



Auswirkungsanalyse zur Erweiterung des Nahversorgungsstandortes Herrenweg in Haßloch

Auftraggeber: Edeka Handelsgesellschaft
Südwest mbH, Heddesheim

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck
Dipl.-Soz.Ök. Silke Schüller

Ludwigsburg, am 06.02.2018

Urheberrecht

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



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Hohenzollernstraße 14
71638 Ludwigsburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 07141 / 9360-0
Telefax: 07141 / 9360-10
E-Mail: info@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Im Januar 2018 erteilte die Edeka Handelsgesellschaft Südwest mbH, Heddesheim, der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Ludwigsburg, den Auftrag zur Erstellung einer Auswirkungsanalyse zur Bewertung der Erweiterung des Nahversorgungsstandortes Herrenweg in Haßloch. Konkret ist die Erweiterung des EDEKA-marktes vorgesehen.

Mit der angestrebten Verkaufsfläche von ca. 1.920 m² VK für den Lebensmittelvollsortimenter (inkl. Backshop) liegt das Gesamtvorhaben über der allgemein anerkannten Grenze der Großflächigkeit von 800 m² VK bzw. 1.200 m² Geschossfläche. Entsprechend sind die städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen gemäß §11 Abs. 3 BauNVO zu prüfen.

Für die Bearbeitung dieser Untersuchung standen der GMA Veröffentlichungen des Statistischen Bundesamtes, des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz sowie der Auftraggeberin zur Verfügung. Zudem wurden im Januar 2018 eine Standortbesichtigung sowie eine Erhebung der relevanten Einzelhandelsbetriebe im Ortsgebiet von Haßloch und im näheren Umland vorgenommen.

Die vorliegende Auswirkungsanalyse dient der Kreisverwaltung Bad Dürkheim zur Entscheidungsvorbereitung im Rahmen einer vereinfachten raumordnerischen Prüfung.

Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität aller Inhalte kann die GMA dennoch keine Gewähr übernehmen.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Ludwigsburg, den 06.02.2018
BE/SC wym

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	5
1. Aufgabenstellung	5
2. Daten zum Vorhaben	6
II. Standortbeschreibung und Standortbewertung	9
1. Makrostandort Haßloch	9
2. Mikrostandort des EDEKA-Markts	12
3. Fazit der Standortbewertung	14
III. Projektrelevante Angebots- und Wettbewerbssituation	15
1. Angebots- und Wettbewerbssituation in Haßloch	15
2. Angebots- und Wettbewerbssituation in angrenzenden Städten und Gemeinden	16
3. Fazit der Angebots- und Wettbewerbsbetrachtung	18
IV. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft	21
1. Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebiets des Vorhabens	21
2. Vorhabenrelevante Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale	23
V. Auswirkungsanalyse	25
1. Umsatzermittlung des Gesamtvorhabens	25
2. Umsatzzuwachs durch die Erweiterung	26
3. Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen	27
4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Beurteilung der Auswirkungen	28
5. Raumordnerische Bewertung des Vorhabens von EDEKA	33
6. Auswirkungen der Agglomeration von EDEKA mit Penny und dm	31
VI. Abschließende Bewertung des Vorhabens	35

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

In der pfälzischen Gemeinde Haßloch (Landkreis Bad Dürkheim) ist die Erweiterung eines Lebensmittelmarkts am Standort Am Zwerchgraben 3 – 5 beantragt. Der Supermarkt wird von dem selbständigen Kaufmann Benjamin Stiegler betrieben und belegt derzeit ca. 1.590 m² Verkaufsfläche (VK), einschließlich Bäckerei-Filiale im Vorkassenbereich. Vorgesehen ist eine Modernisierung und Erweiterung um ca. 330 m² VK auf künftig ca. 1.920 VK. Benachbart zum EDEKA-Markt befinden sich ein Penny-Discounter und ein dm-Drogeriemarkt, diese bleiben jedoch in ihrer Größe unverändert.

Die vorliegende Auswirkungsanalyse soll darlegen, welche wettbewerblichen, städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen als Folge der geplanten Erweiterung des Gesamtstandortes zu erwarten sind. Im Besonderen ist zu prüfen, ob das Vorhaben wesentliche Auswirkungen auf die Nahversorgung auslösen wird und ob es mit den landes- und regionalplanerischen Vorgaben vereinbar ist. Damit soll dieser Bericht für die vereinfachte raumordnerische Prüfung der unteren Landesplanungsbehörde (Kreisverwaltung Bad Dürkheim) eingereicht werden.

Im Einzelnen werden in dieser Analyse folgende Untersuchungsschritte bearbeitet:

- /// Darlegung des Rechts- und Planungsrahmens
- /// Angaben zum Vorhaben
- /// Wesentliche Strukturdaten zum Makro- und Mikrostandort, einschließlich der gegenwärtigen Versorgungsstrukturen in der Gemeinde Haßloch und des kommunalen Einzelhandelskonzepts
- /// Darstellung der Angebots- und Wettbewerbssituation in Haßloch und angrenzenden Städten und Gemeinden
- /// Abgrenzung des voraussichtlichen Einzugsgebiets des erweiterten Lebensmittelmarktes und Ermittlung der dort vorhandenen vorhabenrelevanten Kaufkraft
- /// Berechnung der Umsatzerwartung (anhand des Marktanteilkonzeptes)
- /// Darlegung der ausgelösten Kaufkraftbewegungen und Umsatzumverteilungen
- /// Untersuchung der städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen des Vorhabens in Haßloch und im Umland (auch in Verbindung mit den beiden benachbarten Betrieben)
- /// Prüfung der Vereinbarkeit mit den Zielen der Landes- und Regionalplanung
- /// Zusammenfassung und abschließende Bewertung.

2. Daten zum Vorhaben

Bei dem Erweiterungsvorhaben in Haßloch handelt es sich um einen Lebensmittelmarkt des selbständigen Kaufmanns Benjamin Stiegler, der innerhalb der Unternehmensgruppe **EDEKA** mit einem Vertriebskonzept für Supermärkte agiert.

Supermärkte weisen definitionsgemäß Größen zwischen 400 und 2.500 m² VK auf und sind damit i. d. R. größer als Discounter. Große Supermärkte¹ (Lebensmittelvollsortimenter zwischen 2.500 und 5.000 m² VK) oder SB-Warenhäuser (ab 5.000 m² VK) benötigen für ihr deutlich umfangreicheres Sortiment noch erheblich größere Flächen.² Gegenüber Discountern profilieren sich Lebensmittelvollsortimenter durch ihre große Vielfalt an Frischeprodukten wie Obst und Gemüse, Milchprodukte, Käse-, Fleisch- und Wurstwaren, Fisch und Feinkost (teils in Bedientheken). Auch das sog. Trockensortiment (Trockenfertigprodukte, Brotaufstriche, Cerealien, Heißgetränke, Süßwaren, Backwaren, Fette und Öle) sowie die Sortimente für Getränke (Einweg- und Mehrwegartikel), Tiefkühlkost und Speiseeis sind bei Vollsortimentern deutlich umfangreicher als bei Discountern, u. a. durch einen hohen Anteil an Handelsmarken.

Tabelle 1: Typische Sortimentsstrukturen von Lebensmittelmärkten

Hauptwarengruppen	Discounter		Supermarkt		Großer Supermarkt	
	durchschnittliche Artikelanzahl					
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
Food (Nahrungs- und Genussmittel)	1.755	76	8.995	76	15.730	63
Nonfood I („Nearfood“) (Lebensmittelnaher Sortimente; u. a. Gesundheit, Körperpflege, Tiernahrung)	265	12	2.030	17	4.825	19
Nonfood II (Nichtlebensmittelsortimente; u. a. Textilien, Zeitungen / Zeitschriften, Elektrowaren, Blumen / Pflanzen), z. B. Aktionswaren	275	12	805	7	4.450	18
Sortimente insgesamt	2.295	100	11.830	100	25.005	100

Quelle: EHI Köln, Sortimentsbreitenerhebung. Aus: EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2017, S. 90

Die Vertriebsstrategie von EDEKA richtet sich auf das Angebot des Lebensmittelvollsortiments; je nach Größe des einzelnen Marktes bestehen hierzu die Vertriebskonzepte E Center (Großer Supermarkt), EDEKA Supermarkt, E aktiv markt bzw. E EDEKA (Supermärkte) mit unterschiedlich großem Sortimentsumfang. Das Kernsortiment wird in jedem Vertriebskonzept aus Nahrungs- und Genussmitteln gebildet. In den Supermärkten sind rund 90 – 95 % der Verkaufsflächen mit Waren des täglichen Bedarfs belegt, davon etwa 85 % mit Nahrungs- und Genussmitteln.

Nonfood II-Sortimente – meist Artikel, die im Rahmen von Aktionswaren angeboten werden, also nicht dauerhaft im Sortiment sind – nehmen bei EDEKA-Märkten nur einen sehr kleinen Teil der

¹ Früher Verbrauchermärkte genannt.

² Definition gemäß EHI Retail Institute: handelsdaten aktuell 2017, Köln 2017, S. 365.

Verkaufsflächen ein (unter 5 % der Gesamtverkaufsfläche). Dies heißt, dass der Markt schon wegen seiner Sortimentsstruktur wesentlich für die Nahversorgung ist.

In Haßloch ist der **EDEKA-Markt Stiegler** in der Straße Am Zwerchgraben im Versorgungsbereich „Herrenweg“ seit dem Jahr 2011 in seiner bisherigen Größe von ca. 1.590 m² VK (einschließlich Backshop K&U) ansässig. Er verfügt dort über 156 Stellplätze. Der EDEKA-Supermarkt agiert nach Angaben seines Betreibers sehr erfolgreich und konnte – trotz der Neueröffnung eines REWE-Supermarkts und Modernisierungen von anderen Lebensmittelmärkten in Haßloch – seine Kundenakzeptanz steigern. Hierzu trägt auch die Standortagglomeration mit Penny und dm, dem einzigen Drogeriemarkt in Haßloch, bei. Um seine Marktposition zu erhalten und seinen Kunden auch weiterhin einen Einkauf in ansprechenden und zeitgemäßen Räumen zu ermöglichen, soll der EDEKA-Markt nun modernisiert und vergrößert werden.

Vorgesehen ist eine **Erweiterung** um rund 330 m² VK auf künftig ca. 1.920 m² VK. Für den K&U-Backshop im Vorkassenbereich sind keine Änderungen geplant.

Die Erweiterungsfläche soll vornehmlich der Vergrößerung des Getränkesortiments im EDEKA-Markt dienen, außerdem zur Schaffung von breiteren Gängen und Ruhebereichen (zur Erhöhung des Kundenkomforts). Bei den Lebensmittelsortimenten i. e. S. und den Nonfood-Artikeln sind keine wesentlichen Angebotsausweitungen geplant. Das Angebotskonzept des EDEKA-Marktes wird somit auch nach seiner Erweiterung dem eines Supermarkts entsprechen. Von einem Betriebstyp „Großer Supermarkt“ (Verbrauchermarkt mit erheblich größerem Sortiment, v. a. auch im Nonfood-Bereich) ist nicht auszugehen.

Die Erweiterung soll durch einen Anbau auf der nördlichen Gebäudeseite auf dem Grundstück des EDEKA-Marktes erfolgen (vgl. Karte 1). Der Erwerb eines zusätzlichen Grundstückes ist für das Vorhaben nicht notwendig, landwirtschaftlich genutzte Flächen werden nicht verbraucht. Die vorhandenen Stellplätze bleiben unverändert bestehen und sind für das bestehende und das zu erwartende Kundenaufkommen ausreichend. Bei der Anlieferzone wird es keine Veränderungen geben. Auch die Grundstückserschließung bzw. -zufahrt bleibt unverändert.

