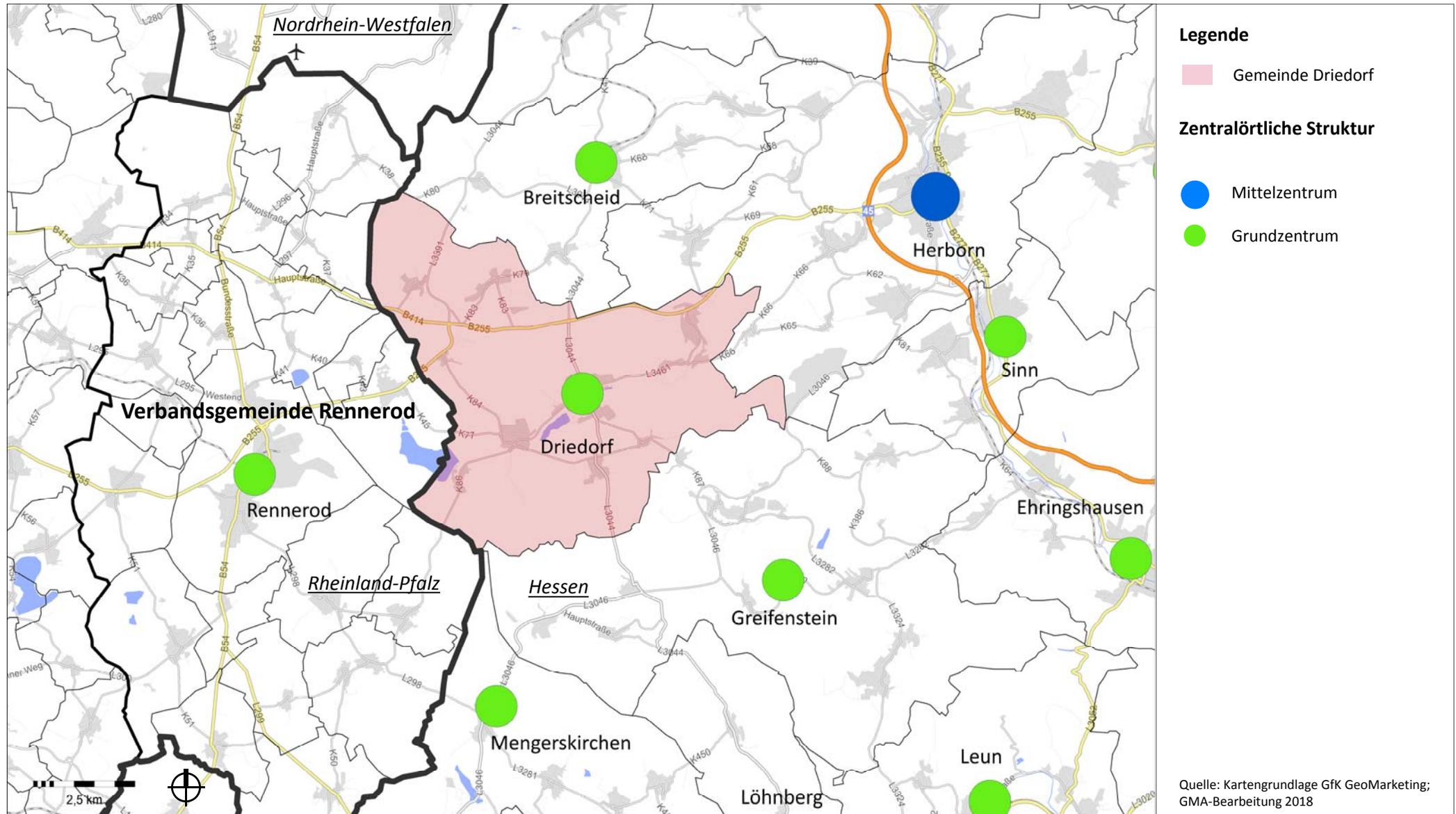
Unter **verkehrlichen Aspekten** ist die Gemeinde Driedorf mit der Bundesstraße B 255, welche Anschluss an die Bundesautobahn A 45 bietet, an das überregionale Verkehrsnetz angebunden. Innerhalb des Gemeindegebietes stellt die Landesstraße L 3044 in Nord-Süd-Richtung die bedeutendste Verkehrsachse dar und bietet ebenso Anschluss an die Umlandgemeinden Breitscheid und Greifenstein. In Ost-West-Richtung verbinden die Landesstraße L 3461 sowie die Kreisstraße K 77 den Kernort Driedorf mit den umliegenden Ortsteilen. Die Ortsteile Heisterberg sowie Waldbaubach liegen nördlich der Bundesstraße B 255 und sind über diese mit dem Kernort verbunden. An das Schienennetz ist Driedorf nicht angebunden.

⁷ Quelle: Gemeinde Driedorf, Stand: 31.12.2018, nur Hauptwohnsitze.

⁸ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2017.

⁹ Quelle: Gemeinde Driedorf, Heisterberger Weiher ca. 400 Stellplätze für Dauercamper, Krombachtalsperre ca. 350 Stellplätze für Dauercamper.

Karte 1: Lage von Driedorf und zentralörtliche Struktur in der Region



Das **Einzelhandelsangebot** beschränkt sich im Kernort von Driedorf auf v. a. kleinteiligen Einzelhandel. In der Ortsmitte ist ein lockerer Einzelhandelsbesatz auszumachen. Im Lebensmitteleinzelhandel ist neben kleinteiligem Einzelhandel (v. a. Lebensmittelhandwerk) im Kernort auf den Supermarkt Edeka zzgl. Getränkemarkt und den Discounter Netto sowie im Ortsteil Mademühlen auf Penny hinzuweisen.

2. Mikrostandort des Edeka-Marktes

Der Verlagerungsstandort befindet sich im zentralen Ortsteil von Driedorf in nördlicher Ortsrandlage, in unmittelbarer Nähe zum Altstandort. Der Standort ist gemäß Regionalplan Mittelhessen 2010 als „Vorranggebiet Siedlung Planung“ ausgewiesen. Im Standortumfeld ist im Westen ein Sportplatz, im Norden und Osten landwirtschaftliche Fläche sowie im Süden der bestehende Edeka Getränkemarkt vorzufinden. Zudem befindet sich östlich des Standortes noch ein Kindergarten.

Die verkehrliche Anbindung erfolgt über die Stadionstraße, welche in östlicher Richtung Anschluss an die Landesstraße L 3044 sowie in südlicher Richtung an die Ortsmitte bietet. Über die Landesstraße ist der Standort in nördlicher Richtung an die Gemeinde Breitscheid und in südlicher Richtung an die Gemeinde Greifenstein angeschlossen. Die Bushaltestelle „Driedorf Edeka“ ist dem Planstandort unmittelbar vorgelagert. Die Entfernung zur Ortsmitte beträgt rd. 450 m (Luftlinie).

Von der Ortsmitte aus ist der Planstandort nicht einsehbar, aufgrund der topografischen Begebenheiten (großer Höhenversatz zwischen Ortsmitte und Planstandort) und der Baumbepflanzung entlang der Stadionstraße. Von der Landesstraße L 3044 ist die Sichtbarkeit des Standortes gegenüber dem Altstandort deutlich verbessert.

