



Verträglichkeitsuntersuchung zur Ansiedlung von Einzelhandelsflächen am Standort Hilpoltstein

Untersuchungsbericht

Bearbeiter: Dipl.-Geogr. Michael Seidel
München, 7. September 2017

München Stuttgart Forchheim
Köln Leipzig Lübeck Ried(A)

CIMA Beratung + Management GmbH
Brienner Straße 45 80333 München
T 089-55 118 154
F 089-55 118 250
cima.muenchen@cima.de
www.cima.de

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

© CIMA Beratung + Management GmbH

Es wurden Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken und als Platzhalter verwendet, für die keine Nutzungsrechte vorliegen. Jede Weitergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung kann Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Wer diese Unterlage - ganz oder teilweise - in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die CIMA Beratung + Management GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die CIMA Beratung + Management GmbH.

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut.

Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH in München.

Inhaltsverzeichnis

1 Auftrag und Aufgabenstellung	4		
2 Vorhabenbeschreibung und Leistungskennziffern	5		
2.1 Vorhabenbeschreibung	5		
2.2 Lage im Ort	5		
2.3 Erreichbarkeit und Integration	8		
2.4 Umsatzerwartungen	8		
3 Grundlagen.....	10		
3.1 Zentralörtliche Bedeutung und Lage.....	10		
3.2 Beurteilungsgrundlagen von Vorhaben im Einzelhandel.....	11		
3.2.1 Landesplanerische Vorgaben.....	11		
3.2.2 Beurteilungsgrundlage der Verträglichkeitsuntersuchung	11		
4 Marktsituation und Verkaufsflächenbedarfe in Hilpoltstein.....	13		
4.1 Einzugsgebiet	13		
4.2 Aktuelle Versorgungssituation in Hilpoltstein.....	14		
4.3 Ungedecktes Umsatzpotenzial	15		
5 Auswirkungsanalyse	16		
5.1 Verträglichkeit gemäß LEP	16		
5.2 Untersuchung der Zentrenverträglichkeit	18		
6 Abschließende Beurteilung	20		
7 Anhang.....	21		
7.1 Bestimmung des Einzugsgebietes und des Umsatzpotenzials	21		
7.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation	23		
7.3 Begriffsdefinitionen.....	25		
7.4 Zentrenrelevanz der Sortimente.....	27		
7.5 Gravitationsmodell der cima	27		

1 Auftrag und Aufgabenstellung

Ausgangslage

Die vorliegende gutachterliche Bewertung im Auftrag der HBB Hanseatische Betreuungs- und Beteiligungsgesellschaft mbH bezieht sich auf die Ansiedlung von Fachmarkt-Verkaufsflächen in Hilpoltstein.

Auftrag

Auftrag ist die vorhabenbezogene Prüfung der raumordnerischen und städtebaulichen Verträglichkeit möglicher Ansiedlungen. Es soll untersucht werden, in welchem Umfang zusätzlichen Verkaufsflächen aus siedlungsstruktureller und planerischer Sicht (Auswirkungen des Konzeptes) zugestimmt werden kann.

Dabei wird die Verträglichkeit zusätzlicher Verkaufsflächen aufgrund der zu erwartenden Abschöpfungsquoten aus dem bestehenden Einzelhandel bzw. der Kaufkraftabschöpfung aus den anzusetzenden Verflechtungsbereichen betrachtet.

Ziel ist, dem Auftraggeber einen Entwicklungsrahmen an die Hand zu geben, innerhalb dessen Neuansiedlungen als verträglich angesehen werden können.

Auftraggeber

HBB Hanseatische Betreuungs- und Beteiligungsgesellschaft mbH
Brooktorkai 22

20457 Hamburg

Bearbeitung

Dipl.-Geogr. Michael Seidel

Stand der Einzelhandelserhebung

17.08.2017

Analysezeitraum

August bis September 2017

2 Vorhabenbeschreibung und Leistungskennziffern

2.1 Vorhabenbeschreibung

Auf einem Grundstück an der Industriestraße 14-16 in Hilpoltstein plant die HBB die Realisierung eines Lebensmittelmarktes, eines Schuhfachmarktes und mehrerer Bekleidungsfachmärkte.

Deren Verträglichkeit konnte bereits durch entsprechende Untersuchungen nachgewiesen werden.