Foto 1: EDEKA-Supermarkt Stiegler und dm-Drogeriemarkt

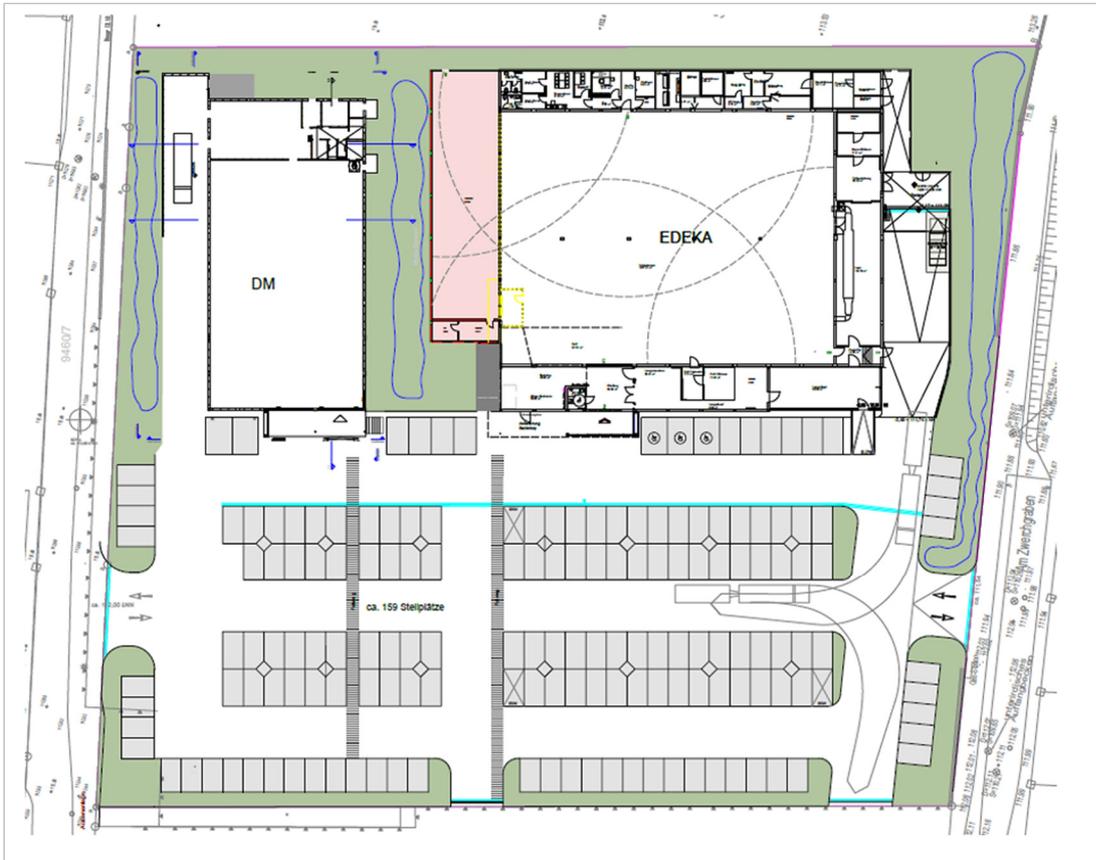


Foto: GMA, Januar 2018

Foto 2: Gemeinsamer Parkplatz, eingebettet in Wohngebiet



Karte 1: Erweiterungplanung des Supermarkts EDEKA Stiegler in Haßloch, Am Zwerchgraben 3 – 5



Quelle: Edeka Handelsgesellschaft Südwest mbH, Offenburg, Stand 12.01.2018



Die benachbarten Märkte von Penny und dm bleiben unverändert. Sie werden i. S. einer Gesamtbetrachtung im Folgenden aber ebenfalls bewertet.

II. Standortbeschreibung und Standortbewertung

1. Makrostandort Haßloch

Die Gemeinde Haßloch (aktuell rund 20.300 Einwohner³) liegt am südöstlichen Rand des Landkreises Bad Dürkheim in der oberrheinischen Tiefebene. Die Gemeinde grenzt im Westen und Süden an das Stadtgebiet von Neustadt an der Weinstraße (Stadtteile Lachen-Speyerdorf, Geinsheim), im Norden an die Gemeinde Meckenheim (LK Bad Dürkheim) und im Osten an die Gemeinden Böhl-Iggelheim und Hanhofen (beide Rhein-Pfalz-Kreis). Neustadt an der Weinstraße befindet sich ca. 10 km entfernt, Speyer ca. 20 km und Ludwigshafen am Rhein rund 25 km (jeweils Entfernung zum Stadtzentrum).

In der Landes- und Regionalplanung ist Haßloch als **Mittelzentrum** in der verdichteten Randzone der Metropolregion Rhein-Neckar ausgewiesen, gemeinsam mit Neustadt an der Weinstraße (vgl. Karte 2). Der zugeordnete Mittelbereich umfasst neben Haßloch und Neustadt noch die Verbandsgemeinden Deidesheim und Lambrecht (Pfalz).

Haßloch verfügt über eine sehr gute **verkehrliche Erreichbarkeit**, bedingt durch die Autobahnananschlussstelle Haßloch an die A 65 (Ludwigshafen – Wörth), die Bundesstraße B 39 (Neustadt – Speyer) sowie die Landesstraßen L 529 (Verbindung zwischen der A 65 und der B 39), L 530 (Mutterstadt – Haßloch – Freisbach) und L 532 (Neustadt – Haßloch – Böhl-Iggelheim). Im ÖPNV ist die Gemeinde Haßloch (Pfalz) an das S-Bahn-Netz Rhein-Neckar angeschlossen.

Als **Wirtschaftsstandort** bietet Haßloch derzeit rund 3.870 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten Arbeit. Größte Arbeitgeber sind die metallverarbeitende Industrie sowie der Freizeitpark Holiday Park. Gleichzeitig weist die Gemeinde einen deutlich negativen Pendlersaldo auf (ca. 6.530 Auspendler, ca. 2.190 Einpendler)⁴. Als anerkannter Fremdenverkehrsort in der Tourismusregion Pfalz verzeichnete Haßloch im Jahr 2016 knapp 33.600 Übernachtungen und mehr als 11.700 Übernachtungsgäste⁵.

Der **Einzelhandelsstandort** Haßloch befindet sich wegen der Nähe zu den Mittelzentren Neustadt an der Weinstraße, Bad Dürkheim, Speyer und Mutterstadt in einer intensiven Wettbewerbsauseinandersetzung. Insgesamt erzielte der Haßlocher Einzelhandel im Jahr 2016 knapp 104 Mio. € Umsatz. Die Einzelhandelszentralität wird aktuell mit einem Koeffizienten von 87,5⁶ angegeben, was auf deutliche Kaufkraftabflüsse hinweist. Ebenso wie in den Nachbarkommunen liegt das Kaufkraftniveau in der Gemeinde Haßloch etwas über dem Bundesdurchschnitt (vgl. Tabelle 2)⁷.

³ Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Stand 31.12.2015; ca.-Werte gerundet.

⁴ Alle Angaben: Bundesagentur für Arbeit, Stand 30.06.2017.

⁵ Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Stand 2016.

⁶ Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg und CIMA Beratung + Management GmbH / BBE Handelsberatung GmbH, München, 2016.

⁷ Haßloch: 101,5; Bundesdurchschnitt: 100,0. Quelle: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg, 2016.

Mit einem **Bevölkerungsaufkommen** von rund 20.300 EW ist Haßloch die einwohnerstärkste Kommune im Landkreis Bad Dürkheim, noch vor der Kreisstadt (ca. 18.500 EW). In den letzten 10 Jahren gibt das Bevölkerungsaufkommen der Gemeinde um etwa 2,3 % zurück; damit liegt Haßloch etwa im Landkreisdurchschnitt (vgl. Tabelle 2).

Tabelle 2: Einwohnerzahlen, Kaufkraftkoeffizienten und Zentralitäten in Haßloch und Umland

Gemeinde / Stadt / Landkreis	Einwohner 2015	Einwohnerveränderung 2005 – 2015 in %	Kaufkraftkoeffizient 2016	Einzelhandelszentralität 2016
Haßloch	20.254	- 2,3	101,5	87,5
Böhl-Iggelheim	10.223	- 4,2	106,2	41,6
Hanhofen	2.561	+ 8,9	100,1	k. A.
Meckenheim	3.430	+ 2,3	107,4	k. A.
Neustadt an der Weinstraße	52.999	- 1,2	104,9	126,4
LK Bad Dürkheim	132.203	- 2,2	106,2	75,1

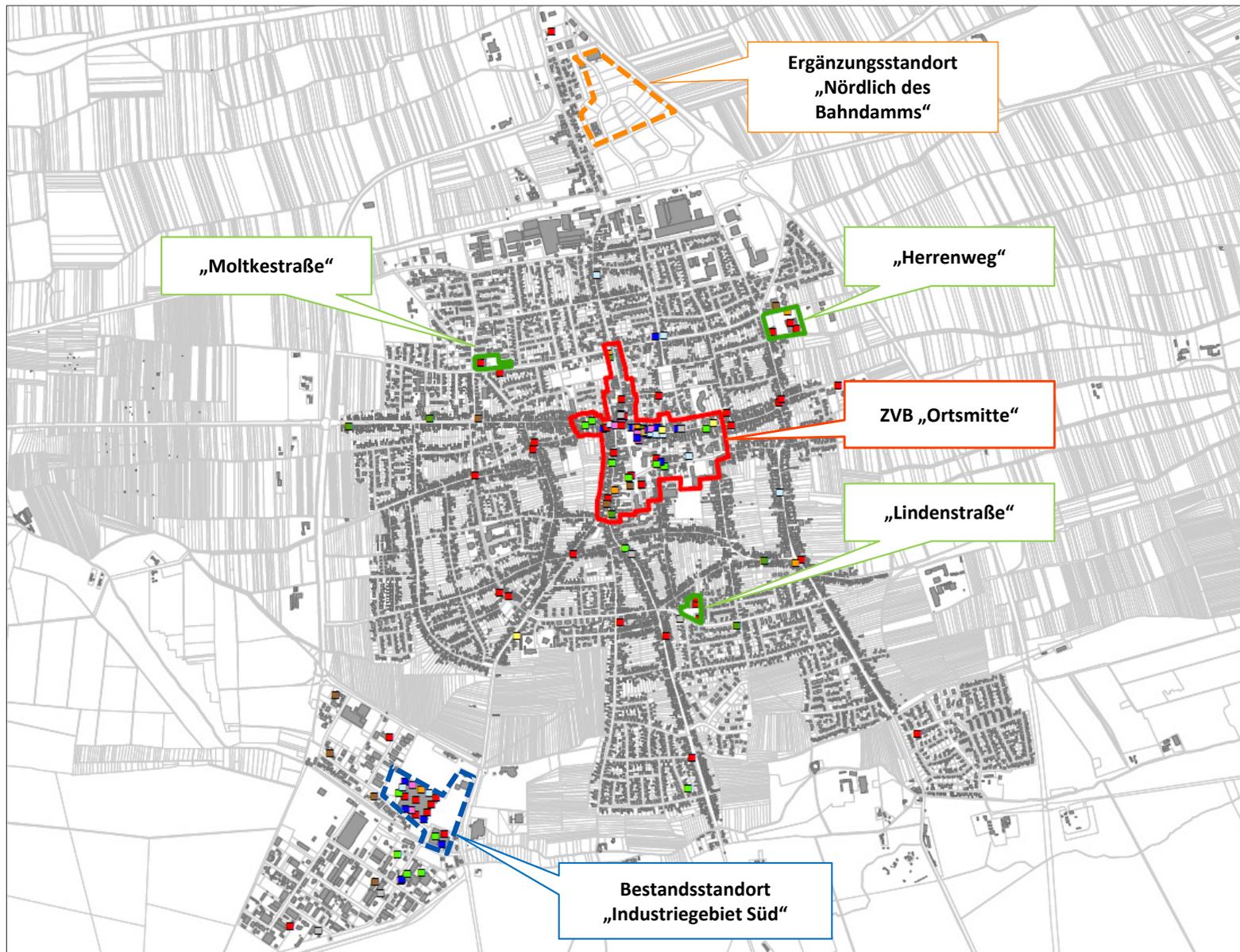
Quelle: Einwohner: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Stand 31.12.2001, nur Einwohner mit Hauptwohnsitz; GMA-Berechnungen (ca.-Werte, gerundet)
 Kaufkraftkoeffizienten, Zentralität: Michael Bauer Research GmbH, Nürnberg und CIMA Beratung + Management GmbH / BBE Handelsberatung GmbH, München, 2016

Das **Siedlungsgebiet** ist sehr kompakt und ohne Ortsteile. Das Siedlungsgebiet wird ringförmig von Umgehungsstraßen umrahmt, die den Ortskern und die Wohngebiete vom Durchgangsverkehr entlasten. Nur im Süden führt die Achse Lachener Weg – Rotkreuzstraße – Lindenstraße durch das Siedlungsgebiet; sie teilt damit das Gewerbegebiet Süd und die südlichen Wohngebiete vom Hauptteil des Siedlungsgebiets ab. Diese Hauptverkehrsachsen stellen auch die Anbindung an die A 65 und die auf Haßloch zulaufenden Landstraßen her. Innerhalb der Ortsmitte und in vielen Wohngebieten sind verkehrsberuhigte Zonen eingerichtet.

Die Gemeinde Haßloch verfügt seit dem Jahr 2010 über ein **kommunales Einzelhandelskonzept**, welches im Jahr 2015 aktualisiert und fortgeschrieben wurde. Die Einzelhandelsstruktur von Haßloch besteht demnach aus folgenden Schwerpunkten (vgl. auch Karte 2):

- 
 Der **zentrale Versorgungsbereich der Ortsmitte** erstreckt sich entlang der Langgasse (zwischen Kühngasse und Taubengasse), der Bahnhofstraße (bis zum Friedhof) sowie der Kirchgasse (bis etwa Schießmauer). Haupteinkaufsstraße ist die Langgasse, in den Randbereichen der Hauptgeschäftslagen nimmt die Angebotsdichte hingegen schnell ab. Der Einzelhandelsbesatz besteht hauptsächlich aus kleinflächigen Anbietern der kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereiche, beinhaltet aber auch einen modernen Lidl-Lebensmitteldiscounter und einen RWZ-Raiffeisenmarkt. Der Einzelhandel wird durch Dienstleister, Betriebe des Gastgewerbes, Kreditinstitute sowie öffentliche und kulturelle Einrichtungen wirksam ergänzt. Im zentralen Versorgungsbereich sind nur wenig Leerstände zu beobachten. Bedingt durch den breiten Angebotsmix aus Einzelhandels- und Komplementärbetrieben sowie die zentrale Bushaltestelle der Gemeinde besteht eine relativ gute Frequenz.