Foto 1: Sicht von der Stadionstraße auf Getränkemarkt und Planstandort

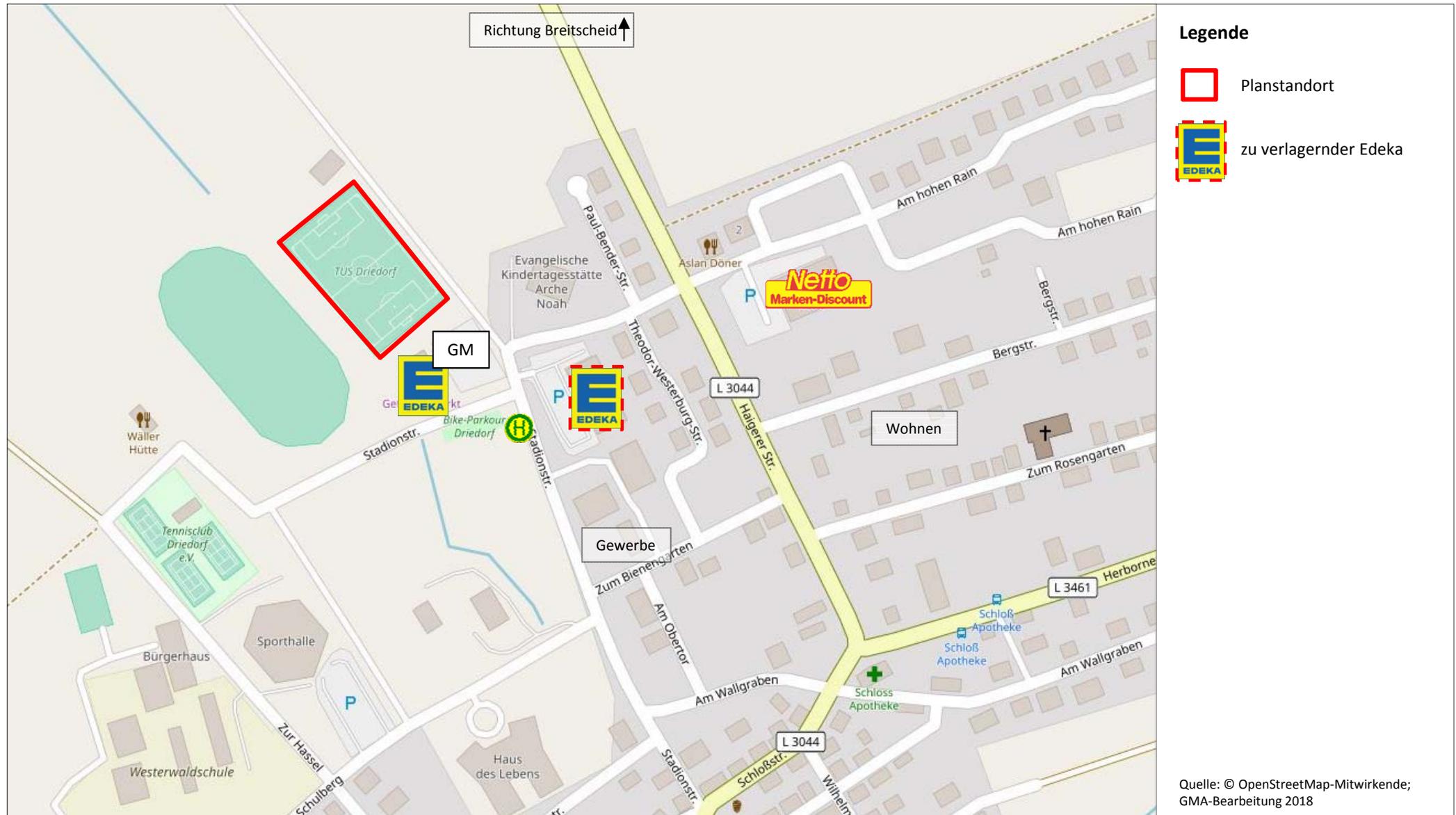


GMA April 2018

Foto 2: Sicht auf den Planstandort



Karte 2: Mikrostandort Edeka, Stadionstraße



3. Fazit der Standortbewertung

Die Qualitäten des Planstandorts bilden die wesentlichen Grundlagen für die mögliche Leistungsfähigkeit des erweiterten Lebensmittelmarktes und somit für seine spätere Umsatzerwartung. Die siedlungsstrukturelle und städtebauliche Lageeinstufung ist zudem von entscheidender Bedeutung für die regionalplanerische Bewertung der Genehmigungsfähigkeit.

Die wesentlichen Eigenschaften des Planstandorts sind wie folgt zusammenzufassen:

positive Standortfaktoren:

- + Lage innerhalb eines im Regionalplan ausgewiesenen Vorranggebietes Siedlung Planung
- + verbesserte Sichtbarkeit gegenüber dem Altstandort von der L 3044
- + ausreichende Fläche für eine gemeinsame Anordnung von Supermarkt und Getränkemarkt inkl. gemeinsamer Stellplatzanlage
- + ÖPNV-Anschluss durch Bushaltestelle Driedorf Edeka
- + Verbesserung der Verkehrssicherheit im Kreuzungsbereich / Kurvenbereich der Stadionstraße

negative Standortfaktoren

- Siedlungsrandlage, Standort nicht integriert
- keine unmittelbare Anbindung an die Ortsmitte.

III. Projektrelevante Angebots- und Wettbewerbssituation

1. Angebots- und Wettbewerbssituation in Driedorf

Derzeit wird die Versorgung in Driedorf im Bereich Nahrungs- und Genussmittel, außer von Edeka, maßgeblich von den folgenden Lebensmittelmärkten geprägt (siehe auch Tabelle 2):

- /// Edeka Getränkemarkt, Stadionstraße
- /// Netto Discounter, Am hohen Rain
- /// Penny Discounter, Westerwaldstraße.

Im **zentralen Ortsteil von Driedorf** befindet sich der Lebensmitteldiscounter **Netto** im Kreuzungsbereich der Landesstraße L 3044 / Am hohen Rain. Der Markt ist über die Straße Am hohen Rain anfahrbar. Die Sichtbarkeit des Marktes von der Landesstraße ist leicht eingeschränkt, da die Filiale zum einen zurückversetzt liegt und zum anderen ein deutlicher Höhenversatz zwischen der Landesstraße und der Filiale besteht. Aufgrund seiner Lage ist der Markt als integriert einzustufen. Zum Zeitpunkt der Erhebung ist das Konzept des Marktes als zeitgemäß zu bewerten. Weiterhin befindet sich im zentralen Ortsteil noch der **Edeka Getränkemarkt** unmittelbar dem Planstandort vorgelagert.