Nun sollen diese Märkte durch einen weiteren Fachmarkt mit aktuell noch nicht bestimmter Sortimentszusammensetzung ergänzt werden.

Die mögliche Verkaufsfläche dieses Fachmarktes kann sich auf einen oder mehrere der folgenden Sortimentsbereiche beziehen:

- Betten, Matratzen, Heimtextilien
- Sportartikel und -bekleidung
- Schreibwaren
- Spielwaren
- Zoobedarf und Tiernahrung
- GPK, Geschenkartikel
- Haushalts- und Hartwaren,
- Fahrradzubehör
- EDV und Zubehör

Diese Sortimente werden im Verlauf der weiteren Ausarbeitung auf die jeweils maximale für Hilpoltstein und die Umlandgemeinden verträgliche Verkaufsfläche hin untersucht.

2.2 Lage im Ort

Das für die geplanten Verkaufsflächen zur Verfügung stehende Grundstück an der Industriestraße 14-16 liegt unmittelbar am Altstadtring, der die drei wichtigen Staatsstraßen St2220 (Hauptverbindung von Hilpoltstein in Ost-Richtung), St2238 (Hauptverbindung zur Abfahrt Hilpoltstein der Autobahn A9) und St2225 (Hauptverbindung von Hilpoltstein in Süd-West-Richtung) miteinander verbindet.

Der Vorhabenstandort liegt in der Luftlinie nur rd. 500m vom Rathaus der Stadt Hilpoltstein entfernt.

Die beiden nachstehenden Abbildungen zeigen das Plan-Grundstück an der Industriestraße in Hilpoltstein im Grundriss der projektierten Betriebe sowie in seiner aktuellen baulichen Situation.

Abb. 1: Grundstück



Quelle: Auftraggeber
Bearbeitung: CIMA GmbH, 2017

Das Grundstück ist gemäß Flächennutzungsplan als Gewerbefläche ausgewiesen. Ein vorhabenspezifischer Bebauungsplan befindet sich in Aufstellung.

Aufgrund der im Umfeld befindlichen Einzelhandelsbetriebe wie z.B. Rossmann oder Netto sowie der Strukturen der Nachbargebäude fügen sich die geplanten Fachmarktflächen nach Art und Maß der baulichen Nutzung in die Eigenart der näheren Umgebung ein.