Karte 2: Standortkonzept der Einzelhandelssteuerung in der Gemeinde Haßloch



Legende

- Zentraler Versorgungsbereich
- Versorgungsbereich (Lebensmittel)-Nahversorgung
- Ergänzungsstandort

Quelle:
GMA: Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Gemeinde Haßloch (Pfalz), Ludwigsburg, Mai 2015, S. 68

- /// Größere Lebensmittelmärkte befinden sich am Herrenweg, an der Moltkestraße und an der Lindenstraße; dementsprechend sind diese Standorte im Einzelhandelskonzept 2015 als **Nahversorgungsbereiche** ausgewiesen. Gemeinsam mit dem Lidl-Markt in der Ortsmitte decken diese drei Standorte praktisch das gesamte Ortsgebiet ab (Herrenweg: Nordosten / Osten, Lindenstraße: Süden, Moltkestraße: Westen). Damit ist es in den vergangenen Jahren gelungen, eine flächendeckende Nahversorgung aufzubauen.
- /// Im **Industriegebiet Süd** befindet sich an der Hans-Böckler-Straße eine Fachmarkttagglomeration, bestehend aus dem Magnetbetrieb real SB-Warenhaus und angelagerten Fachmärkten für Textilien, Schuhe, Bettwaren und Haushaltswaren / Sonderposten. Etwas abgesetzt ist außerdem noch ein Getränkefachmarkt etabliert. Dieser autokundenorientierte Standort ist v. a. von Süden her gut erreichbar und strahlt deshalb auch über das Gemeindegebiet von Haßloch hinaus. Im Einzelhandelskonzept ist er als Bestandsstandort ausgewiesen.

In den übrigen Ortsbereichen sind nur punktuell Einzelhandelsanbieter etabliert, zumeist Anbieter des Lebensmittelhandwerks. Im Gewerbegebiet Nord ist mit Ausnahme einer Tankstelle bisher kein Einzelhandel vorhanden; allerdings ist hier ein Bau- und Heimwerkermarkt geplant.

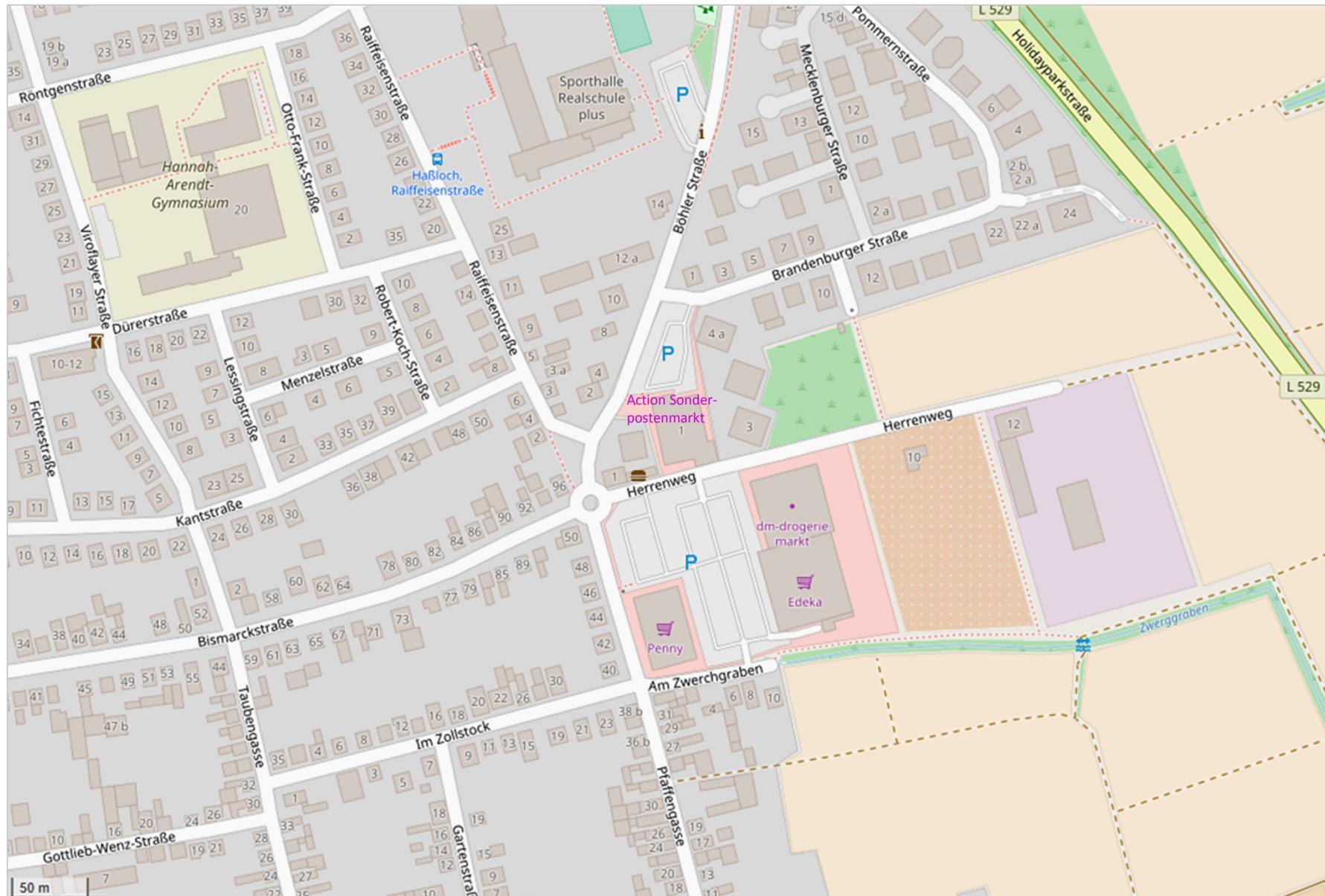
2. Mikrostandort des EDEKA-Markts

Der zur Erweiterung vorgesehene EDEKA-Supermarkt liegt im nordöstlichen Teil des Haßlocher Siedlungsgebiet, zwischen der Straße Am Zwerchgraben, der Pfaffengasse und dem Herrenweg. In die Ortsmitte von Haßloch sind es ca. 900 m. Die fußläufige Entfernung zu den nächstgelegenen Bushaltestellen (Hannah-Ahrendt-Gymnasium, Realschule / Raiffeisenstraße, Pfaffengasse) beträgt rund 400 m, zum Bahnhof (Südseite) sind es ca. 1,4 km.

Der EDEKA-Markt befindet sich auf einem gemeinsamen Areal mit einem Penny-Lebensmitteldiscounter und einem dm-Drogeriefachmarkt. Der Supermarkt liegt im südöstlichen Teil des Vorhabengrundstücks, wo ihm und dem dm-Drogeriefachmarkt derzeit 146 Stellplätze zugeordnet sind. Der Penny-Lebensmitteldiscounter verfügt über weitere ca. 70 Stellplätze. Die gemeinsame Zufahrt zu den Märkten erfolgt vom Herrenweg oder von der Straße Am Zwerchgraben her. Beide Straßen sind Sackgassen, die östlich des Vorhabenareals in Feldwege übergehen.

Im Norden grenzen ein Imbiss und die Rückseite eines Sonderpostenmarkts an das Areal an. Nördlich, westlich und südlich des Standortareals befinden sich Wohnhäuser. Etwa 400 m nördlich liegen zwei größere Schulen (Gymnasium, Realschule plus). Insgesamt weist die Standortlage einen Wohngebietscharakter auf. Aufgrund der weitgehend ebenen Topografie ist der Markt aus den umliegenden Wohngebieten zu Fuß und mit dem Fahrrad sehr gut erreichbar.

Karte 3: Standortumfeld des EDEKA-Marktes in Haßloch



Kartengrundlage:
www.openstreetmap.org

Am nordwestlichen Rand des Plangrundstücks befindet sich ein kleiner Kreisverkehr, in den der Herrenweg, die Bismarckstraße, Böhler Straße, Pfaffengasse und Raiffeisenstraße einmünden. Alle zuführenden Straßen sind Ortsstraßen (Tempo-30-Zone), die nicht für den überörtlichen Verkehr ausgewiesen sind. Die Böhler Straße führt nach ca. 600 m zur L 529 (Holiday-Park-Straße), die als östliche Ortsumgehung für die Gemeinde Haßloch fungiert. Die Zufahrt zum Standortbereich Herrenweg ist jedoch nicht beschildert, sodass der Standort für Ortsfremde nicht ohne Weiteres auffindbar ist. Da der Vorhabenstandort nicht an einer Hauptverkehrsachse liegt, ist er nur für Kunden aus dem nordöstlichen Gemeindegebiet gut erreichbar.

In städtebaulicher Hinsicht liegt ein siedlungsstrukturell integrierter Standort vor, da er sich am Rande eines Wohngebiets befindet. Mit dem EDEKA-Supermarkt, dem Penny-Discounter und dem dm-Drogeriemarkt übernimmt der Vorhabenstandort insbesondere für die nordöstlichen Wohngebiete von Haßloch Nahversorgungsfunktionen, wo ansonsten keine weiteren Lebensmittelmärkte vorhanden sind. Dementsprechend ist der Vorhabenstandort im Einzelhandelskonzept Haßloch 2015 als „Versorgungsbereich Nahversorgung“ ausgewiesen.

3. Fazit der Standortbewertung

Die wesentlichen Eigenschaften des Planstandorts, welche die Grundlage für die Einschätzung der Marktbedeutung bilden, sind wie folgt zusammenzufassen:

- /// Lage in einem Mittelzentrum
- /// grundsätzlich gute Grundstückseigenschaften (ebene Topografie, ausreichende Flächengröße, ausreichende Anfahrbarkeit)
- /// eingeführter Versorgungsstandort, Einkaufsschwerpunkt der Gemeinde
- /// Agglomerationseffekte durch weitere Einzelhandelsbetriebe am Standort
- /// städtebaulich integrierter Standort mit Wohngebietsbezug
- /// im Einzelhandelskonzept der Gemeinde Haßloch als „Versorgungsbereich Nahversorgung Herrenweg“ ausgewiesen (Nahversorgungsfunktionen insbesondere für den Nordosten und Osten von Haßloch)
- /// ÖPNV-Anbindung durch Bushaltestellen (Ortsverkehr) in fußläufiger Nähe
- /// geringe überörtliche Ausstrahlung, bedingt durch die Lage abseits von innerörtlichen und überörtlichen Hauptverkehrsachsen
- /// intensive Wettbewerbssituation durch zahlreiche leistungsstarke Lebensmittelmärkte in Haßloch und umliegenden Kommunen (vgl. hierzu Kapitel III).

III. Projektrelevante Angebots- und Wettbewerbssituation

1. Angebots- und Wettbewerbssituation in Haßloch

Als ausgewiesenes Mittelzentrum und Großgemeinde mit mehr als 20.000 Einwohnern verfügt Haßloch über diverse Anbieter von Nahrungs- und Genussmitteln. Die örtliche Angebotsituation wird außer von EDEKA noch von folgenden **großflächigen Lebensmittelmärkten** geprägt:

SB-Warenhaus:

real,-, Hans-Böckler-Straße, ca. 8.200 m² VK (inkl. Getränkemarkt und Backshop), Bestandsstandort Industriegebiet Süd, Einkaufszentrum mit weiteren Fachmärkten und Ärztehaus, dezentrale Lage

Supermärkte:

REWE, Lindenstraße, ca. 1.500 m² VK (inkl. Backshop); Versorgungsbereich Lebensmittel-Nahversorgung Lindenstraße, integrierte Lage

Discounter:

- **Lidl**, Schillerstraße, ca. 1.200 m² VK; zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte
- **Aldi**, Moltkestraße, ca. 1.200 m² VK; Versorgungsbereich Lebensmittel-Nahversorgung Moltkestraße (Standortagglomeration mit Bäckerei, Metzgerei, Obsthandel, Tabakshop), integrierte Lage
- **Penny**, Herrenweg, ca. 800 m² VK; Versorgungsbereich Nahversorgung Herrenweg (Standortagglomeration mit EDEKA und dm), integrierte Lage.

Tabelle 3 und Karte 4 bieten einen Überblick über die wesentlichen Wettbewerber für das Vorhaben (Lebensmittelmärkte ab ca. 400 m² VK). Weitere Nahrungs- und Genussmittelanbieter mit mehr als 150 m² VK in Haßloch sind der Getränkemarkt Alldrink und der italienische Lebensmittelmarkt Tavaglione im Industriegebiet Süd sowie ein Anbieter von Obst und Gemüse sowie türkischen Lebensmitteln in der Ortsmitte (Firat Feinkost). Außerdem gibt es diverse Bäckereien, Metzgereien und Tabakanbietern, mehrere Obst- und Gemüseanbieter (z. T. als Hofläden), ein Reformhaus, ein Fachgeschäft für Kaffee und Tee, einen Fischanbieter, ein Käsegeschäft sowie zwei Tankstellen. Die zweite Lidl-Filiale am Ort (Hans-Böckler-Straße) wurde kürzlich geschlossen.

Insgesamt summiert sich der aktuelle **Gesamtbestand** bei Nahrungs- und Genussmittelanbietern in der Gemeinde Haßloch auf ca. 16.690 m² VK (inkl. EDEKA in seiner jetzigen Größe). Davon entfallen ca. 87 % auf die Lebensmittelmärkte (inkl. EDEKA und Tavaglione, ohne Firat). Etwa 10 % davon befindet sich im zentralen Versorgungsbereich, weitere 31 % sind den Versorgungsbereichen (Lebensmittel-)Nahversorgung zuzurechnen.

Der mit Nahrungs- und Genussmitteln aktuell in Haßloch erzielte Umsatz⁸ beläuft sich nach GMA-Einschätzung auf insgesamt ca. 60,4 Mio. € (einschließlich Umsatz von EDEKA in seiner jetzigen Größe). Davon entfallen etwa 8,6 Mio. € auf Anbieter im zentralen Versorgungsbereich, weitere Mio. 23,8 € auf die Versorgungsbereiche (Lebensmittel-)Nahversorgung (davon auf den EDEKA-Markt ca. 6,3 Mio. €).