Im Ortsteil **Mademühlen** ist der Lebensmitteldiscounter Penny lokalisiert, welcher sich im Kreuzungsbereich der Adolf-Weiss-Straße / Westerwaldstraße befindet. Der Markt ist als zeitgemäß einzustufen und erfüllt eine Funktion als Nahversorger für das Gemeindegebiet von Driedorf sowie für Teilbereiche der westlich angrenzenden Verbandsgemeinde Rennerod (insbesondere Homberg, Rehe).

Das Angebot im Sortiment Drogeriewaren beschränkt sich auf das Randsortiment der ansässigen Lebensmittelmärkte.

Insgesamt erzielen die beiden Lebensmittelmärkte, der Getränkemarkt sowie der kleinteilige projektrelevante Einzelhandel eine Umsatzleistung von rd. 8,9 Mio. €, davon entfallen ca. 7,9 Mio. € auf Nahrungs- und Genussmittel.

2. Angebots- und Wettbewerbssituation im Umland

Außerhalb von Driedorf gibt es in der nördlich gelegenen **Nachbargemeinde Breitscheid** im zentralen Ortsteil der Gemeinde den Lebensmittelanbieter nahkauf zzgl. einem Getränkemarkt. Der Markt liegt an der Rathausstraße und ist siedlungsintegriert. Aufgrund seiner geringen Verkaufs-

flächengröße von < 400 m² und dem sehr eingeschränkten Parkplatzangebot ist der Einzugsbereich des Marktes auf die umliegenden Ortsteile von Breitscheid beschränkt. Die Umsatzleistung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel beträgt 1,9 – 2,0 Mio. €.

Das **Mittelzentrum Herborn** verfügt über ein sehr umfassendes **Lebensmittelangebot** im Einzelhandel. Im Stadtkern befinden sich mit dem E-Center Herkules sowie dem Rewe-Center zwei Lebensmittelmärkte mit einer Verkaufsflächengröße > 2.500 m², davon verfügt insb. das E-Center auf einer Verkaufsfläche von rd. 350 m² über ein umfangreiches Angebot an Drogeriewaren. Weitere Lebensmitteldiscounter (Aldi, Lidl, Netto, Norma), ethnische Lebensmittelmärkte und ein Getränkemarkt ergänzen das Angebot vor Ort. In der Innenstadt von Herborn beschränkt sich das sortimentsrelevante Angebot auf kleinteiligen Einzelhandel (insb. Lebensmittelhandwerk). Im Stadtteil Uckersdorf befindet sich noch ein Edeka Supermarkt, welcher allerdings über keinen zeitgemäßen Marktauftritt verfügt. Die dargestellten Anbieter weisen einen Gesamtumsatz im Bereich Nahrungs- und Genussmittel von rd. 52 Mio. € auf.

Im Sortiment **Drogeriewaren** ist auf die beiden Fachmärkte dm und Rossmann hinzuweisen. Der Anbieter dm befindet sich in Verbundlage mit dem Rewe-Center, der Drogeriemarkt Rossmann befindet sich in Randlage der Herborner Innenstadt Dill Center.

In der südlich angrenzenden **Gemeinde Greifenstein** ist ein Rewe Supermarkt an der Hellsdorfstraße vorzufinden. Der Markt befindet sich in Randlage des Ortsteils Holzhausen in nicht integrierter Lage und verfügt über ein zeitgemäßes Marktkonzept. Im Vorkassenbereich befinden sich eine Bäckerei und eine Metzgerei. Aufgrund der verkehrsgünstigen Lage und bei einer ausreichenden Anzahl an Stellplätzen hat der Markt gute Standortrahmenbedingungen. Für Nahrungs- und Genussmittel wird eine Umsatzleistung von 6,3 – 6,4 Mio. € angenommen.

In der **Gemeinde Mengerskirchen** ist auf die Lebensmittelmärkte Norma und Rewe hinzuweisen. Beide Märkte befinden sich in Ortsrandlage im unmittelbaren Umfeld zueinander, sind allerdings voneinander abgewandt, sodass keine Sichtbeziehung zwischen den Märkten besteht. Der Lebensmitteldiscounter Norma verfügt über einen zeitgemäßen Marktauftritt sowie eine ausreichend große Stellplatzanlage. Rewe hat ebenso einen zeitgemäßen Marktauftritt und bildet einen Standortverbund mit einem Rewe Getränkemarkt, einem Fachgeschäft für zoologischen Bedarf und einer Apotheke. Im Vorkassenbereich von Rewe ist zudem eine Bäckerei vorhanden. Der Standort erfüllt eine Nahversorgungsfunktion für das gesamte Gemeindegebiet. Aufgrund der Standortrahmenbedingungen von Rewe ist dieser als leistungsfähiger Anbieter zu bezeichnen. Die Anbieter erzielen einen Umsatz von ca. 7,8 – 7,9 Mio. € bei Nahrungs- und Genussmitteln.

In der **Stadt Rennerod** ist eine Agglomeration an Lebensmittelmärkten in südlicher Randlage des Siedlungsgebietes vorzufinden. Hier sind die Lebensmitteldiscounter Aldi, Lidl, Netto und Penny, der Supermarkt Rewe XL, ein Getränkemarkt sowie der Drogeriemarkt dm ansässig. Ergänzt wird das Angebot in der Standortlage durch Fachmärkte im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich

(u. a. Deichmann, Fressnapf, Takko). Damit handelt es sich um eine Lage mit hoher Versorgungsbedeutung, die für die gesamte Verbandsgemeinde bedeutsam ist. Die Lebensmittelmärkte erzielen einen Umsatz im Bereich Nahrungs- und Genussmittel von ca. 30,0 Mio. €.

Tabelle 2: Wesentliche Wettbewerber für den Edeka-Markt in Driedorf und im Umland

Ort	Name	VK-Größenklasse	Adresse	Lage
Driedorf	Netto	800 – 1.000	Am hohen Rain	Ortsrandlage
Driedorf	Penny	400 – 800	Westerwaldstraße	Ortsrandlage
Driedorf	Edeka Getränkemarkt	400 – 800	Stadionstraße	Ortsrandlage
Breitscheid	nahkauf	< 400	Rathausstraße	integriert
Herborn	Aldi	400 – 800	Konrad-Adenauer-Straße	dezentral
Herborn	dm	400 – 800	Konrad-Adenauer-Straße	dezentral
Herborn	Dursty	400 – 800	In der Au	dezentral
Herborn	Edeka	400 – 800	Burger Straße	integriert
Herborn	E-Center Herkules	> 2.500	Hüttenweg	dezentral
Herborn	Lidl	800 – 1.000	Burger Landstraße	dezentral
Herborn	Lidl	800 – 1.000	Gewerbepark Untere Au	dezentral
Herborn	Netto	400 – 800	Burger Hauptstraße	dezentral
Herborn	Norma	400 – 800	Bürgermeisterwiese	dezentral
Herborn	Rewe-Center	> 2.500	Konrad-Adenauer-Straße	dezentral
Herborn	Rossmann	400 – 800	Hauptstraße	Innenstadt
Greifenstein	Rewe	1.500 – 2.000	Hellsdorfstraße	Ortsrandlage
Mengerskirchen	Norma	700 – 800	Unterm Flecken	Ortsrandlage
Mengerskirchen	Rewe	1.000 – 1.500	Zum Sportzentrum	Ortsrandlage
Mengerskirchen	Rewe Getränkemarkt	800 – 1.000	Zum Sportzentrum	Ortsrandlage
Rennerod	Aldi	1.000 – 1.500	Gewerbestraße	dezentral
Rennerod	dm	400 – 800	Konnwiese	dezentral
Rennerod	Getränke Paradies Stähler	400 – 800	Gewerbestraße	dezentral
Rennerod	Lidl	1.000 – 1.500	Hauptstraße	dezentral
Rennerod	Netto	400 – 800	Seitensteiner Straße	integriert
Rennerod	Penny	800 – 1.000	Gewerbestraße	dezentral
Rennerod	Rewe XL	2.000 – 2.500	Konnwiese	dezentral

GMA-Erhebung April 2018 / März 2019, -Zusammenstellung 03-2019.