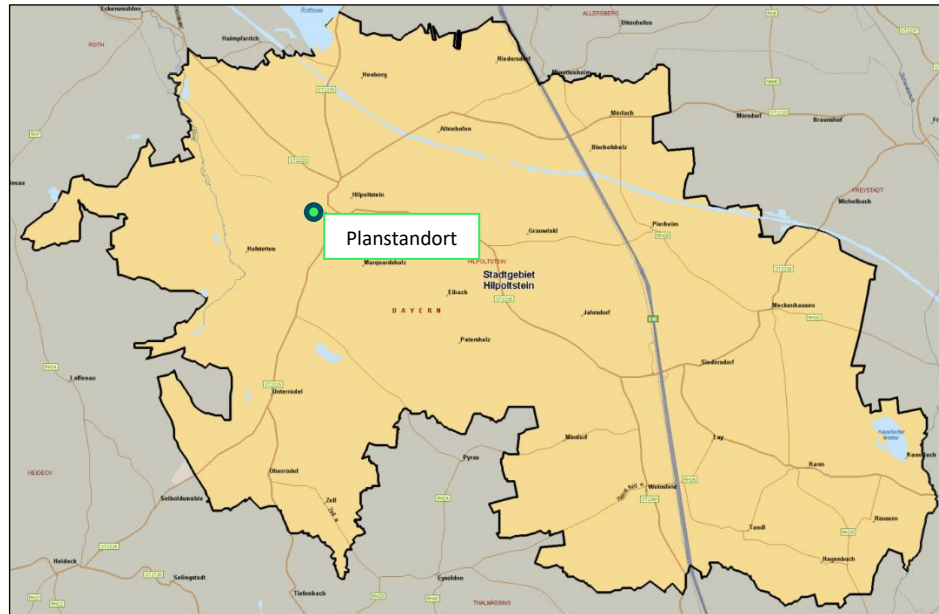
Abb. 2: Aktuelle bauliche Situation



Quelle: Eigene Aufnahme 2016
Bearbeitung: CIMA GmbH, 2017

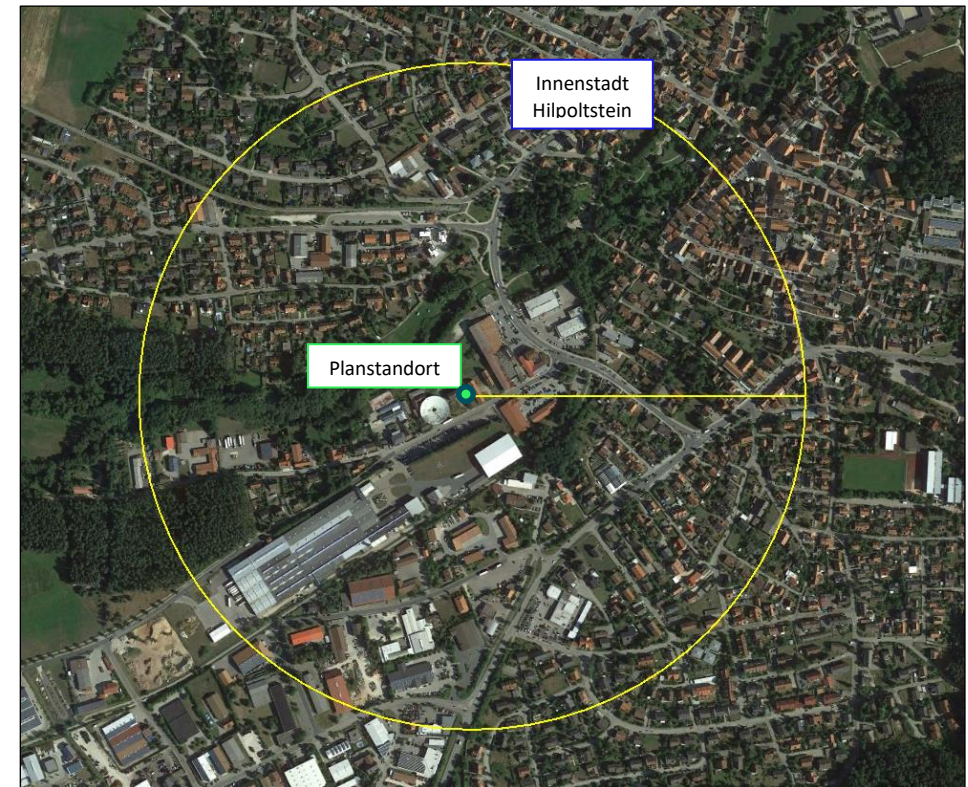
Der Standort liegt inmitten des Stadtgebietes Hilpoltstein, in rd. 0,7 km Fahrtstrecke Entfernung zum Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt der Stadt Hilpoltstein.

Abb. 3: Lage des Standortes im Stadtgebiet



Quelle: MS MapPoint
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2017

Abb. 4: Lage des Standortes zur Innenstadt



Quelle: GoogleEarth pro
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2017

Abbildung 4 zeigt die Lage des Standortes zur Innenstadt Hilpoltsteins und zur angrenzenden Wohnbebauung (gelbe Kreismarkierung zeigt die innerhalb des 500m-Nahversorgungsradius gelegene Bebauung) im Luftbild.

2.3 Erreichbarkeit und Integration

Als städtebaulich integriert sind Standorte dann zu bewerten, wenn sie einen unmittelbaren Siedlungszusammenhang, wesentliche Wohngebiete der Haupt-Standortgemeinde im näheren Umfeld sowie eine Anbindung an das Netz des ÖPNVs aufweisen und sie Teil eines planerischen Gesamtkonzeptes sind.

Der Standort liegt in baulich verdichtetem Siedlungszusammenhang mit umfangreicher Wohnbebauung in fußläufiger Entfernung. Von dieser Wohnbebauung aus ist der Standort gut zu Fuß erreichbar. Entlang der Industriestraße verläuft aus Richtung Innenstadt kommend ein beidseitiger Fußweg, sodass auch aus dieser Richtung eine generell gute Erreichbarkeit für Fußgänger gegeben ist. Gleiches gilt für die Erreichbarkeit per Fahrrad.