2. Angebots- und Wettbewerbssituation in angrenzenden Städten und Gemeinden

Tabelle 3 und Karte 4 stellen die wesentlichen Wettbewerber im Untersuchungsraum zusammen. Hieraus geht hervor, dass alle an Haßloch angrenzenden Städte und Gemeinden – mit Ausnahme von Motten – in ihren zentralen Ortsteilen über großflächige Lebensmittelmärkte verfügen. In den Ortsteilen kommen teilweise noch kleinere Nahversorger hinzu.

Im Einzelnen stellen sich die umliegenden Angebots- und Wettbewerbsstrukturen wie folgt dar:

Im **Grundzentrum Böhl-Iggelheim** (Fahrstrecke von Haßloch ca. 7 km) sind als strukturprägende Anbieter ein Supermarkt (Wasgau) mit benachbartem Discounter (Lidl) im Norden des Ortsteils Iggelheim sowie ein Discounter (Penny) im Süden des Ortsteils Böhl vorhanden. Bei diesen Leitbetrieben der Grundversorgung handelt es sich um moderne, leistungsstarke Filialisten. Alle drei Lebensmittelmärkte liegen in städtebaulichen Randlagen. Außerdem sind in der Gemeinde Betriebe des Lebensmittelhandwerks, eine Tankstelle sowie Direktvermarkter von Obst, Gemüse und Kräutern zu nennen, die sich auf verschiedene Einzelstandorte im Gemeindegebiet verteilen. Ein zentraler Versorgungsbereich i. S. des BauGB konnte für die Gemeinde Böhl-Iggelheim bei der Ortsbegehung nicht identifiziert werden⁹.

Derzeit ist ein weiterer Lebensmittelmarkt (Netto) in Planung, der als Nahversorger für den nördlichen Teil von Böhl fungieren soll.

Insgesamt umfasst das Nahrungs- und Genussmittelangebot in Böhl-Iggelheim aktuell rund 3.100 m² VK (ohne Netto). Nach GMA-Schätzungen beläuft sich der aktuell mit Nahrungs- und Genussmitteln erzielte Umsatz auf ca. 15,4 Mio. €¹⁰. Davon entfallen etwa 2.810 m² VK und ca. 12,9 Mio. € auf die drei bestehenden Lebensmittelmärkte.

⁸ Bereinigter Umsatz, d. h. ohne Nonfood-Randsortimente der Lebensmittelmärkte). Die mit dem Bestand verbundenen Umsätze wurden zumeist durch qualitative Schätzung ermittelt, bei der für jeden Einzelbetrieb individuelle Umsatzleistungen errechnet wurden, unter Berücksichtigung der Dimensionierung, der verkehrlichen Erreichbarkeit, Standort- und Wettbewerbsbedingungen sowie der branchen- und betriebsüblichen Flächenproduktivität des jeweiligen Betriebs.

⁹ Das Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Böhl-Iggelheim (2011) gibt insgesamt sechs „zentrale Versorgungsbereiche“ an (Böhl: Hauptstraße (zwischen Kirchenstraße und Lessingstraße), Umfeld des Dorfplatzes, Bahnhofsumfeld; Iggelheim: Eisenbahnstraße (Bereich Oberkreuzstraße bis Kreuzungsbereich Haßlocher Straße/Lützelstraße), Haßlocher Straße (Bereich Rottstraße bis Kreuzungsbereich Eisenbahnstraße / Buschgasse), Buschgasse (vom Kreuzungsbereich Haßlocher Straße/Lützelstraße bis Rehbachstraße), welche „räumliche Schwerpunkte des Versorgungsangebots mit Waren und dazugehörigen Dienstleistungen“ darstellen sollen. Allerdings liegen hier jeweils nur sehr geringe Angebotskonzentrationen vor, sodass die Versorgungswirkung dieser Standorte nicht über ihr jeweiliges Nahumfeld hinausreicht.

¹⁰ Bereinigter Umsatz, ohne Umsatzanteile mit Nonfood-Sortimenten.

- Die ca. 6 km entfernte Gemeinde **Meckenheim** (ohne zentralörtliche Ausweisung) verfügt über einen Netto-Discountmarkt am östlichen Ortsrand, außerdem über eine Bäckereifiliale, eine Metzgerei und Direktvermarkter von Wein, Gemüse und Obst. Ein zentraler Versorgungsbereich i. S. des BauGB konnte für die Gemeinde Meckenheim bei der Ortsbegehung nicht identifiziert werden.

Insgesamt wurde im Gemeindegebiet von Meckenheim bei Nahrungs- und Genussmittelanbietern ein Angebotsbestand von rund 1.000 m² VK erfasst. Die Umsatzleistung mit Nahrungs- und Genussmitteln beträgt nach GMA-Schätzung ca. 4,2 Mio. €¹¹.

- In der Gemeinde **Hanhofen** (ohne zentralörtliche Ausweisung), von Haßloch ca. 13 km entfernt, sind kaum Einzelhandelsbetriebe vorhanden. Größter Anbieter ist ein Aldi-Discounter im Gewerbegebiet an der östlichen Hauptstraße. Dieser ist ganz überwiegend auf die Versorgung der eigenen Bevölkerung ausgerichtet und weist daher keine Überschneidungen mit dem Haßlocher EDEKA-Markt auf.

- Das Mittelzentrum **Neustadt an der Weinstraße** verfügt mit einem SB-Warenhaus, 4 Supermärkten, 8 Lebensmitteldiscountern, einem russischen Lebensmittelmarkt sowie ergänzenden Getränkefachmärkten, Spezialgeschäften, Bäckereien, Metzgereien, Hofläden und Tankstellen über die umfangreichste Ausstattung an Nahrungs- und Genussmitteln im Untersuchungsraum.

Angebotsprägende Standorte im Kernstadtgebiet sind das Weinstraßenzentrum im Gewerbegebiet Adolf-Kolping-Straße (u. a. mit dem Globus-SB-Warenhaus, dem zweitgrößten Lebensmittelanbieter in der Vorderpfalz), der zentralen Versorgungsbereich Innenstadt (u. a. mit einem modernen Lidl-Discounter am südlichen Innenstadtrand) und der Nahversorgungsstandort Martin-Luther-Straße (REWE-Supermarkt, Aldi- und Lidl-Discounter). Einzelne Lebensmittelmärkte befinden sich zudem im Osten (EDEKA, Aldi, Penny) und Norden der Kernstadt (Norma, Mix Markt).

In den Stadtteilen Lachen-Speyerdorf, Geinsheim, Mußbach und Hambach gibt es weitere Lebensmittelmärkte, die dort die Nahversorgung sicherstellen.

Sowohl die Neustädter Kernstadt als auch die Lebensmittelmärkte in den Stadtteilen befinden sich mindestens 8 km entfernt vom Vorhabenstandort in Haßloch. Von größeren Überschneidungen der Einzugsgebiete ist daher nicht auszugehen, zumal ohnehin nur eine geringe Einkaufsorientierung der Neustädter Bevölkerung nach Haßloch gegeben ist. Somit wird das Erweiterungsvorhaben keine wesentlichen Wettbewerbswirkungen auf die Versorgungsstrukturen im Mittelzentrum Neustadt an der Weinstraße bewirken.

¹¹ Bereinigter Umsatz, ohne Umsatzanteile mit Nonfood-Sortimenten.

3. Fazit der Angebots- und Wettbewerbsbetrachtung

Als wesentliche Ausgangsbedingung des Vorhabenstandorts ist zu berücksichtigen, dass der Vorhabenstandort in Haßloch nicht an einer Landes- oder Bundesstraße liegt und somit praktisch keine überörtliche Anziehungskraft entwickelt. Als Hauptwettbewerber sind daher die Lebensmittelmärkte in der Standortkommune Haßloch zu bewerten, hier v. a. REWE, real,-, Aldi und Lidl.

Im Umland wird das Vorhaben hingegen nur eine geringe Wettbewerbswirkung erreichen. So ist, auch wegen der teils erheblichen Distanzen zwischen den einzelnen Ortschaften, die Bevölkerung der Haßlocher Nachbarkommunen beim Lebensmitteleinkauf überwiegend nicht auf Haßloch ausgerichtet (Ausnahme real,-) sondern entweder auf die eigenen Lebensmittelmärkte oder auf andere Einkaufsstandorte im Umland (z. B. Neustadt an der Weinstraße, Speyer, Schifferstadt). Vor allem das Mittelzentrum Neustadt an der Weinstraße ist mit seinen Lebensmittel- und Fachmärkten im Osten des Stadtgebiets deutlich besser ausgestattet als Haßloch und entfaltet daher eine weitreichende Attraktivität. Bei der Bewertung der regionalen Wettbewerbssituation ist zudem die verkehrliche Erreichbarkeit der Konkurrenzstandorte zu berücksichtigen. Diese befinden sich überwiegend an den Ortsrändern, zumeist an Bundes-, Landes- oder Kreisstraßen.

Das Vorhaben, abseits von überörtlichen Verkehrsachsen, wird es daher auch in seiner erweiterten Dimensionierung kein über den nordöstlichen Teil von Haßloch hinausragendes Einzugsgebiet für sich zu erschließen.

Dies wird auch von den Ergebnissen der internen Kundendatenerhebungen von EDEKA unterstrichen. Demnach kommen 91,4 % der Kunden aus Haßloch selbst, aber nur ca. 2,8 % aus Böhl-
Iggelheim, 2,5 % der Kunden aus Meckenheim und 3,3 % aus anderen Orten (inkl. nicht zuordnungs-fähigen Streuumsätzen).

Tabelle 3: Wesentliche Wettbewerber für den EDEKA-Markt in Haßloch und Nachbargemeinden (Lebensmittelmärkte ab ca. 400 m² VK)

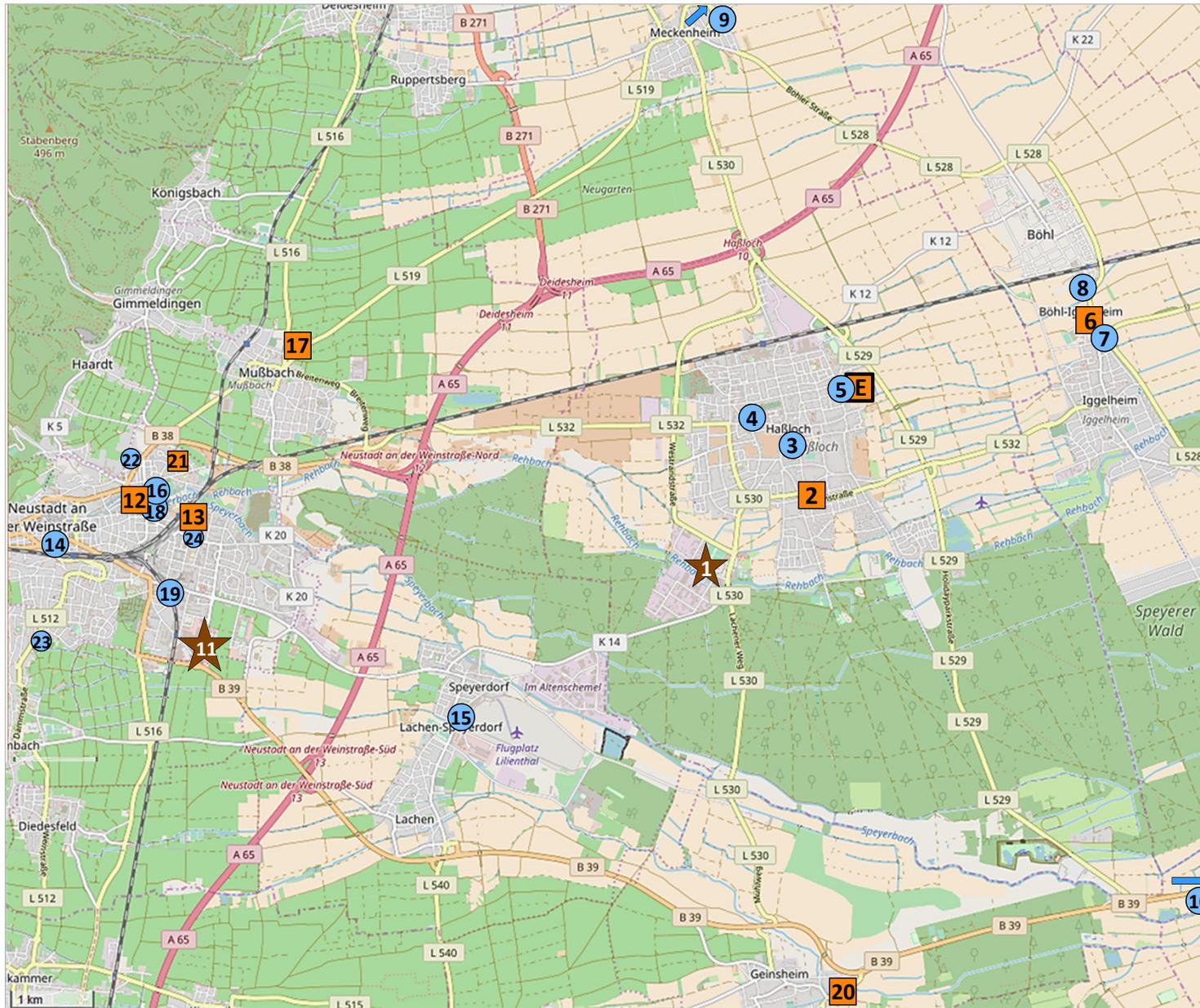
Nr.	Ort / Ortsteil	Name / Betriebstyp	VK-Größenklasse	Adresse	Lage	Entfernung zum Vorhaben**
1	Haßloch	real-SB-Warenhaus	> 5.000 m ²	Hans-Böckler-Straße	dezentral	4 km
2	Haßloch	REWE-Supermarkt	1.500 – 1.999 m ²	Lindenstraße	Nahversorgungsstandort*	2 km
3	Haßloch	Aldi-Discounter	800 – 1.499 m ²	Moltkestraße	Nahversorgungsstandort*	1 – 2 km
4	Haßloch	Lidl-Discounter	800 – 1.499 m ²	Schillerstraße	Zentr. Versorgungsbereich*	1 – 2 km
5	Haßloch	Penny-Discounter	800 – 1.499 m ²	Herrenweg	Nahversorgungsstandort*	0 km
6	Böhl-Iggelheim	Wasgau-Supermarkt	1.500 – 1.999 m ²	Am Schwarzweiher	Nahversorgungsstandort*	7 km
7	Böhl-Iggelheim	Lidl-Discounter	800 – 1.499 m ²	Am Schwarzweiher	Nahversorgungsstandort*	7 km
8	Böhl-Iggelheim	Penny-Discounter	400 – 799 m ²	Im Stiegelsteig	Nahversorgungsstandort*	7 km
9	Meckenheim	Netto-Discounter	800 – 1.499 m ²	Hauptstraße	dezentral	6 km
10	Hanhofen	Aldi-Discounter	800 – 1.499 m ²	An der Gewerbewiese	dezentral	13 km
11	Neustadt a. d. Weinstraße	Globus-SB-Warenhaus	> 5.000 m ²	Adolf-Kolping-Straße	dezentral (EKZ Weinstraßenz.)	10 km
12	Neustadt a. d. Weinstraße	REWE-Supermarkt	800 – 1.499 m ²	Martin-Luther-Straße	Nahversorgungsstandort*	10 km
13	Neustadt a. d. Weinstraße	EDEKA-Supermarkt	800 – 1.499 m ²	Am Speyerbach	dezentral	9 km
14	Neustadt a. d. Weinstraße	Lidl-Discounter	800 – 1.499 m ²	Talstraße	Zentr. Versorgungsbereich	11 km
15	Neustadt-Lachen-Speyerdorf	Lidl-Discounter	800 – 1.499 m ²	Haßlocher Straße	Nahversorgungsstandort*	9 km
16	Neustadt a. d. Weinstraße	Lidl-Discounter	800 – 1.499 m ²	Martin-Luther-Straße	Nahversorgungsstandort*	10 km
17	Neustadt-Mußbach	REWE-Supermarkt	800 – 1.499 m ²	Meckenheimer Straße	Nahversorgungsstandort*	9 km
18	Neustadt a. d. Weinstraße	Aldi-Discounter	800 – 1.499 m ²	Martin-Luther-Straße	Nahversorgungsstandort*	10 km
19	Neustadt a. d. Weinstraße	Aldi-Discounter	800 – 1.499 m ²	Speyerdorfer Straße	dezentral	10 km
20	Neustadt-Geinsheim	Wasgau-Supermarkt	800 – 1.499 m ²	Gäustraße	Nahversorgungsstandort*	9 km
21	Neustadt a. d. Weinstraße	Mix Markt (russ. LM-Markt)	400 – 799 m ²	Bayernplatz	Integrierte Streulage	10 km
22	Neustadt a. d. Weinstraße	Norma-Discounter	400 – 799 m ²	Gimmeldinger Straße	Integrierte Streulage	9 km
23	Neustadt-Hambach	Treff 3000-Discounter	400 – 799 m ²	Weinstraße	Integrierte Streulage	12 km
24	Neustadt a. d. Weinstraße	Penny-Discounter	400 – 799 m ²	Branchweilerhofstraße	Integrierte Streulage	9 km