3. Fazit der Angebots- und Wettbewerbsbetrachtung

Es ist festzuhalten, dass sich die wesentliche Wettbewerbsbeziehung für den zu verlagernden Edeka in Driedorf auf die beiden Lebensmitteldiscounter Netto und Penny beschränkt. Beide Märkte verfügen über ein zeitgemäßes Marktkonzept und eine gute verkehrliche Anbindung.

Die räumlich nächstgelegenen betriebstypengleichen Wettbewerber befinden sich in den Umlandgemeinden Breitscheid, Greifenstein und Mengerskirchen. Als Hauptwettbewerber sind insbesondere die beiden Supermärkte von Rewe in Greifenstein und Mengerskirchen durch das Vorhaben tangiert. Diese Märkte verfügen jeweils über gute Standortrahmenbedingungen, sodass den Märkten eine entsprechend gute wirtschaftliche Leistungsfähigkeit attestiert werden kann. Für den nahkauf-Markt in Breitscheid gilt, dass sich das Einzugsgebiet des Marktes aufgrund der geringen Verkaufsfläche sowie der Standortrahmenbedingungen auf das Gemeindegebiet von Breitscheid beschränkt. Demzufolge wird der Supermarkt nicht im selben Maße wettbewerbliehen Auswirkungen ausgesetzt sein, wie die Supermärkte in Greifenstein und Mengerskirchen. In den Städten Herborn und Rennerod ist jeweils ein leistungsstarkes Einzelhandelsangebot bei Lebensmitteln und Drogeriewaren vorzufinden. Somit sind bedeutende Kaufkraftströme in Richtung Vorhaben aus beiden Städten gutachterlich nicht zu erwarten.

Drogeriewaren werden überwiegend als Randsortiment der Lebensmittelmärkte vorgehalten, da in den vergleichsweise einwohnerschwachen Kommunen im ländlichen Raum in der Regel das Einwohner- und Kaufkraftpotenzial für einen Drogeriemarkt fehlt. Die nächstgelegenen Fachmärkte befinden sich im Mittelzentrum Herborn (dm, Rossmann) sowie in der Lebensmittel- und Fachmarkttagglomeration Rennerod (dm).

IV. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

1. Abgrenzung des Einzugsgebietes des Vorhabens

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

Bei der Abgrenzung des Einzugsgebiets des Edeka Supermarktes mit künftig ca. 1.500 m² Verkaufsfläche wurden insbesondere folgende Aspekte berücksichtigt:

- /// Projektkonzeption (Sortimentsstruktur, Vertriebskonzept, Verkaufsflächendimensionierung, Leistungsfähigkeit, Bekanntheit und Attraktivität des Betreibers usw.) und daraus zu erwartende Wirkungen auf die Einkaufsorientierung der Bevölkerung
- /// Erreichbarkeit des Standorts für potenzielle Kunden, unter Berücksichtigung verkehrlicher, topografischer und siedlungsstruktureller Bedingungen
- /// projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum
- /// Anziehungskraft des Makrostandorts Driedorf (Arbeitsplatz-, Infrastrukturausstattung usw.)
- /// Zeit- / Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte)¹⁰.

Unter Berücksichtigung der angeführten Kriterien lässt sich das projektrelevante Einzugsgebiet wie folgt abgrenzen und zonieren¹¹:

/// Zone Ia: Driedorf	ca.	5.140 Einwohner
/// Zone Ib: Breitscheid (Ortsteil Gusternhain)	ca.	830 Einwohner
/// Zone II: Greifenstein (Ortsteile Beilstein, Odersberg, Rodenberg)	ca.	1.920 Einwohner
/// Einzugsgebiet gesamt:	ca.	7.900 Einwohner

Insgesamt leben im Einzugsgebiet gegenwärtig ca. 7.900 Einwohner, davon ca. 76 % in der gesamten Zone I und 24 % in Zone II.

¹⁰ Die GMA hat in Deutschland bereits viele hundert Verbraucherbefragungen durchgeführt, so dass zum Verbraucherverhalten aussagefähige Erkenntnisse vorliegen.

¹¹ Quelle Einwohnerzahlen: Gemeinde Driedorf, Stand: 31.12.2018, nur Hauptwohnsitze, Gemeinde Greifenstein, Stand: 31.12.2018, nur Hauptwohnsitze; Gemeinde Breitscheid, Stand: 02.2019, über die Anzahl der Nebenwohnsitze konnte die Gemeinde keine Auskunft geben.

Als Kerneinzugsgebiet werden das Gemeindegebiet von Driedorf sowie der Ortsteil Gusternhain von Breitscheid abgegrenzt. Darüber hinaus umfasst das Einzugsgebiet in Zone II die Ortsteile Beilstein, Odersberg und Rodenberg der Gemeinde Greifenstein. Eine weitere Ausdehnung des Einzugsgebietes ist aufgrund der Wettbewerbssituation im Umland (v. a. Herborn und Rennerod) sowie der räumlichen Strukturen nicht anzunehmen. Dennoch ist davon auszugehen, dass das Vorhaben einen gewissen Anteil seines Umsatzes mit Kunden außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes erwirtschaften wird (z. B. Dauercamper, die nicht vor Ort gemeldet sind, Berufspendler), diese werden in den nachfolgenden Berechnungen als sog. Streuumsätze einbezogen.