Die Busanbindung über die nahegelegene Haltestelle „Hilpoltstein Altstadttring“ in ca. 250m Entfernung (montags bis samstags verkehrt dort die VGN-Buslinie 615 des Stadtverkehrs Hilpoltstein während der Geschäftszeiten unregelmäßig, aber mit 20 täglichen Anfahrten in ausreichender Häufigkeit) stellt eine ortsübliche Anbindung an den öffentlichen Personennahverkehr dar.

Aufgrund der unmittelbaren Anbindung über den Altstadttring an die Staatsstraßen St2220, St2225 und St2238 ist die PKW-Erreichbarkeit für den örtlichen und überörtlichen Verkehr günstig.

In der zusammenfassenden Sicht ist der vorgesehene Standort als **städtebaulich integriert** anzusehen.

2.4 Umsatzerwartungen

Die Umsatzprognose für Fachmarktfächen der einzelnen Sortimentsbereiche, die die Grundlage für die weiteren Betrachtungen bilden, müssen in zwei Varianten berechnet werden. Einerseits schreibt die Handlungsanleitung für die **landesplanerische Überprüfung** von Einzelhandelsgroßprojekten in Bayern zur Vereinheitlichung und Vereinfachung des Verfahrens die Verwendung von durchschnittlichen Flächenleistungen vor. Durch dieses Verfahren wird es möglich, Projekte in eher kaufkraftschwachen Regionen (z. B. einige Landkreise im östlichen Niederbayern / Bayerischer Wald) nach den gleichen Kriterien zu prüfen wie Projekte in kaufkraftstarken Regionen (z. B. Region München).

Die Überprüfung der **städtebaulichen Auswirkungen** eines solchen Vorhabens hat demgegenüber nicht zwingend nach den vorgenannten Kriterien zu erfolgen, sondern soll die tatsächlichen, realistisch anzunehmenden Auswirkungen auf die wohnortnahe Versorgung und die städtebaulichen Wirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche ermitteln. In diesem Punkt ist die gutachterliche Einschätzung eines Projektes von entscheidender Bedeutung, die regionale, standort- und betriebsspezifische Besonderheiten am Mikrostandort berücksichtigen muss (z. B. Kaufkraftniveau, betriebsspezifische Umsatzwerte etc.).

Die nachfolgenden Berechnungen zielen darauf ab, eine realistische Einschätzung hinsichtlich der Zielumsätze zu geben. Aus diesem Grund werden die Umsatzleistungen über eine Worst-case Prognose ermittelt. Die geschätzten Umsatzwerte des Vorhabens orientieren sich an sortiments- und betriebstypenspezifischen Durchschnittswerten, die an die aktuellen Gegebenheiten vor Ort angepasst werden. Im Falle von Hilpoltstein kann man aufgrund der bundesdurchschnittlichen Kaufkraft im Einzugsgebiet (vgl. 4.1) von einer durchschnittlichen Umsatzleistung am Standort ausgehen.

Tab. 1: Umsatzerwartung je m² Verkaufsfläche (Worst-case)

Sortimentsbereiche des Betriebstyps Fachmarkt	Flächenleistungen in € p.a. je m ² Verkaufsfläche	
	Bay.StMWIVT ¹	Eigene Berechnungen ²
Betten, Matratzen, Heimtextilien	1.700 €/m ²	2.200 €/m ²
Sportartikel und -bekleidung	2.200 €/m ²	2.600 €/m ²
Schreibwaren	4.000 €/m ²	4.000 €/m ²
Spielwaren	2.100 €/m ²	2.200 €/m ²
Zoobedarf und Tiernahrung	1.500 €/m ²	1.900 €/m ²
GPK, Geschenkartikel	2.300 €/m ²	2.200 €/m ²
Haushalts- und Hartwaren	1.500 €/m ²	2.200 €/m ²
Fahrräder und Zubehör	2.300 €/m ²	2.400 €/m ²
EDV und Zubehör	5.000 €/m ²	6.000 €/m ²

Quelle: Bay.StMWIVT / Eigene Berechnungen
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2017

Im Vergleich zu den von den Bayerischen Staatsregierung angesetzten Durchschnittswerten ist die tatsächlich nach unserer Einschätzung als Worst-case anzusetzende Flächenleistung in den meisten Sortimenten höher anzusetzen.