* Ausweisung gemäß kommunalem Einzelhandelskonzept.

** kürzeste Entfernung mit dem Pkw, ermittelt durch googlemaps

Quelle: GMA-Erhebung 2018

Karte 4: Projektrelevante Wettbewerbssituation für den EDEKA-Lebensmittelmarkt in Haßloch (Lebensmittelmärkte ab 500 m² VK in Haßloch und angrenzenden Kommunen)



Legende

E Vorhabenstandort EDEKA

Wettbewerber:

■ Supermärkte

● Discounter

★ SB-Warenhäuser

- 1 Real-, Haßloch
- 2 REWE, Haßloch
- 3 Lidl, Haßloch
- 4 Aldi, Haßloch
- 5 Penny, Haßloch
- 6 Wasgau, Böhl-Iggelheim
- 7 Lidl, Böhl-Iggelheim
- 8 Penny, Böhl-Iggelheim
- 9 Netto, Meckenheim (außerh. Abb.)
- 10 Aldi, Hanhofen (außerh. Abb.)
- 11 Globus, Neustadt a.d.W.
- 12 REWE, NW, Martin-Luther-Str.
- 13 EDEKA, Neustadt a.d.W.
- 14 Lidl, Neustadt, Talstr.
- 15 Lidl, NW-Lachen-Speyerdorf
- 16 Lidl, NW, Martin-Luther-Str.
- 17 REWE, NW-Mußbach
- 18 Aldi, NW, Martin-Luther-Str.
- 19 Aldi, NW, Speyerdorfer Str.
- 20 Wasgau, NW-Geinsheim
- 21 Mix Markt, Neustadt a.d.W.
- 22 Norma, Neustadt a.d.W.
- 23 Treff 3000, NW-Hambach
- 24 Penny, Neustadt a.d.W.

Kartengrundlage:
www.openstreetmap.org;
GMA-Bearbeitung 2018

IV. Einzugsgebiet, Bevölkerung und Kaufkraft

1. Abgrenzung und Zonierung des Einzugsgebiets des Vorhabens

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

Bei der Abgrenzung des Einzugsgebiets des Nahversorgungsstandortes Herrenweg mit künftig ca. 1.920 VK wurden in erster Linie folgende Punkte berücksichtigt:

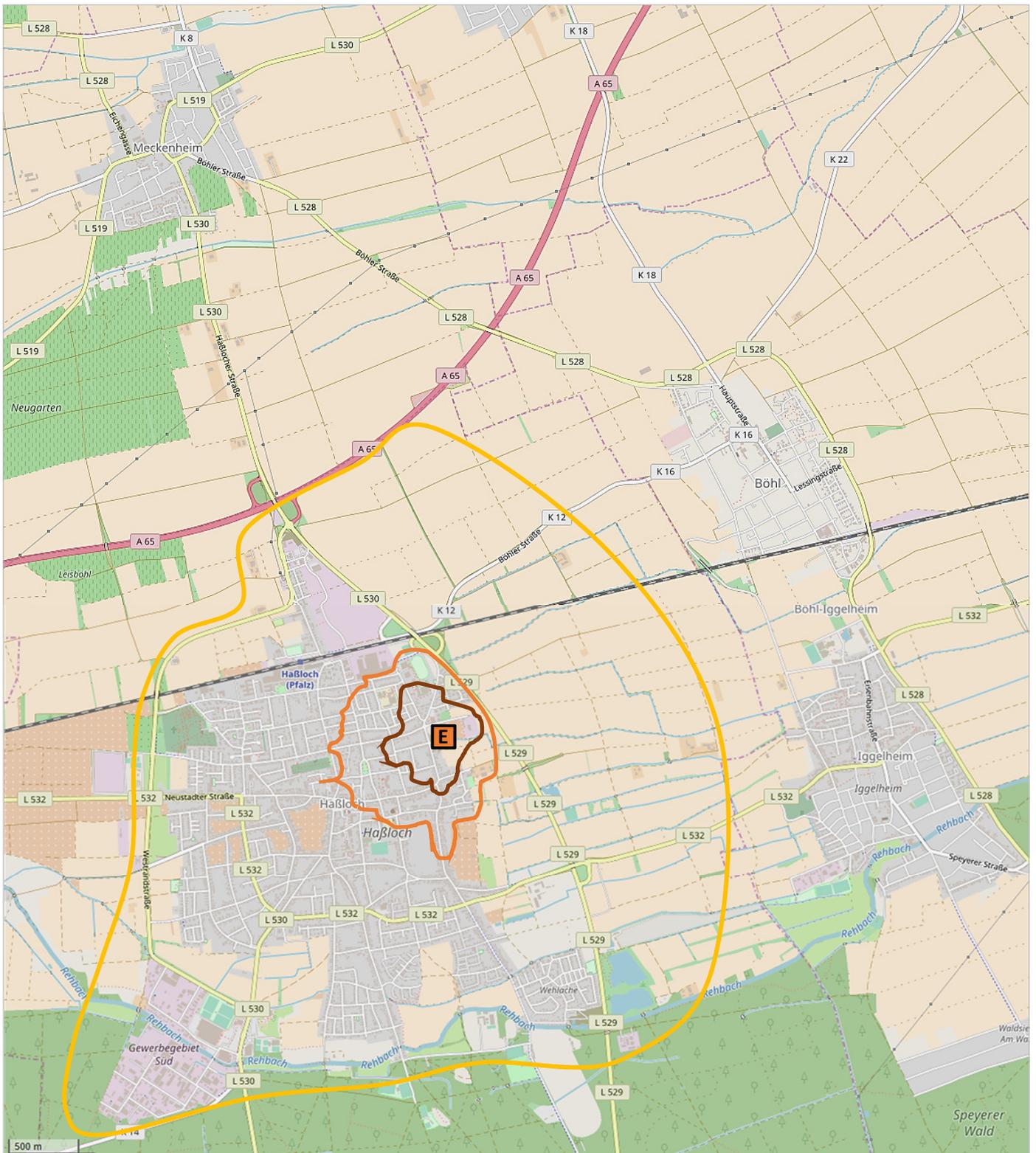
- /// Projektkonzeption (Sortimentsstruktur, Verkaufsflächendimensionierung, Leistungsfähigkeit, Bekanntheit der Betreiber usw.) und daraus zu erwartende Wirkungen auf die Einkaufsorientierung der Bevölkerung (auch in Verbindung mit den beiden benachbarten Betrieben Penny und dm)
- /// Erreichbarkeit des Standorts für potenzielle Kunden, unter Berücksichtigung verkehrlicher, topografischer und siedlungsstruktureller Bedingungen
- /// projektrelevante Wettbewerbssituation im Untersuchungsraum (v. a. Lage und Erreichbarkeit anderer leistungsstarker Lebensmittelmärkte)
- /// Anziehungskraft des Makrostandorts Haßloch (Arbeitsort, Infrastrukturausstattung, verkehrliche Anbindung, Lage der Einzelhandelschwerpunkte usw.)
- /// Zeit- / Distanzwerte des Verbraucherverhaltens (= empirische Erfahrungswerte)¹².

Wie in der Wettbewerbsanalyse dargelegt wurde, beschränkt sich das **Einzugsgebiet des Nahversorgungsstandortes Herrenweg im Kern auf die Gemeinde Haßloch**. So verfügen die angrenzenden Gemeinden selbst über eine ausreichende Nahversorgung oder tendieren vorwiegend zu anderen, besser ausgestatteten Standorten, so dass aus den Umlandkommunen von keinen hohen Kaufkraftzuflüssen an den Planstandort auszugehen ist. Neben den zunehmenden Distanzen und ungünstigen Straßenverbindungen wird das Einzugsgebiet auch durch einen intensiven Wettbewerb im Lebensmittelsegment begrenzt, v. a. an den Standorten Neustadt an der Weinstraße, Speyer, Schifferstadt und Mutterstadt.

In Haßloch ist die Intensität der Kundenbindung, in Abhängigkeit von der Entfernung zum Vorhabenstandort bzw. zu konkurrierenden Lebensmittelmärkten, in drei Zonen einzuordnen (vgl. auch Karte 5):

¹² Die GMA hat in Deutschland bereits viele hundert Verbraucherbefragungen durchgeführt, so dass zum Verbraucherverhalten aussagefähige Erkenntnisse vorliegen.

Karte 5: Einzugsgebiet des erweiterten EDEKA-Lebensmittelmarkts in Haßloch



Legende

Einzugsgebiet:

Zone I (fußläufiger Radius < 500 m)

Zone II (Radius 500 < 1.000 m)

Zone III

Vorhabenstandort EDEKA

- /// Zone I: fußläufige Entfernung von ca. 500 m zum Vorhabenstandort (engerer nordöstlicher Teil von Haßloch)
- /// Zone II: Entfernung zwischen ca. 500 und 1.000 m zum Vorhabenstandort (weiterer nordöstlicher Teil von Haßloch)
- /// Zone III: Entfernung zwischen ca. 1 und 5 km zum Vorhabenstandort (übriges Gemeindegebiet von Haßloch).

Aufgrund der eigenen Lebensmittelmitteleinzelhandelsanbieter sowie der ungünstigen Erreichbarkeit des Vorhabenstandorts sind die Gemeinden Böhl-Iggelheim und Meckenheim nicht mehr als regelmäßiges Einzugsgebiet des Nahversorgungsstandortes Herrenweg zu betrachten. Hier liegen stärkere Orientierungen hin zu anderen Standorten vor (Böhl-Iggelheim: real / REWE, Schifferstadt; Meckenheim: Deidesheim). Dennoch auftretende Umsätze aus Böhl-Iggelheim und Meckenheim werden im weiteren Verlauf der Untersuchung als „Streuumsätze“ berücksichtigt.