2. Vorhabenrelevantes Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial

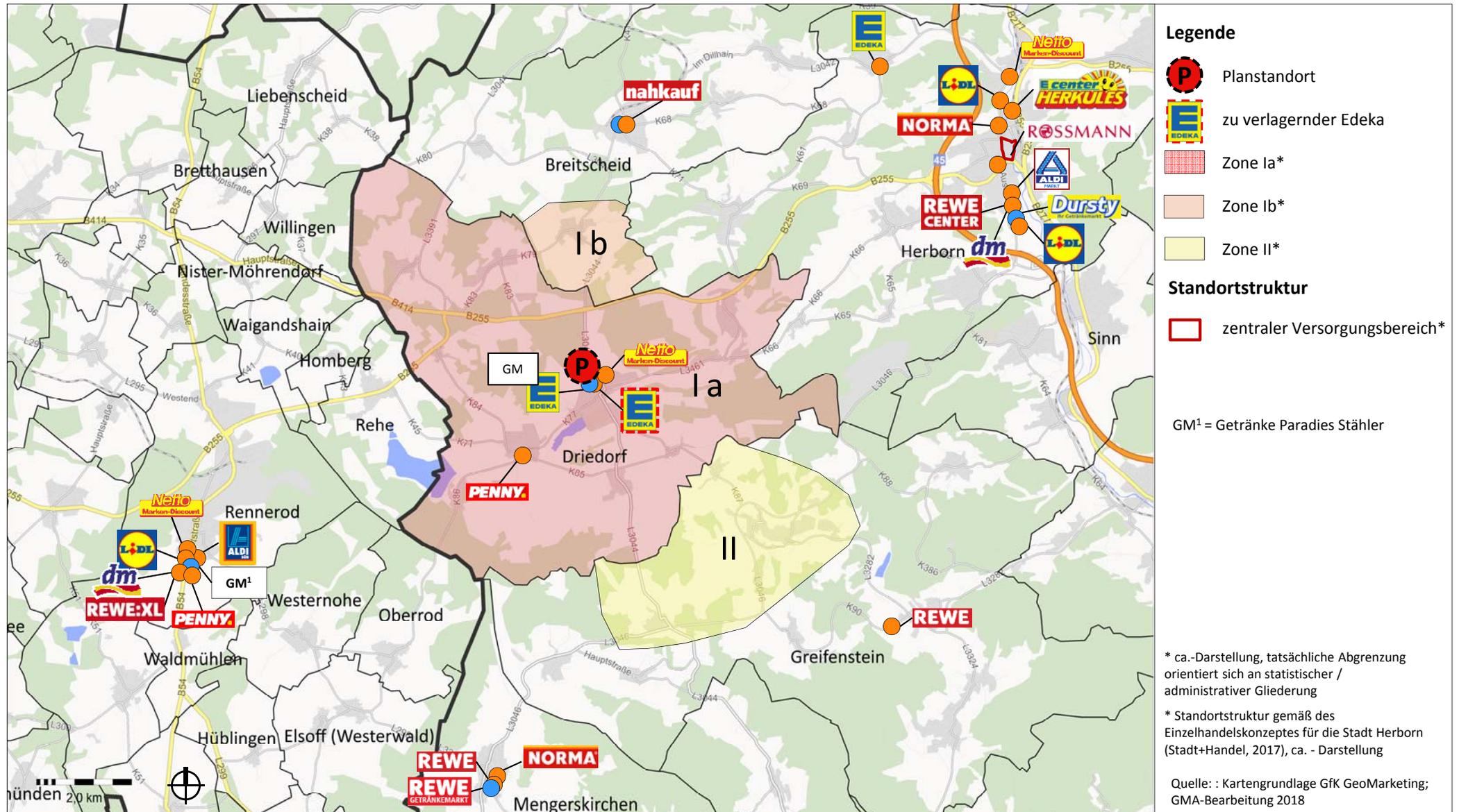
Das **Bevölkerungspotenzial** im Einzugsgebiet umfasst derzeit insgesamt ca. 7.900 Einwohner. Die **Kaufkraftberechnung** erfolgt unter Verwendung der o. g. Bevölkerungszahlen, der örtlichen Kaufkraftkoeffizienten sowie aktueller Pro-Kopf-Ausgaben. In Driedorf beträgt die Kaufkraftkennziffer aktuell ca. 96,3, in Breitscheid ca. 93,7 und in Greifenstein ca. 92,4. Damit liegt die Kaufkraftkennziffer in den drei Gemeinden unter dem Bundesdurchschnitt (= 100,0)¹².

Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-eigenen Berechnungen beträgt die aktuelle ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf der Wohnbevölkerung ca. 6.035 €. Hiervon entfallen ca. 2.210 € auf Nahrungs- und Genussmittel und ca. 3.825 € auf Nichtlebensmittel.

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren ergibt sich für das Einzugsgebiet ein **projektspezifisches Kaufkraftpotenzial von ca. 16,5 Mio. €** im Bereich Nahrungs- und Genussmittel.

¹² Quelle: Michael Bauer Research (MBR), Nürnberg, Stand 2018. Das Kaufkraftniveau wird auf Basis der amtlichen Steuerstatistik berechnet.

Karte 3: Einzugsgebiet des Planstandortes und wesentliche Wettbewerber (Anbieter ab ca. 400 m² VK)



V. Auswirkungsanalyse

Die potenzielle Umsatzleistung des Vorhabens wird anhand des Marktanteilkonzepts berechnet. Dieses stellt dem relevanten Angebot im Untersuchungsraum das für das Einzugsgebiet errechnete Nachfragevolumen (Kaufkraft) gegenüber. Allerdings lässt das Marktanteilkonzept keine direkten Rückschlüsse auf die durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzzumlenkungen zu. Mit der Frage, wo die durch das Vorhaben generierten Umsätze bisher gebunden sind und welche Folgen die Erweiterung für die vorhandenen Wettbewerber hat, setzt sich dann die Betrachtung der Umsatzzumverteilungen auseinander. Im Anschluss daran werden die wettbewerblischen sowie mögliche städtebauliche und versorgungsbezogene Wirkungen analysiert und daraus eine raumordnerische Bewertung abgeleitet.

1. Umsatzermittlung und Umsatzherkunft

Das Marktanteilkonzept geht von einer Gegenüberstellung des relevanten Angebotes mit dem für das Einzugsgebiet ermittelten Nachfragevolumen (=Kaufkraft) aus. Als wesentliche Kriterien bei der Ermittlung der Marktanteile werden die Art und Dimensionierung der vorgesehenen Einzelhandelsnutzung, die Lage und das Standortumfeld sowie die Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet und im weiteren Umfeld berücksichtigt. Vor diesem Hintergrund sind die in Tabelle 3 dargestellten Marktanteile und Umsatzleistungen zu erwarten.

Für den zu verlagernden Edeka-Markt (ca. 1.500 m² Verkaufsfläche) ist im Sortiment Nahrungs- und Genussmitteln ein Marktanteil von ca. 33 – 34 % mit Kunden aus der Zone Ia und aus der Zone Ib zu erwarten. Innerhalb der Zone II ist ein Marktanteil von 11 – 12% anzunehmen. Einschließlich der Umsätze mit auswärtigen Kunden (Umsatzanteil für Streukunden rd. 14 – 15 %) sowie Umsätzen mit Nicht-Lebensmitteln (Umsatzanteil ca. 15 %) errechnet sich für den neuen Edeka-Markt eine Umsatzerwartung von rd. 6,4 – 6,5 Mio. € (vgl. Tabelle 3). Üblicherweise wird für einen Edeka-Markt in der projektierten Größenordnung von einem Umsatzanteil bei Nicht-Lebensmitteln von 10 % ausgegangen. Aufgrund des vergleichsweise hohen Anteils von Drogeriewaren an der Verkaufsfläche (20 %) wird für das Vorhaben ein Umsatzanteil bei Nicht-Lebensmitteln von 15 % angenommen.