Für die in Kapitel 5 folgenden Prüfungen der städtebaulichen Verträglichkeit werden jeweils die Werte dieser Worst-case-Annahmen angesetzt.

¹ Datengrundlage des Bay. StMWIVT 2013

² Im Worst-case anzusetzende Flächenleistung nach eigenen Erhebungen, CIMA GmbH 2017

3 Grundlagen

3.1 Zentralörtliche Bedeutung und Lage

Zentralörtliche Einstufung der Stadt Hilpoltstein

Planungsregion:	Region Nürnberg
Zentrale-Orte-Stufe:	Mittelzentrum
Landkreis:	Roth
Regierungsbezirk:	Mittelfranken

1

Gemäß dem seit 1.9.2013 geltenden Landesentwicklungsprogramm Bayern (LEP) werden die bestehenden Kleinzentren, Unterzentren und Siedlungsschwerpunkte bis zur Anpassung der Regionalpläne als Zentrale Orte der Grundversorgung einem Grundzentrum gleichgestellt. Mögliche Mittelzentren und Mögliche Oberzentren werden zu Mittel- bzw. Oberzentren heraufgestuft. Als bisheriges Mögliches Mittelzentrum ist Hilpoltstein somit aktuell als Mittelzentrum ausgewiesen.

Hilpoltstein hat als Mittelzentrum laut Landesentwicklungsprogramm Bayern die Aufgabe, die Bevölkerung des **Einzelhandelsspezifischen Verflechtungsbereiches** mit Gütern und Dienstleistungen des gehobenen Bedarfs zu versorgen. Mittelzentren sollen über vielseitige Einkaufsmöglichkeiten des gehobenen Bedarfs sowie über ein vielfältiges und attraktives Arbeitsplatzangebot verfügen.

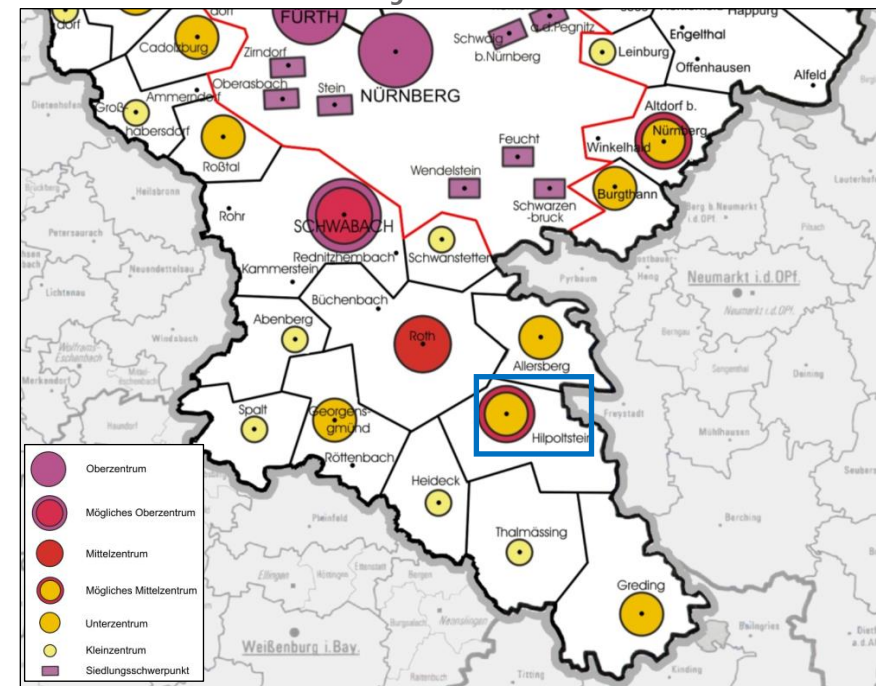
Die Bedeutung des Mittelzentrums Hilpoltstein als Versorgungsstandort hat sich in den letzten Jahren deutlich verstärkt. Dies macht sich auch in der Neuabgrenzung des Einzelhandelsspezifischen Verflechtungsbereiches im Rahmen des Landesentwicklungsprogramms Bayern (LEP 2013) bemerkbar, der sich seit der vorhergehenden Abgrenzung im Jahr 2006 sehr deutlich um 27.410 Einwohner oder rd. 218% erweitert hat.