Aus Neustadt an der Weinstraße und seinen Stadtteilen sind nur in sehr geringem Maße Kaufkraftzuflüsse zu erwarten, da die Stadt im Norden und Osten mit dem Globus-SB-Warenhaus (Weinstraßenzentrum), REWE (Mußbach), Wasgau (Geinsheim) und EDEKA (Am Speyerbach) über leistungsstarke Supermärkte verfügt. Die Stadt Neustadt und ihre Stadtteile werden daher nicht mehr zum Einzugsgebiet gerechnet.

Weitere Kundenströme von außerhalb des Einzugsgebiets (sogenannte „Streukunden“, z. B. Pendler, Touristen, Zufallskunden, sporadische Einkäufe von Bewohnern umliegender Ortschaften) sind zwar erfahrungsgemäß immer möglich, werden aber aufgrund der Lage des Vorhabenstandorts abseits von überörtlichen Verkehrsadern nur im geringen Umfang der Fall sein.

2. Vorhabenrelevante Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale

In der Gemeinde Haßloch leben derzeit insgesamt 20.250 Einwohner¹³. Davon entfallen ca. 860 Einwohner auf die Zone I (fußläufiger Radius bis 500 m), ca. 2.680 Einwohner auf die Zone II (Radius bis 1.000 m)¹⁴ und ca. 16.710 Einwohner auf die Zone III (vgl. Tabelle 4).

Bei der **Kaufkraftberechnung** gehen außerdem aktuelle Pro-Kopf-Ausgabewerte, die mit den örtlichen Kaufkraftniveaus gewichtet werden, in die Berechnung ein. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes sowie GMA-eigenen Berechnungen beträgt die aktuelle ladeneinzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf der Wohnbevölkerung ca. 5.570 €. Hiervon entfallen ca. 2.035 € auf Nahrungs- und Genussmittel.

¹³ Quelle: Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Stand 31.12.2015.

¹⁴ Ermittelt mit RegioGraph Planung, Stand 2016.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in Haßloch liegt mit einem Wert von 101,5 etwas über dem Bundesdurchschnitt (normierter Wert = 100,0).¹⁵

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren errechnet sich für das Einzugsgebiet des erweiterten EDEKA-Supermarkts am Standort Am Zwerchgraben in Haßloch aktuell ein **Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel von ca. 41,8 Mio. €** (vgl. Tabelle 4).

Tabelle 4: Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet des Vorhabens in Haßloch, Am Zwerchgraben

Zone	Gemeinde bzw. Ortsteile	Einwohner	Kaufkraft (Nahrungs- und Genussmittel) in Mio. €
I	Haßloch, engerer nordöstlicher Teil	860	1,8
II	Haßloch, weiterer nordöstlicher Teil	2.680	5,5
III	Haßloch, übriges Gemeindegebiet	16.710	34,5
Einzugsgebiet		20.250	41,8

GMA-Berechnung 2018; ca.-Werte gerundet, Abweichungen durch Rundung möglich

¹⁵ Quelle: Michael Bauer Research (MBR), Nürnberg, 2016. Kaufkraftniveau Motten: 95,7, Neuhof: 94,9, Flieden: 93,5.

V. Auswirkungsanalyse

Die potenzielle Umsatzleistung des geplanten erweiterten EDEKA-Supermarkts 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 Umsatzumlenkungen 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 Umsatzumverteilungen auseinander. Im Anschluss daran werden die möglichen städtebaulichen und versorgungsbezogenen Wirkungen analysiert und daraus eine raumordnerische Bewertung abgeleitet.

Zur Beurteilung der Wirkungen des Planobjekts werden zunächst die realistischen Umsatzleistungen des erweiterten Supermarkts (künftig ca. 1.920 m² VK, inkl. Backshop) bestimmt. Da es sich jedoch um ein Erweiterungsvorhaben eines bereits seit vielen Jahren am Standort befindlichen Anbieters handelt, ist für die weitere städtebauliche Bewertung entscheidend, inwiefern durch eine Verkaufsflächenerweiterung zusätzlicher Umsatz am Standort generiert werden kann. Schwerpunktmäßig wird der Nahrungs- und Genussmittelbereich analysiert. **In einem eigenen Kapitel (vgl. S. 31) werden darüber hinaus auch die Wirkungen des Gesamtstandortes (inkl. Penny, dm) dargestellt.**

1. Umsatzermittlung des Gesamtvorhabens

Nach dem Marktanteilkonzept ergibt sich für den erweiterten EDEKA-Supermarkt im Nahrungs- und Genussmittelbereich eine Umsatzerwartung mit Kunden aus dem Einzugsgebiet von ca. 6,9 Mio. €. Wegen der hohen Leistungsfähigkeit und Attraktivität des EDEKA-Markts Stiegler sowie seiner Nahversorgungsfunktion für den Nordostteil der Gemeinde Haßloch sind in den Zonen I und II sehr hohe Marktanteile zu erwarten (ca. 35 % in Zone I, ca. 28 % in Zone II). Im übrigen Gemeindegebiet von Haßloch (Zone III) ist noch ein Marktanteil von ca. 12 % absehbar.

Für Streukunden (sporadische Einkäufe von Bewohnern umliegender Gemeinden, Zufallskunden) ist zusätzlich ein Umsatzanteil von ca. 10 % anzusetzen. Einschließlich Streuumsätzen erhöht sich die Umsatzerwartung mit Nahrungs- und Genussmitteln damit auf ca. 7,0 Mio. €.

Unter Berücksichtigung von Nonfood-Umsätzen (Umsatzanteil bei dem Supermarkt in der projektierten Größe ca. 10 %) ergibt sich für den erweiterten Lebensmittelmarkt am Zwerchgraben in Haßloch eine **Gesamtumsatzerwartung von ca. 7,8 Mio. €** (vgl. Tabelle 5).

Davon stammen ca. 90 % (ca. 7,0 Mio. €) von Kunden aus der Standortkommune Haßloch. Dies unterstreicht die hohe Nahversorgungsbedeutung des Vorhabens. Etwa 10 % der Umsätze (rund 0,8 Mio. €) werden mit Streu- und Zufallskunden erzielt (einschließlich Böhl-Iggelheim, Meckenheim).

Tabelle 5: Umsatzerwartung des EDEKA-Marktes in Haßloch nach Erweiterung

Zonen	Kaufkraft Food in Mio. €	Marktanteil Food in %	Umsatz Food in Mio. €	Umsatz Nonfood* in Mio. €	Umsatz gesamt in Mio. €	Umsatz-Herkunft in %
Zone I	1,8	35	0,6	0,1	0,7	9
Zone II	5,5	27 – 28	1,5 – 1,6	0,1 – 0,2	1,7	22
Zone III	34,5	12	4,1 – 4,2	0,4 – 0,5	4,6	59
Einzugsgebiet	41,8	15	6,3	0,7	7,0	90
Streuumsätze** (hier ca. 10 %)			0,7	0,1	0,8	10
Insgesamt			7,0	0,8	7,8	100

* Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich ist bei diesem Format auf ca. 10 % zu veranschlagen.

** sporadische Kunden aus umliegenden Gemeinden, Pendler, Zufallskunden, Touristen

GMA-Berechnungen Februar 2018 (ca.-Werte, gerundet; Abweichungen durch Rundung möglich)

Aus der o. g. Umsatzerwartung errechnet sich im Verhältnis zu den projektierten ca. 1.920 m² VK eine **Flächenproduktivität** von ca. 4.060 € je m² VK. Dieser Wert liegt etwas unter dem Durchschnitt von EDEKA-Supermärkten. Höhere Werte sind jedoch nicht zu erwarten, da das Einzugsgebiet des Vorhabens (und somit das für den Supermarkt erschließbare Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenzial) durch starke Wettbewerber in Haßloch und im Umland begrenzt wird. Auch ist – als rechnerischer Effekt – die sehr großzügige Verkaufsfläche der vorliegenden Planung zu berücksichtigen¹⁶.

2. Umsatzzuwachs durch die Erweiterung

Für die Beurteilung des Vorhabens ist zu berücksichtigen, dass es sich bei dem Vorhaben um eine Erweiterung eines bestehenden Anbieters handelt. In der Handelswissenschaft ist unbestritten, dass Flächenerweiterungen von Einzelhandelsmärkten nicht im selben Maß zu Umsatzzuwächsen führen, insbesondere dann nicht, wenn es sich um standardisierte Sortimente handelt.

Auch im vorliegenden Fall wird die Vergrößerung der Verkaufsflächen des EDEKA-Supermarkts um ca. 330 m² (rund 21 %) keinesfalls zu einer ebenso hohen Umsatzsteigerung führen. Hierbei sind v. a. die regionale Wettbewerbssituation und die ungünstige überörtliche Verkehrsanbindung des Vorhabenstandorts zu berücksichtigen, welche eine wesentliche Ausweitung des betrieblichen Einzugsgebiets sehr unwahrscheinlich machen. Auch soll die Erweiterungsplanung in erster Linie der Vergrößerung des Getränkesortiments (ein Teilsortiment mit eher niedriger Flächenproduktivität) sowie der Schaffung breiterer Verkehrsflächen und Ruhebereichen dienen. Deshalb ist letztlich nur mit mäßigen Umsatzzunahmen zu rechnen.

¹⁶ Die durchschnittliche Flächenproduktivität bei Edeka-Supermärkten von ca. 4.440 € je m² VK bezieht sich auf eine Durchschnittsgröße von ca. 1.150 m² VK je Markt. Vgl. Kap. I.2 auf Seite 7.

Derzeit erwirtschaftet der EDEKA-Supermarkt Stiegler eine Umsatzleistung von insgesamt ca. 7,0 Mio. €. Davon entfallen ca. 6,3 Mio. € auf den Lebensmittelbereich und ca. 0,7 Mio. € auf den Nonfoodbereich. Diese Umsätze werden bereits heute am Standort generiert und auch weiterhin gebunden werden, da sich an den generellen Standortrahmenbedingungen keine Veränderungen ergeben. Nach Abzug der von dem Supermarkt schon heute am Vorhabenstandort erzielten Umsätze verbleibt für das Vorhaben nur ein **Anteil von ca. 0,8 Mio. €, der aus der Flächenerweiterung resultiert**. Hiervon entfallen voraussichtlich ca. 0,7 Mio. € auf Nahrungs- und Genussmittel und knapp 0,1 Mio. € für Nonfoodartikel. Nur diese Umsatzanteile werden wettbewerbswirksam, der Rest ist dem bestehenden Markt als Umsatzbindung zuzuschreiben (= umverteilungsneutral).

3. Voraussichtliche Wettbewerbswirkungen und Kaufkraftbewegungen

Bei Nahrungs- und Genussmitteln verbleiben, nach Berücksichtigung der Umsatzbindung des Bestandsobjekts, noch ca. 0,7 Mio. €, die aus Umsatzumverteilungen zu Lasten anderer Lebensmittelanbieter erzielt werden. Umsatzrückgänge – als Folge der Umlenkung von Kaufkraftströmen im Untersuchungsraum – sind in erster Linie bei anderen Lebensmittelmärkten mit vergleichbarem Angebotskonzept, d. h. größeren Vollsortimentern, sowie bei besonders nahe gelegenen Anbietern zu erwarten.

Hauptsächlich wird das Erweiterungsvorhaben deshalb die Haßlocher Lebensmittelmärkte REWE, real,-, Penny, Lidl und Aldi betreffen, außerdem ggf. die örtlichen Getränkemärkte (zusammen rund 85 % der Umsatzumverteilungen). Von den übrigen Umsatzumverteilungen entfallen etwa 5 % auf Lebensmittelmärkte in Böhl-Iggelheim und Meckenheim sowie rund 10 % auf andere Anbieter (in erster Linie Lebensmittel-Vollsortimenter in Neustadt an der Weinstraße). Dagegen werden die übrigen im Einzugsgebiet ansässigen Kleinanbieter von Nahrungs- und Genussmitteln (z. B. Bäckereien, Metzgereien, Tankstellen, Hofläden) nur wenig betroffen sein, da hier nur partielle Sortimentsüberschneidungen mit dem Lebensmittelmarkt bestehen. Zudem ist der EDEKA-Supermarkt ja bereits seit Langem am Vorhabenstandort in Haßloch ansässig, sodass sich die übrigen Anbieter an die Wettbewerbssituation bereits angepasst haben.

Im **Nonfoodbereich** verbleiben, nach Berücksichtigung der Umsatzbindung des Bestandsobjekts, noch ca. 0,1 Mio. €, die aus Umsatzumverteilungen zu Lasten anderer Anbieter erzielt werden. Dieser Umsatz verteilt sich auf zahlreiche Branchen, Standorte und Anbieter. Im näheren Untersuchungsraum werden von den Umsatzausweitungen im Nonfoodbereich v. a. andere große Lebensmittelmärkte betroffen sein. Auf in Haßloch ansässige Fachmärkte für Drogeriewaren, Heimtierbedarf und Haushaltswaren wird ein weiterer Teil der Umsatzumverteilungen entfallen (z. B. dm am Vorhabenstandort). Außerdem werden auch weiter entfernte Fachmärkte, Spezialanbieter und SB-Warenhäuser (z. B. in Neustadt) sowie Internetanbieter betroffen sein.

Die Umsatzumverteilungswirkungen werden bei den jeweiligen Betrieben sehr gering ausfallen, sodass sie mit den methodischen Mitteln der prognostischen Marktforschung kaum noch nachweisbar sind. Erhebliche negative Auswirkungen der Erweiterung bei Fachanbietern von Non-food-Waren im Gemeindegebiet von Haßloch sowie angrenzenden Kommunen sind somit auszuschließen.