In Bezug auf die projektierte Verkaufsfläche von rd. 1.500 m² ergibt sich hieraus für den künftigen Edeka-Markt eine Flächenproduktivität von ca. 4.280 € je m² Verkaufsfläche.

Tabelle 3: Marktanteile und Umsatzerwartung des zu verlagernden Edeka-Marktes

Umsatzherkunft	Kaufkraft Nahrungs- und Genussmittel in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz in Mio. €
Zone Ia	10,9	33 – 34	3,6 – 3,7
Zone Ib	1,7	33 – 34	0,5 – 0,6
Zone II	3,9	11 – 12	0,4 – 0,5
Streuumsätze (Anteil ca. 14 – 15 %)			0,8
Umsatz Nahrungs- und Genussmittel			5,4 – 5,5
Umsatz Nonfood (Anteil ca. 15 %)			0,9 – 1,0
Umsatzerwartung insgesamt			6,4 – 6,5

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

Die für den erweiterten Edeka-Markt erwartete Flächenproduktivität von ca. 4.280 € je m² Verkaufsfläche liegt unter der durchschnittlichen Flächenleistung eines Edeka Vollsortimenters.¹³ Das ist darin begründet, dass mit einer zunehmenden Flächenausweitung eine nicht ebenso starke Ausweitung des Umsatzes einhergeht. Vielmehr sind die Flächenleistung pro m² Verkaufsfläche i. d. R. bei der Erweiterung der Verkaufsfläche. Somit erfolgt angesichts der hohen Flächen-erweiterung um ca. 96 % (1.500 m²: 765 m²) der Umsatzzuwachs nicht proportional. Zudem ist durch die unterdurchschnittliche Kaufkraft im Einzugsgebiet und der Wettbewerbssituation im Umland bei einer überdurchschnittlichen Verkaufsfläche keine höhere Flächenproduktivität für den zu erweiternden Edeka-Markt zu erwarten. Damit wird dem worst-case-Ansatz entsprochen.

Die Bestandsumsätze von Edeka (ca. 3,5 Mio. €, davon ca. 3,1 – 3,2 Mio. € bei Lebensmitteln) sind als wettbewerbsneutral zu bewerten, da sie bereits heute am Standort erzielt werden. Somit wird die Erweiterung des Supermarktes Edeka einen Umsatzanteil von ca. 2,9 Mio. € neu generieren, davon ca. 2,3 Mio. € bei Nahrungs- und Genussmitteln.

2. Wettbewerbliche Auswirkungen des Vorhabens

Die Etablierung und Erweiterung von Einzelhandelsobjekten löst Umsatzumverteilungsprozesse gegenüber dem bestehenden Einzelhandel aus. Das Umsatzumverteilungsmodell stellt dabei einen methodischen Ansatz zur Einschätzung und Bewertung der ökonomischen und ggf. städtebaulichen Folgewirkungen des zu untersuchenden Vorhabens dar.

In die Berechnung fließen die derzeitigen Ausstattungen konkurrierender Einzelhandelsstandorte (als Attraktivitätsfaktor) sowie die Distanz zum Erweiterungsstandort (als Widerstandsfaktor) ein.

¹³ Gemäß Retail Real Estate Report Germany 2018 / 2019 liegt die Flächenproduktivität eines Edeka Vollsortimenters bei ca. 4.480 € bei einer durchschnittlichen Verkaufsfläche von 1.230 m².

Eine weitere Grundannahme der nachfolgenden Berechnungen ist, dass die Standorte, welche die größten Konzeptüberschneidungen mit dem Planobjekt aufweisen, quantitativ am stärksten von Umsatzumverteilungen betroffen sein werden. Demnach sind v. a. Supermärkte sowie besonders nahe Lebensmittelmärkte von dem Vorhaben betroffen.

Die Verlagerung und Erweiterung des Edeka-Marktes und die damit verbundene Umsatzerwartung von insgesamt ca. 5,4 – 5,5 Mio. € im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** würden voraussichtlich folgende Umverteilungswirkungen auslösen:

- /// Etwa 3,1 – 3,2 Mio. € werden von dem Edeka-Markt schon heute erzielt, bleiben also ohne Auswirkungen auf den Wettbewerb.
- /// Die Umsatzumverteilungen gegen Anbieter in der Standortkommune Driedorf belaufen sich auf ca. 0,5 – 0,6 Mio. €. Hiervon werden in erster Linie Netto und Penny betroffen sein.
- /// Etwa 1,7 – 1,8 Mio. € der Umsatzerwartung wird außerhalb des Einzugsgebietes umverteilt. Hiervon sind am stärksten die Gemeinden Greifenstein und Mengerskirchen betroffen.

Tabelle 4 gibt eine Übersicht über die zu erwartenden Umsatzumlenkungen, die die Verlagerung und Erweiterung des Edeka-Marktes im Bereich Nahrungs- und Genussmittel auslösen wird. Die Umsatzumlenkungen werden in erster Linie Netto und Penny in Driedorf betreffen, außerdem die beiden Rewe-Märkte in Greifenstein und Mengerskirchen.

Tabelle 4: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben bei Nahrungs- und Genussmitteln

Städte / Standortlagen	in Mio. €	in %
Driedorf	0,5 – 0,6	6 – 7
Summe Einzugsgebiet	0,5 – 0,6	6 – 7
Breitscheid	< 0,1	3 – 4
Greifenstein	0,4 – 0,5	7 – 8
Mengerskirchen	0,5 – 0,6	6 – 7
Rennerod	0,2 – 0,3	< 1
Herborn	0,1 – 0,2	< 1
sonstige Orte	0,3	-
Summe außerhalb	1,7 – 1,8	-
Summe gesamt	2,3	-

GMA-Berechnung 2019 (ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundungen möglich)

Bei Nicht-Lebensmitteln werden durch die Verlagerung und Erweiterung des Edeka-Marktes rd. 0,9 – 1,0 Mio. € umgesetzt. Für den Bestandmarkt wird von einer Umsatzleistung von rd. 0,3 –

0,4 Mio. € ausgegangen, sodass der umzuverteilende Umsatz bei Nicht-Lebensmitteln ca. 0,6 Mio. € entspricht. Einem worst-case-Ansatz entsprechend wird davon ausgegangen, dass der gesamte zusätzliche Umsatz im Nonfood-Sortiment auf das Sortiment Drogeriewaren entfällt, wenngleich ein Edeka-Markt noch weitere Nonfood-Artikel führt (u. a. zoologischer Bedarf, Zeitschriften, Zeitungen). Diese Umsätze werden vor allem gegenüber den Drogeriemärkten in Herborn und Rennerod sowie den Randsortimenten der Lebensmittelmärkte im Untersuchungsraum wettbewerbswirksam. In Herborn und Rennerod ist demnach von Umsatzverlusten der bestehenden Lebensmittel- und Drogeriemärkte in Höhe von max. 4 - 5 % auszugehen. Bei dieser Größenordnung sind keine Marktaustritte zu befürchten.

3. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen des Vorhabens

3.1 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen im Bereich Nahrungs- und Genussmittel

In der Gemeinde **Driedorf** sind Umsatzumverteilungen in erster Linie bei den Lebensmitteldiscountern Netto und Penny zu erwarten, wobei Netto bedingt durch die räumliche Nähe deutlich stärker betroffen sein wird. Für den Edeka Getränkemarkt ist die Umsatzumverteilung als nachrangig einzustufen. Für die beiden Lebensmitteldiscounter kann eine wirtschaftliche Leistungsfähigkeit attestiert werden, sodass die möglichen Umverteilungswirkungen (max. 7 %) beide Märkte in ihrem Bestand nicht gefährden. Damit sind weder negative städtebauliche noch versorgungsstrukturelle Auswirkungen zu erwarten.

Gegenüber der Nachbargemeinde **Breitscheid** werden < 0,1 Mio. € (ca. 3 – 4 %) umverteilungswirksam, wovon insbesondere der nahkauf-Markt betroffen sein wird. Grundsätzlich ist bei Umverteilungen in der genannten Größenordnung von keiner nachhaltigen Betriebsschwächung auszugehen. Demzufolge ist keine Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion durch die Verlagerung und Erweiterung des Edeka-Marktes zu erwarten.

In der südlich angrenzenden Gemeinde **Greifenstein** ist der Supermarkt Rewe durch das Vorhaben Wettbewerbswirkungen ausgesetzt. Die Umverteilungsquote beläuft sich auf ca. 7 – 8 %, was einer absoluten Umverteilung von rd. 0,4 – 0,5 Mio. € entspricht. Damit können die Umverteilungen gegenüber dem Rewe spürbar sein, allerdings handelt es sich um einen etablierten und leistungsfähigen Markt, sodass betriebliche Auswirkungen nicht zu erwarten sind.

In **Mengerskirchen** werden ca. 0,5 – 0,6 Mio. € (ca. 6 – 7 %) wettbewerbswirksam. Davon entfällt der größte Anteil auf den ansässigen Supermarkt Rewe, in geringerem Maße wird der Lebensmitteldiscounter Norma durch das Vorhaben tangiert. Der Rewe-Markt verfügt über gute Standortrahmenbedingungen und ist demnach als wirtschaftlich leistungsfähig einzustufen. Damit ist eine nachhaltige Betriebsschwächung des Rewe unwahrscheinlich, ebenso sind keine betrieblichen

Auswirkungen für den Norma zu sehen. Aus Gutachtersicht wird von keiner Beeinträchtigung der Versorgungsfunktion für Mengerskirchen ausgegangen.

Für **Rennerod** sind Umsatzumverteilungswirkungen in Höhe von rd. 0,2 – 0,3 Mio. € zu erwarten, was einer Umverteilungsquote von < 1 % entspricht. Demzufolge sind die Auswirkungen als geringfügig einzustufen, zumal sich diese auf mehrere Lebensmittelmärkte verteilen. Es ist festzuhalten, dass in Rennerod keine städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Beeinträchtigungen festzuhalten sind.

Darüber hinaus ist auch die Stadt **Herborn** in geringem Maße durch Umsatzumverteilungswirkungen betroffen. Diese belaufen sich auf ca. 0,1 – 0,2 Mio. € bzw. < 1 %. In Herborn verteilen sich die Auswirkungen ebenso auf mehrere Lebensmittelmärkte, sodass für keinen Einzelbetrieb von einer Betriebsgefährdung auszugehen ist. Damit gehen keine versorgungsstrukturellen Auswirkungen einher.

Weitere 0,3 Mio. € der Umsatzumverteilungswirkungen entfallen auf **sonstige Orte**, die u. a. durch Pendlerbeziehungen zu erklären sind.

Insgesamt kann festgehalten werden, dass sowohl für die Nahversorgungsstrukturen in Driedorf als auch in den Nachbargemeinden Beeinträchtigungen im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel als Folge des Vorhabens zu verneinen sind.

3.2 Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen bei Drogeriewaren

Die wettbewerblichen Auswirkungen von ca. 0,6 Mio. € im Sortiment Drogeriewaren beziehen sich in erster Linie auf Drogeriemärkte sowie andere Lebensmittelmärkte, die als Randsortiment ebenso Drogeriewaren führen. Rund 20 % der Gesamtverkaufsfläche des Supermarktes (300 m²) für Drogeriewaren ist ein vergleichsweise hoher Verkaufsflächenanteil für dieses Randsortiment. Demzufolge erzielt der Supermarkt einen deutlichen Attraktivitätszugewinn in diesem Sortiment gegenüber dem Bestandsmarkt, sodass derzeit abfließende Kaufkraft aus der Gemeinde Driedorf zu den Drogeriemärkten dm und Rossmann in Herborn bzw. Rennerod gebunden werden kann. Eine betriebliche Gefährdung der Drogeriemärkte kann allerdings ausgeschlossen werden, da der projektierte Edeka-Markt bei der Sortimentsbreite und –tiefe die Drogeriemärkte dm und Rossmann nicht gleichwertig ersetzen kann. Darüber hinaus verteilen sich die Auswirkungen auch auf die umliegenden Lebensmittelmärkte insb. die Systemwettbewerber Rewe in Greifenstein und Mengerskirchen. In geringem Maße wird auch das Randsortiment Drogeriewaren bei den Lebensmitteldiscountern Netto und Penny in Driedorf durch das Vorhaben tangiert. Aufgrund der geringen absoluten Größenordnung der Umsatzumverteilungswirkungen von max. 4 – 5 % ist auf einzelbetrieblicher Ebene keine nachhaltige Betriebsschwächung zu erwarten.

Demzufolge sind keine negativen Auswirkungen für die Versorgungsstrukturen im Sortiment Drogeriewaren in Driedorf und in den Nachbargemeinden festzustellen.

VI. Raumordnerische Bewertung des Vorhabens

Für die raumordnerische Beurteilung der geplanten Verlagerung und Erweiterung eines Lebensmittelmarktes in Driedorf auf ein großflächiges Maß sind die Ziele und Grundsätze des LEP Hessen und des einschlägigen Regionalplans Mittelhessen in Verbindung mit der Drucksache VIII/7a des Regierungspräsidiums Gießen zu beachten.

Zur Beurteilung des Zentralitätsgebots, des Kongruenzgebots und des Beeinträchtigungsgebotes ist gemäß Drucksache VIII / 7a die einwohnerbezogene Kaufkraft der Standortkommune der Summe der vorhandenen und geplanten Verkaufsflächen, jeweils multipliziert mit den betreiber-spezifischen Flächenproduktivitäten, gegenüberzustellen. Um eine Vergleichbarkeit der Daten zu Kaufkraft im Einzugsgebiet und den Umsatzleistungen der Hauptwettbewerber herzustellen, hat das RP Gießen in Ergänzung zur Drucksache VIII / 7a im Rahmen einer Berichtsvorlage der Oberen Landesplanungsbehörde Basisdaten der raumordnerischen Bewertung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Nahrungs- und Genussmittelbereich veröffentlicht, die im Nachfolgenden für die Gegenüberstellung von Umsatz und Kaufkraft zugrunde gelegt wurden¹⁴:

- /// Die projektspezifische Kaufkraft der Stadt Driedorf im Nahrungs- und Genussmittelbereich beträgt derzeit ca. 10,9 Mio. €¹⁵.
- /// Als Gesamtumsatz der vorhandenen und geplanten Verkaufsflächen errechnet sich für die Anbieter in Driedorf in der regionalplanerischen Bewertung eine Summe von ca. 14,0 Mio. € (vgl. Tabelle 5).
- /// Aus der Gegenüberstellung von Gesamtumsatz und Kaufkraft ergibt sich rechnerisch eine Kaufkraftbindung von rd. 128 %.