Dieser **Einzelhandelsspezifische Verflechtungsbereich** der Stadt Hilpoltstein bezieht sich laut LEP 2013 auf insgesamt **39.981 Einwohner**.

Die Stadt Hilpoltstein selbst hatte zum 01.01.2016 **13.287 Einwohner**. Dies entspricht auch dem auf das Gemeindegebiet festgelegten **Nahbereich**.

Die nachstehende Karte zeigt die Stadt Hilpoltstein und die zentralörtlichen Strukturen in der Region (noch ohne Umsetzung des LEP 2013).

Abb. 5 Zentralörtliche Bedeutung



Quelle: Regionalplan Mittelfranken, Region Nürnberg
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2017

3.2 Beurteilungsgrundlagen von Vorhaben im Einzelhandel

3.2.1 Landesplanerische Vorgaben

Die landesplanerische Steuerung von Einzelhandelsgroßprojekten in Bayern verfolgt den Grundsatz der Sicherung einer verbrauchernahen Versorgung bei gleichzeitigem Schutz des Orts- und Landschaftsbildes sowie einer Minimierung der Flächeninanspruchnahme. Sie dient dem Erhalt der Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte, die von Landesplanung und Regionalplanung festgelegt werden und in denen überörtlich bedeutsame Einrichtungen der Daseinsvorsorge konzentriert werden sollen. Die Landesplanerische Steuerung umfasst dabei die Regelungsbereiche:³

(1) Lage im Raum

Einzelhandelsgroßprojekte sind ausschließlich in Zentralen Orten zulässig. Abweichungen sind zulässig für Nahversorgungsbetriebe bis 1.200 m² Verkaufsfläche. Einzelhandelsgroßprojekte des sogenannten sonstigen Bedarfs (d.h. nicht zentrenrelevanter Einzelhandel) dürfen nur in Mittel- und Oberzentren sowie Grundzentren mit bestehenden Versorgungsstrukturen der jeweiligen Branche angesiedelt werden.

(2) Lage in der Gemeinde

Einzelhandelsgroßprojekte dürfen nur in städtebaulich integrierten Lagen erfolgen. Einzige Ausnahme für nahversorgungsrelevanten und innenstadtrelevanten Bedarf ist der Nachweis, dass geeignete städtebaulich integrierte Standorte aufgrund der besonderen topographischen Gegebenheiten nicht zur Verfügung stehen. Der sogenannte sonstige Bedarf darf dem gegenüber auch an städtebaulich nicht integrierten Standorten angesiedelt werden.

(3) Zulässige Verkaufsflächen

Zur Vermeidung von Beeinträchtigungen der Funktionsfähigkeit Zentraler Ort und einer verbrauchernahen Versorgung gelten sortimentspezifische

Obergrenzen für die Kaufkraftabschöpfung im jeweiligen Verflechtungsbereich (in der Nahversorgung: Nahbereich) der Standortgemeinde.

Das novellierte Landesentwicklungsprogramm Bayern von 2013 hat mit der Ausnahmeregelung für Nahversorgungsanbieter bis 1.200 m² die Stärkung des ländlichen Raumes und kleinerer Gemeinden ohne ausreichende Nahversorgung im Visier. Punktuell bestehende Defizite in der Ausstattungsqualität im ländlichen Raum sollen beseitigt werden.