Die Tabelle 6 fasst die zu erwartenden **Umsatzumlenkungen** durch das Vorhaben im Untersuchungsraum zusammen.

Tabelle 6: Zu erwartende Umsatzumlenkungen durch das Erweiterungsvorhaben von EDEKA in Haßloch in Mio. €

Betroffene Standorte	Nahrungs- u. Genussmittel	Nonfood	Insgesamt
Haßloch	0,6	< 0,1	0,7
- dav. zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte	0,1	n.n.	< 0,1
- dav. Versorgungsbereiche Nahversorgung	0,3	n.n.	< 0,1
Böhl-Iggelheim	< 0,1	n.n.	< 0,1
Meckenheim	< 0,1	n.n.	< 0,1
Neustadt an der Weinstraße	< 0,1	n.n.	< 0,1
- dav. zentraler Versorgungsbereich Innenstadt			
- dav. Versorgungsbereiche Nahversorgung			
weiter entfernte Standorte (inkl. Internethandel)	n.n.	n.n.	n.n.
Insgesamt	0,7	0,1	0,8

n.n. = nicht mehr nachweisbar

GMA-Berechnungen Februar 2018

4. Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Beurteilung der Auswirkungen

Zur Beurteilung **eventueller Beeinträchtigungen der Versorgungsstrukturen** infolge des Vorhabens sind die Umsatzumverteilungen zu betrachten, die das Vorhaben bei bestehenden Anbietern in städtebaulich besonders geschützten Versorgungslagen und in Nahversorgungslagen auslösen wird. Hierzu ist zunächst festzustellen, dass der EDEKA-Markt von den künftigen Umsätzen den größten Teil bereits heute auf seiner Bestandsfläche erzielt. Nur ca. 0,7 Mio. € der Umsätze mit Nahrungs- und Genussmitteln werden durch Umverteilungen zu Lasten anderer Anbieter erzielt. Die Auswirkungen des Erweiterungsvorhabens von EDEKA in Haßloch können wie in Tabelle 7 zusammengefasst werden.

Es zeigt sich, dass **sowohl in Haßloch als auch in allen Umlandkommunen nur sehr geringe Umsatzumverteilungen eintreten werden**. Dabei belaufen sich die durchschnittlichen Umsatzumverteilungsquoten im Höchstfall auf ca. 1 % (Haßloch). In allen umliegenden Kommunen und auch

in den östlichen Stadtteilen von Neustadt a. d. W. bleiben sie hingegen unter 1 %. Dies sind Größenordnungen, die vollständig im Rahmen des Wettbewerbsüblichen bleiben und die **keine Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen, auf strukturprägende Anbieter oder auf städtebaulich besonders geschützte Lagen erwarten lassen**. Die zentralen Orte werden in ihren Versorgungsfunktionen nicht beeinträchtigt. Auch Leitbetriebe der Nahversorgung, die für die örtliche Versorgungsstruktur besonders wichtig sind, werden nicht gefährdet.

Tabelle 7: Auswirkungen des Erweiterungsvorhabens von EDEKA im Untersuchungsraum um Haßloch

Auswirkungen in angrenzenden Zentralen Orten	Umsatzanteil EDEKA- Erweiterung (Nahrungs- und Genussmittel)	Umsatz konkurrierender Anbieter mit Nahrungs- und Genussmitteln	Umverteilungs- quote in %
	in Mio. €		
Umsatzsteigerung bei EDEKA in Haßloch durch Erweiterung	0,7		
Umsatzumlenkung gegen andere Anbieter im Mittelzentrum Haßloch	0,6	54,1	1
Umsatzumlenkung gegen Anbieter im Grundzentrum Böhl-Iggelheim	< 0,1	15,4	< 1
Umsatzumlenkung gegen Anbieter in Meckenheim	< 0,1	4,2	< 1
Umsatzumlenkung gegen Anbieter in Hanhofen	< 0,1	6,4	n.n.
Umsatzumlenkung gegen Anbieter im Mittelzentrum Neustadt a.d.W.	< 0,1	> 100	n.n.

n.n. nicht nachweisbar

GMA-Berechnung Februar 2018

Hierzu trägt zum einen bei, dass es sich bei dem Vorhaben um eine Erweiterung eines bestehenden Anbieters handelt, der sein Einzugsgebiet – wettbewerbs- und standortbedingt – nicht erweitern kann. Daher wird der umzuverteilende Umsatzanteil, der aus dem Vorhaben resultiert, relativ klein ausfallen. Zum anderen ist im Umland eine Vielzahl von leistungsstarken Wettbewerbern vorhanden, auf die sich die Auswirkungen verteilen. Eine übermäßige Belastung eines einzelnen Anbieters – mit der Folge einer Bestandsgefährdung – ist auszuschließen.

Auf zentrale Versorgungsbereiche entfällt nur eine geringe Zahl der konkurrierenden Lebensmittelmärkte im Untersuchungsraum. Deshalb werden zentrale Versorgungsbereiche in den untersuchten Städten und Gemeinden allenfalls in geringem Umfang betroffen sein.

Zu den städtebaulich und versorgungsstrukturell relevanten Standorten im Untersuchungsraum sind folgende Aussagen zu treffen:

- /// In **Haßloch** selbst werden von dem Erweiterungsvorhaben und den daraus resultierenden Umsatzumverteilungen in erster Linie die örtlichen Lebensmittelmärkte betroffen sein, darüber hinaus auch die Getränkemärkte. Bei allen Lebensmittelmärkten handelt es sich um leistungsfähige Anbieter, die von den geringen Umsatzumverteilungen (durchschnittliche Umsatzumverteilungsquote ca. 1 %) nicht in ihrem Bestand gefährdet werden. Dies trifft im besonderen Maße auf den Lidl-Markt im zentralen Versorgungsbereich zu. Dieser konnte zuletzt von der Schließung der zweiten Lidl-Filiale am Ort (im Industriegebiet Süd) profitieren und wurde zudem kürzlich erst erweitert.
- /// In **Böhl-Iggelheim** gibt es derzeit drei Lebensmittelmärkte (Wasgau, Lidl, Penny), mit Netto ist ein weiterer Markt geplant. Aufgrund der absolut sehr geringen Umsatzumverteilungswirkung, die das Erweiterungsvorhaben von EDEKA bei diesen Anbietern auslöst (durchschnittliche Umsatzumverteilungsquote unter 1 %), sind hier keinesfalls Bestandsgefährdungen als unmittelbare Folge der Erweiterung absehbar. Keiner der Lebensmittelmärkte ist einem faktischen zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen, vielmehr befinden sich alle Märkte in autokundenorientierter Lage am östlichen Ortsrand. Beeinträchtigungen der Nahversorgung oder der zentralörtlichen Funktion des Grundzentrums Böhl-Iggelheim in Folge des Vorhabens sind zu verneinen. Auch die Ansiedlungsplanung des Netto-Markts in Böhl gefährdet das Vorhaben nicht.
- /// Die Gemeinde **Meckenheim** verfügt derzeit über einen Lebensmitteldiscounter am nordöstlichen Ortsrand, weit entfernt vom Vorhabenstandort. Dieser Netto-Markt erfüllt ganz überwiegend Nahversorgungsfunktionen für Meckenheim und weist daher keine Zielgruppenüberschneidungen mit dem Vorhaben in Haßloch auf. Im Durchschnitt wurde für Meckenheim eine Umverteilungsquote im Nahrungs- und Genussmittelbereich von unter 1 % errechnet. Hieraus ist keine Gefährdung des Leitbetriebs Netto oder der örtlichen Versorgungsstruktur abzuleiten.
- /// Die übrigen Nachbarkommunen **Neustadt an der Weinstraße** und **Hanhofen** befinden sich deutlich weiter entfernt (zwischen ca. 9 und 13 km) und weisen daher nur geringe Verflechtungen mit dem Vorhabenstandort in Haßloch auf. Hier wird es allenfalls durch partielle Rückführung von Kaufkraftströmen aus Haßloch, die bisher an auswärtige Standorte fließen (z. B. zu Globus nach Neustadt), zu gewissen Umlenkungseffekten kommen. Dass aber umgekehrt wegen der Erweiterung des EDEKA-Marktes künftig Verbraucher aus diesen Kommunen regelmäßig und in großer Zahl nach Haßloch zum Lebensmitteleinkauf streben, erscheint vor dem Hintergrund der umständlichen Verkehrsverbindungen zum Vorhabenstandort praktisch ausgeschlossen.

5. Auswirkungen der Agglomeration von EDEKA mit Penny und dm

Wie in Kapitel V.2 festgestellt wurde, führt die Flächenerweiterung bei dem Lebensmittelmarkt EDEKA zu einer Umsatzerhöhung von ca. 0,8 Mio. €, davon 0,7 Mio. € im Lebensmittelbereich. In Bezug auf den Bestandsumsatz (ca. 7,0 Mio. €) entspricht dies einer Umsatzerhöhung um ca. 11 – 12 %.

Fraglich ist, ob diese Umsatzerhöhung bei EDEKA auch bei den anderen Anbietern am Standort „Herrenweg“ (Lebensmitteldiscounter Penny, Drogeriefachmarkt dm) zu Umsatzerhöhungen führt, obwohl diese selbst nicht erweitert haben. Dies wäre theoretisch möglich, wenn die Umsatzerhöhungen bei EDEKA aus einem Zustrom neuer Kunden kämen, von denen dann auch die anderen Anbieter am Standort „Herrenweg“ profitieren könnten. **In der Praxis wird dies jedoch aus zwei Gründen so nicht eintreten:**

- /// Tatsächlich wird die Verkaufsflächenvergrößerung bei EDEKA nur im geringen Maße neue Kunden anziehen, denn wesentliche Sortimentsausweitungen sollen mit dem Vorhaben nicht einhergehen. Von einer Ausweitung des betrieblichen Einzugsgebiets bei EDEKA ist nicht auszugehen. Hierbei sind v. a. die regionale Wettbewerbssituation und die ungünstige überörtliche Verkehrsanbindung des Vorhabenstandorts zu berücksichtigen.
- /// Sowohl zwischen EDEKA und Penny als auch zwischen EDEKA und dm gibt es Sortimentsüberschneidungen; die Umsatzerhöhung bei EDEKA in Folge der Angebotsausweitung wird deshalb auch zu Lasten von Penny und dm (vgl. Kap. V.3) gehen. Als besonders nahe gelegene Wettbewerber dürften diese im besonderen Maße von den zu erwartenden Umsatzumlenkungen zu Gunsten von EDEKA betroffen sein. Somit sind bei Penny und dm eher Umsatzverringerungen als Umsatzsteigerungen zu erwarten.

Um jedoch den Anforderungen einer Worst-Case-Betrachtung Genüge zu tun, wird **in einem theoretischen Modellfall** unterstellt, dass bei Penny und dm Umsatzzuwächse in vergleichbarer Höhe wie bei EDEKA (ca. 11 – 12 %) eintreten.

Derzeit dürfte der Penny-Lebensmitteldiscounter eine Umsatzleistung von ca. 3,7 Mio. € (davon ca. 3,1 Mio. mit Nahrungs- und Genussmitteln) erzielen. Eine Umsatzsteigerung um ca. 11 – 12 % entspräche bei diesem Penny-Markt einem Zusatzumsatz von ca. 0,4 Mio. € (davon ca. 0,3 – 0,4 Mio. € mit Nahrungs- und Genussmitteln).

Für den dm-Drogeriefachmarkt ist von einer Umsatzleistung von ca. 4,1 Mio. € auszugehen (davon Umsätze mit Nahrungs- und Genussmitteln ca. 0,7 Mio. €). Eine Umsatzsteigerung um ca. 11 – 12 % entspräche bei diesem Drogeriemarkt einem Zusatzumsatz von ca. 0,4 – 0,5 Mio. € (davon knapp 0,1 Mio. € mit Nahrungs- und Genussmitteln).

In Summe (EDEKA, Penny und dm) errechnet sich im theoretischen Modellfall ein Umsatzanteil von ca. 1,1 – 1,2 Mio. € mit Nahrungs- und Genussmitteln, der auf die Erweiterung von EDEKA bzw. den Attraktivitätszunahme des Standorts „Herrenweg“ insgesamt entfällt. Die Auswirkungen des Erweiterungsvorhabens des Standorts „Herrenweg“ sind der Tabelle 8 zu entnehmen.

Geht man davon aus, dass von der im Worst Case errechneten Umsatzzunahme bei EDEKA, Penny und dm rund 85 % (knapp 1,0 Mio. €) zu Lasten von konkurrierenden Anbietern in Haßloch erzielt werden, entspricht dies bei einer Umsatzleistung der Haßlocher Nahrungs- und Genussmittelanbieter von ca. 50,3 Mio. € (ohne EDEKA, Penny und dm) einer **Umsatzumverteilungsquote von ca. 2 %**. Dies bleibt im Rahmen des Wettbewerbsüblichen, Gefährdungen der Standortstrukturen sind nicht absehbar. Dies trifft insbesondere auf den zentralen Versorgungsbereich in Haßloch zu, wo mit Lidl ein sehr leistungsstarker Lebensmittelmarkt ansässig ist.

Auch in den Umlandkommunen sind die Umsatzumverteilungen nur minimal (in allen Kommunen unter 1 %), da sich die Umsatzumverteilungen auf eine Vielzahl von Standorten verteilen, darunter vielfach besonders leistungsstarke Anbieter (z. B. Globus-SB-Warenhaus). Auswirkungen auf die Nahversorgungsstrukturen, auf strukturprägende Anbieter oder auf städtebaulich besonders geschützte Lagen sind hieraus nicht zu erkennen. Die zentralen Orte werden in ihren Versorgungsfunktionen nicht beeinträchtigt.