¹⁴ RP Gießen vom 05. Oktober 2015: Berichtsvorlage der Oberen Landesplanungsbehörde an den Haupt- und Planungsausschuss – Basisdaten der raumordnerischen Bewertung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Nahrungs- und Genussmittelbereich.

¹⁵ 5.144 Einwohner x € 2.126 pro Kopf = 10,9 Mio. €. Quelle Einwohnerzahlen: Gemeinde Driedorf, Stand: 31.12.2018, nur Hauptwohnsitze.

Tabelle 5: Umsatz der vorhandenen und geplanten Verkaufsflächen in Driedorf gemäß regionalplanerischer Bewertung

Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln	Verkaufsfläche in m ² (Summe)	betreiberspezifische Flächenleistung (€ / m ² VK)	Umsatz lt. regionalplanerischer Bewertung in Mio. €
Edeka erweitert ¹	1.200	5.148	6,2
Edeka Getränkemarkt	450	1.600	0,7
Netto	800	4.090	3,3
Penny	770	4.930	3,8
Summe	3.220	-	14,0

¹ Es wird die vorgesehene Verkaufsfläche für Nahrungs- und Genussmittel berücksichtigt.

Quelle: Berichtsvorlage für die Regionalversammlung Mittelhessen – Basisdaten der raumordnerischen Bewertung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Lebensmittelbereich

GMA-Erhebungen und -berechnungen 2019 (ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundungen möglich)

Stellt man die von der GMA in den vorangegangenen Kapiteln ermittelten Werte des Umsatzes im Lebensmitteleinzelhandel in Driedorf nach Erweiterung von Edeka (ca. 12,1 Mio. €)¹⁶ der von der GMA ermittelten Kaufkraft in Driedorf (10,9 Mio. €) gegenüber, so ergibt sich eine rechnerische Kaufkraftbindung von 111 %. Die GMA geht von geringeren Umsatzleistungen des Erweiterungsvorhabens Edeka und des Discounters Penny aus, als das RP Gießen. Die niedrigeren Flächenproduktivitäten begründen sich aus der Wettbewerbssituation in Driedorf und dem Umland sowie der unterdurchschnittlichen Kaufkraft in Driedorf. Gleichwohl bleibt grundsätzlich festzuhalten, dass die Lebensmittelversorgung in Driedorf bereits gut ist.

Die Einhaltung der Ziele und Grundsätze des LEP (vgl. Abs. 4.1.2) und des Regionalplans Mittelhessen (vgl. Ziele 5.4.3 bis 5.4.7) durch das Verlagerungs- und Erweiterungsvorhaben von Edeka ist wie folgt zu bewerten:

- / **Zentralitätsgebot:** Bei dem Einzelhandelsvorhaben handelt es sich um die Verlagerung und Erweiterung eines Supermarktes auf ca. 1.500 m² Verkaufsfläche, d. h. um einen bestehenden Markt mit dem Hauptsortiment Nahrungs- und Genussmittel. Der Vorhabenstandort liegt in einem Grundzentrum im zentralen Ortsteil von Driedorf. Es gilt, dass großflächiger Einzelhandel zur örtlichen Grundversorgung auch in Grundzentren zulässig ist; es ist zu berücksichtigen, dass der Edeka-Markt den einzigen Vollsortimenter im Gemeindegebiet darstellt und damit eine wesentliche Rolle für die Grundversorgung spielt.
- / **Kongruenzgebot:** Wie die Umsatzermittlung erwiesen hat, stammen rd. 67 % der zu erwartenden Umsätze des Vorhabens aus Driedorf. Der Einzugsbereich des Vorhabens

¹⁶ Umsatzermittlung: Umsatzbestand vor Erweiterung Edeka: 9,8 Mio. €, Umsatzzuwachs Lebensmittel durch Erweiterung Edeka: 2,3 Mio. €, Umverteilung in Driedorf: 0,5 – 0,6 Mio. €.

überschreitet damit den zentralörtlichen Verflechtungsbereich nicht wesentlich. In seiner Konzeption als Nahversorger für Driedorf entspricht das Vorhaben auch dem interkommunalen Abstimmungsgebot.

- Integrationsgebot:** Der Verlagerungsstandort in Driedorf befindet sich in einem im Regionalplan ausgewiesenen „Vorranggebiet Siedlung Planung“ und grenzt unmittelbar an Wohnbauflächen an. Der Vorhabenstandort ist als Ortsrandlage zu klassifizieren und übernimmt aufgrund der unmittelbar angrenzenden Wohnnutzungen in gewissem Rahmen eine fußläufige Nahversorgungsfunktion. Der Standort ist sowohl für Fußgänger und Radfahrer als auch mit dem ÖPNV gut zu erreichen. Nach Kenntnisstand der GMA ist auch kein stärker integrierter Standort in Driedorf vorhanden. Darüber hinaus kann durch die Verlagerung des Supermarktes eine problematische Verkehrssituation (Ein- und Ausfahrt Supermarkt / Getränkemarkt / Kurvensituation Stadionstraße) verbessert werden.
- Beeinträchtungsverbot:** Bei dem geprüften Einzelhandelsvorhaben handelt es sich um einen typischen Nahversorgermarkt. Aufgrund der Vielzahl an leistungsstarken Wettbewerbsstandorten im Umland erreicht das Erweiterungsobjekt kein wesentliches überörtliches Einzugsgebiet und wird deshalb keine Beeinträchtigungen der Versorgungsstrukturen sowohl bei Nahrungs- und Genussmitteln als auch Drogeriewaren in Umlandkommunen auslösen.
- Auch in der Standortgemeinde Driedorf löst das Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung aus.

Verzeichnisse

	Seite
Fotoverzeichnis	
Foto 1: Sicht von der Stadionstraße auf Getränkemarkt und Planstandort	12
Foto 2: Sicht auf den Planstandort	12
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage von Driedorf und zentralörtliche Struktur in der Region	11
Karte 2: Mikrostandort Edeka, Stadionstraße	13
Karte 3: Einzugsgebiet des Planstandortes und wesentliche Wettbewerber (Anbieter ab ca. 400 m ² Verkaufsfläche)	21
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Sortimentsangebot von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten	9
Tabelle 2: Wesentliche Wettbewerber für den Edeka-Markt in Driedorf und im Umland	17
Tabelle 3: Marktanteile und Umsatzerwartung des zu verlagernden Edeka-Marktes	23
Tabelle 4: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben bei Nahrungs- und Genussmitteln	24
Tabelle 5: Umsatz der vorhandenen und geplanten Verkaufsflächen in Driedorf gemäß regionalplanerischer Bewertung	28