Tabelle 8: Auswirkungen des Gesamtstandortes „Herrenweg“ im Untersuchungsraum um Haßloch (Worst-Case-Betrachtung)

Auswirkungen in angrenzenden Zentralen Orten	Umsatzzuwachs (Nahrungs- und Genussmittel)	Umsatz konkurrierender Anbieter mit Nahrungs- und Genussmitteln	Umverteilungs- quote in %
	in Mio. €		
Umsatzsteigerung bei EDEKA, Penny und dm	1,1 – 1,2		
Umsatzumlenkung gegen andere Anbieter im Mittelzentrum Haßloch	1,0	50,3	2
Umsatzumlenkung gegen Anbieter im Grundzentrum Böhl-Iggelheim	< 0,1	15,4	< 1
Umsatzumlenkung gegen Anbieter in Meckenheim	< 0,1	4,2	< 1
Umsatzumlenkung gegen Anbieter in Hanhofen	< 0,1	6,4	n.n.
Umsatzumlenkung gegen Anbieter im Mittelzentrum Neustadt a.d.W.	< 0,1	> 100	n.n.

n.n. nicht nachweisbar

GMA-Berechnung Februar 2018

Festzuhalten ist somit, dass auch in Worst-Case-Betrachtung eines theoretischen Modellfalls keine Verletzungen des raumordnerischen Nichtbeeinträchtigungsgebots zu erwarten sind.

6. Raumordnerische Bewertung des Vorhabens von EDEKA

Für die raumordnerische Beurteilung der geplanten Erweiterung des Nahversorgungsstandortes Herrenweg in Haßloch sind die Ziele und Grundsätze des LEP IV Rheinland-Pfalz und des einschlägigen Regionalplans Rhein Neckar (ERP) als Maßgabe heranzuziehen.

Nach dem **LEP IV** ist die Vereinbarkeit des Vorhabens mit den raumordnerischen Zielen und Grundsätzen wie folgt zu beurteilen:

/// **Zentralitätsgebot (Z 57):**

Der Vorhabenstandort befindet sich in einem Mittelzentrum (bzw. einem Zentrum im Rahmen eines mittelzentralen Verbunds). Das Zentralitätsgebot wird also eingehalten.

/// **Städtebauliches Integrationsgebot (Z 58):**

Der Vorhabenstandort liegt zwar nicht innerhalb der Ortsmitte, jedoch in einem städtebaulich integrierten Bereich, der im kommunalen Einzelhandelskonzept der Gemeinde Haßloch 2015 als „Versorgungsbereich Nahversorgung“ (und somit als zentraler Versorgungsbereich im Sinne des BauGB) ausgewiesen wurde. Das Einzelhandelskonzept und sein Standort- und Sortimentskonzept wurde vom Mittelzentrum Haßloch in Abstimmung mit der Regionalplanung verbindlich festgelegt. Zudem liegt der Standort in fußläufiger Nähe zu Wohngebieten. Das städtebauliche Integrationsgebot wird somit erfüllt.

/// **Nichtbeeinträchtigungsgesamt (Z 60):**

Durch die Erweiterung des Nahversorgungsstandortes Herrenweg in Haßloch wird weder die Versorgungsfunktion der städtebaulich integrierten Bereiche der Standortgemeinde Haßloch noch die der Versorgungsbereiche der benachbarten zentralen Orte (Mittelzentrum Neustadt an der Weinstraße, Grundzentrum Böhl-Iggelheim) beeinträchtigt. Sowohl in Haßloch selbst als auch in den angrenzenden Kommunen sind nur minimale Umsatzumlenkungen in Folge des Vorhabens zu erwarten (durchschnittliche Umsatzumverteilungsquote max. 1 % bzw. worst-case max. 2 %). Haßloch, Neustadt an der Weinstraße und Böhl-Iggelheim verfügen über jeweils mehrere leistungsstarke Nahversorgungsstandorte, auf die sich die Auswirkungen des Vorhabens verteilen. Ihr Bestand wird durch das Vorhaben nicht gefährdet. Auch liegen keine Überschneidungen mit dem in der Planung befindlichen Netto-Lebensmitteldiscounter in Böhl-Iggelheim vor. Das Nichtbeeinträchtigungsgesamt wird somit eingehalten.

/// **Agglomerationsverbot (Z 61):**

Bei dem Vorhabenstandort handelt es sich zwar um eine Ansammlung mehrerer Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten (Lebensmittelmärkte EDEKA und Penny, Drogeriefachmarkt dm, Backshop K&U), jedoch um einen Standort in einem städtebaulich integrierten Bereich. Somit greift das Agglomerationsverbot nicht. Dennoch wurden im Rahmen der Untersuchung die Wirkungen der EDEKA-Erweiterung unter Berücksichtigung der umliegenden beiden Betriebe (Penny, dm) untersucht.

Im Hinblick auf die zusätzlichen Anforderungen des **ERP** sind folgende Aussagen zu treffen:

/ Kongruenzgebot (Z 1.7.2.3):

Die geplante Erweiterung des Nahversorgungsstandortes erfolgt ausschließlich im nahversorgungsrelevanten Sortiment, d. h. Nahrungs- und Genussmittel als Kernsortiment, außerdem als Randsortiment u. a. Drogeriewaren und Kosmetikartikel. Das Vorhaben dient ganz überwiegend der Nahversorgung für die Gemeinde Haßloch (Umsatzanteil rund 90 %). Wesentliche Zuflüsse aus den umliegenden Verbandsgemeinden hin zum Planstandort in Haßloch sind wegen der dort vorhandenen eigenen z. T. großflächigen Nahversorgungsstandorte nicht zu erwarten. Das Kongruenzgebot wird somit eingehalten.

/ Erreichbarkeit mit dem ÖPNV (G 1.7.2.7):

Der Vorhabenstandort liegt ca. 400 m entfernt von Bushaltestellen und somit noch innerhalb einer zumutbaren fußläufigen Entfernung. Dem Gebot der ÖPNV-Erreichbarkeit wird somit entsprochen.

/ Primat der Zentralörtlichen Standortbereiche für Einzelhandelsgroßprojekte (Z 1.7.3.1):

Der Vorhabenstandort befindet sich in einem Mittelzentrum. Gemäß Raumnutzungskarte – Blatt West des ERP liegt der Vorhabenstandort für das großflächige Erweiterungsvorhaben allerdings außerhalb des gebiets-scharf festgelegten „zentralörtlichen Standortbereichs für Einzelhandelsgroßprojekte“.

Z 1.7.3.1, Absatz 2, erlaubt jedoch eine Ausnahme von diesem Primat der Zentralörtlichen Standortbereiche für Einzelhandelsgroßprojekte. Demnach können Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten, die ausschließlich der Nahversorgung dienen, auch an anderen integrierten Standorten realisiert werden, wenn hiervon keine schädlichen Wirkungen insbesondere auf zentrale Versorgungsbereiche und die verbraucher-nahe Versorgung der Standortgemeinde sowie anderer Gemeinden und deren Ortskerne zu erwarten sind. Diese Voraussetzungen erfüllt das Vorhaben (vgl. hierzu die Ausführungen zum Kongruenzgebot, Integrationsgebot und Nichtbeeinträchtigungsgesetz). Daher ist das Vorhaben mit dem grundsätzlichen Ziel der Lenkung von Einzelhandelsgroßprojekten in ausgewiesene zentralörtliche Standortbereiche vereinbar.

Insgesamt ist festzuhalten, dass das Erweiterungsvorhaben in Haßloch die raumordnerischen Ziele und Grundsätze zu großflächigen Einzelhandelsvorhaben im LEP IV und im ERP erfüllt.

VI. Abschließende Bewertung des Vorhabens

Bei der Erweiterung des Nahversorgungsstandortes Herrenweg in Haßloch handelt sich auch nach der beantragten Erweiterung noch um Anbieter, die ganz überwiegend als Nahversorger für die Standortgemeinde Haßloch dienen. In Haßloch sichert er in ganz wesentlichem Umfang die wohnortnahe Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs, insbesondere im Nordosten der Gemeinde. Als bereits bestehender Nahversorgungsstandort, der sich in Mitten eines Wohngebiets befindet, fügt er sich in das örtliche Versorgungsgefüge und in die Siedlungsstruktur ein.

Hervorzuheben ist, dass von dem Erweiterungsvorhaben keine wesentlichen Beeinträchtigungen der Versorgungsstrukturen ausgehen, weder in Haßloch noch in angrenzenden Kommunen. Das Einzugsgebiet des bestehenden Nahversorgungsstandortes in Haßloch vergrößert sich durch das Erweiterungsvorhaben nicht, weil dies von den umliegenden starken Wettbewerbsstandorten und den zunehmenden Distanzen verhindert wird (leistungsstarke Nahversorger in den meisten Nachbarkommunen vorhanden). Da sich die Auswirkungen des Vorhabens auf eine Vielzahl von Anbietern und Standorten verteilen, werden die Umsatzumverteilungswirkungen zu Lasten von einzelnen Anbietern sehr niedrig. Im theoretischen Höchstfall werden in Haßloch ca. 2 % zu Lasten anderer Anbieter umverteilt, in den umliegenden Kommunen weitaus weniger. Wegen der gegebenen Standortverteilung der Wettbewerber im Untersuchungsraum – die hauptsächlich betroffenen Lebensmittelmärkte befinden sich zumeist außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen – werden integrierte Geschäftszentren nicht wesentlich von dem Vorhaben betroffen sein. Leitbetriebe der Nahversorgung, die für die örtliche Versorgungsstruktur besonders wichtig sind, werden nicht gefährdet. Auch die Nahversorgungsstrukturen in den Ortsteilen der angrenzenden Kommunen werden nicht gefährdet. Wesentliche Auswirkungen auf städtebaulich und versorgungsstrukturell relevante Standorte im Untersuchungsraum sind also nicht absehbar. Die zentralen Orte werden in ihren Versorgungsfunktionen nicht beeinträchtigt.

Das Erweiterungsvorhaben in Haßloch erfüllt somit die raumordnerischen Anforderungen an großflächige Einzelhandelsvorhaben, wie sie in den einschlägigen Zielen und Grundsätzen in der Landes- und Regionalplanung (LEP IV, ERP) formuliert werden. Auch in Verbindung mit den beiden benachbarten Betrieben (Penny, dm) werden alle Ziele eingehalten.

Zugleich entspricht es den Vorgaben des kommunalen Einzelhandelskonzepts der Gemeinde Haßloch, welches in Übereinstimmung mit der Regionalplanung beschlossen wurde. Demnach befindet sich der Vorhabenstandort an einem ausgewiesenen „Versorgungsstandort Nahversorgung“, wo moderate bestandsorientierte Erweiterungen möglich sind, sofern davon keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich ausgehen. Dieses ist hier nicht der Fall. Auch im zentralen Versorgungsbereich von Haßloch sind nur geringfügige Umsatzumverteilungen in Folge des Vorhabens zu erwarten (im worst-case ca. 2 %).

Das Vorhaben fügt sich insgesamt in die langjährigen Ziele des Einzelhandelskonzeptes ein. Der Standort sichert die Nahversorgung im unmittelbaren Wohnumfeld und stärkt damit die verbrauchernehe Versorgung. Im Übrigen kompensiert der Flächenzuwachs eine jüngst stillgelegte Fläche im Gewerbegebiet (Lidl). Auch in diesem Sinn entwickelt sich die Nahversorgungssituation in Haßloch konsequent in Richtung der Ziele des Einzelhandelskonzeptes.

Verzeichnisse	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Erweiterungsplanung des Supermarkts EDEKA Stiegler in Haßloch, Am Zwerchgraben 3 – 5	8
Karte 2: Standortkonzept der Einzelhandelssteuerung in der Gemeinde Haßloch	11
Karte 3: Standortumfeld des EDEKA-Marktes in Haßloch	13
Karte 4: Projektrelevante Wettbewerbssituation für den EDEKA-Lebensmittelmarkt in Haßloch (Lebensmittelmärkte ab 500 m ² VK in Haßloch und angrenzenden Kommunen)	20
Karte 5: Einzugsgebiet des erweiterten EDEKA-Lebensmittelmarkts in Haßloch	22
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: Typische Sortimentsstrukturen von Lebensmittelmärkten	6
Tabelle 2: Einwohnerzahlen, Kaufkraftkoeffizienten und Zentralitäten in Haßloch und Umland	10
Tabelle 3: Wesentliche Wettbewerber für den EDEKA-Markt in Haßloch und Nachbargemeinden (Lebensmittelmärkte ab ca. 400 m ² VK)	19
Tabelle 4: Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet des Vorhabens in Haßloch, Am Zwerchgraben	24
Tabelle 5: Umsatzerwartung des EDEKA-Marktes in Haßloch nach Erweiterung	26
Tabelle 6: Zu erwartende Umsatzzumlenkungen durch das Erweiterungsvorhaben von EDEKA in Haßloch in Mio. €	28
Tabelle 7: Auswirkungen des Erweiterungsvorhabens von EDEKA im Untersuchungsraum um Haßloch	29
Tabelle 8: Auswirkungen des Erweiterungsvorhabens des Standorts „Herrenweg“ im Untersuchungsraum um Haßloch (Worst-Case-Betrachtung)	32
Fotoverzeichnis	
Foto 1: EDEKA-Supermarkt Stiegler und dm-Drogeriemarkt	7
Foto 2: Gemeinsamer Parkplatz, eingebettet in Wohngebiet	7