3.2.2 Beurteilungsgrundlage der Verträglichkeitsuntersuchung

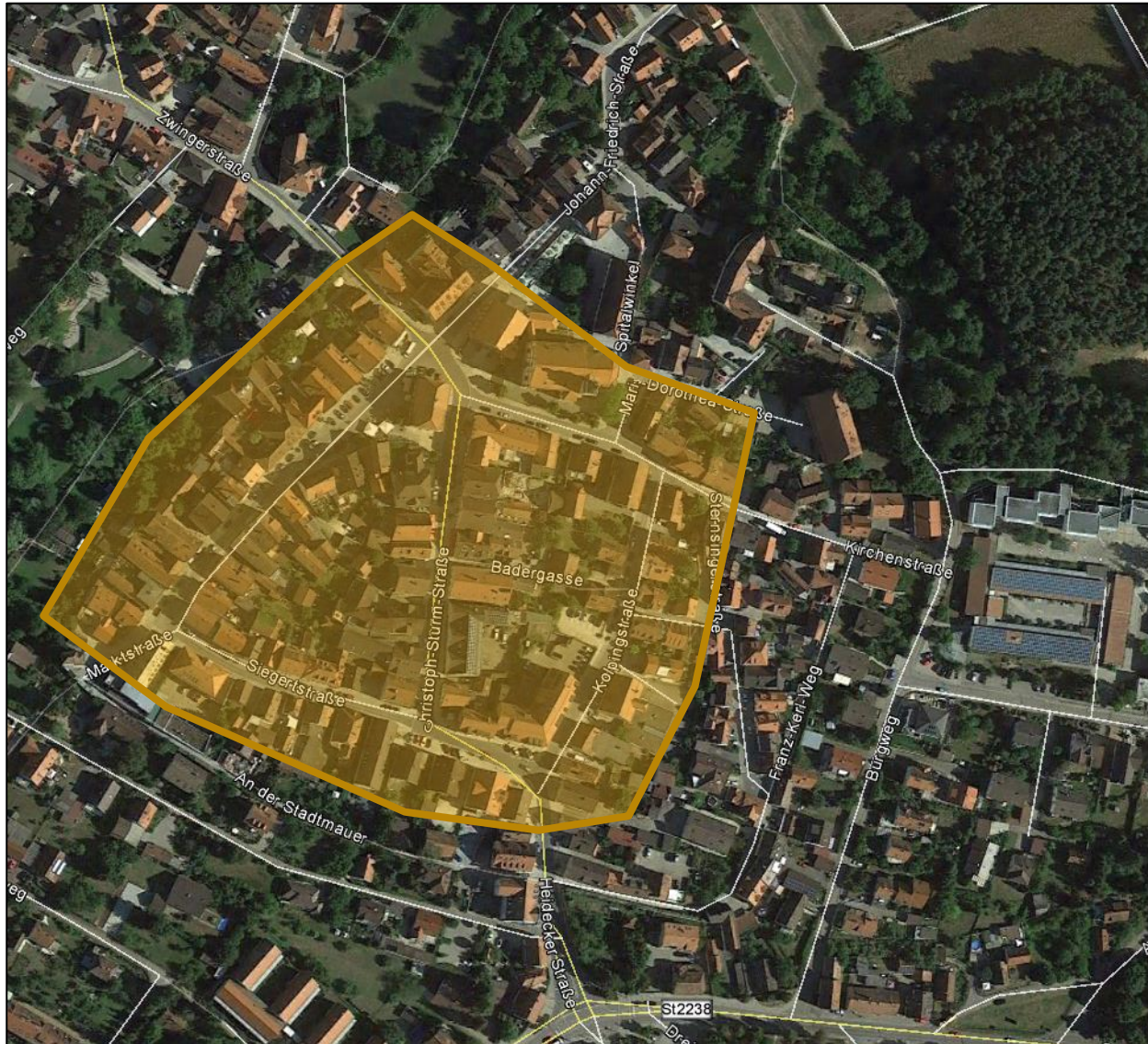
Gegenstand der Beurteilung sind daher

- die Prüfung der städtebaulichen Auswirkungen des Vorhabens auf den Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt in Hilpoltstein sowie Auswirkungen auf die Zentren innerhalb des Einzugsgebietes der geplanten Vorhaben
- die landesplanerische Überprüfung der Abschöpfungsquoten aus dem zugrunde zu legenden Verflechtungsbereich.

Als Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt wird der in der nachfolgenden Karte dargestellte Bereich angenommen. Der Zentrale Versorgungsbereich Innenstadt zeichnet sich dabei im Vergleich zur sonstigen Innenstadt durch einen besonders dichten Besatz von kundenorientierten Einrichtungen wie Einzelhandel, Dienstleistungsanbietern, Gastronomie und Sonstigem Gewerbe (z.B. Arztpraxen) aus.

³ Vgl. Bayerische Staatsregierung: Landesentwicklungsprogramm Bayern vom 22. August 2013, S. 57ff

Abb. 6: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt (ZV)



GoogleEarth Pro
CIMA GmbH, 2017

4 Marktsituation und Verkaufsflächenbedarfe in Hilpoltstein

4.1 Einzugsgebiet

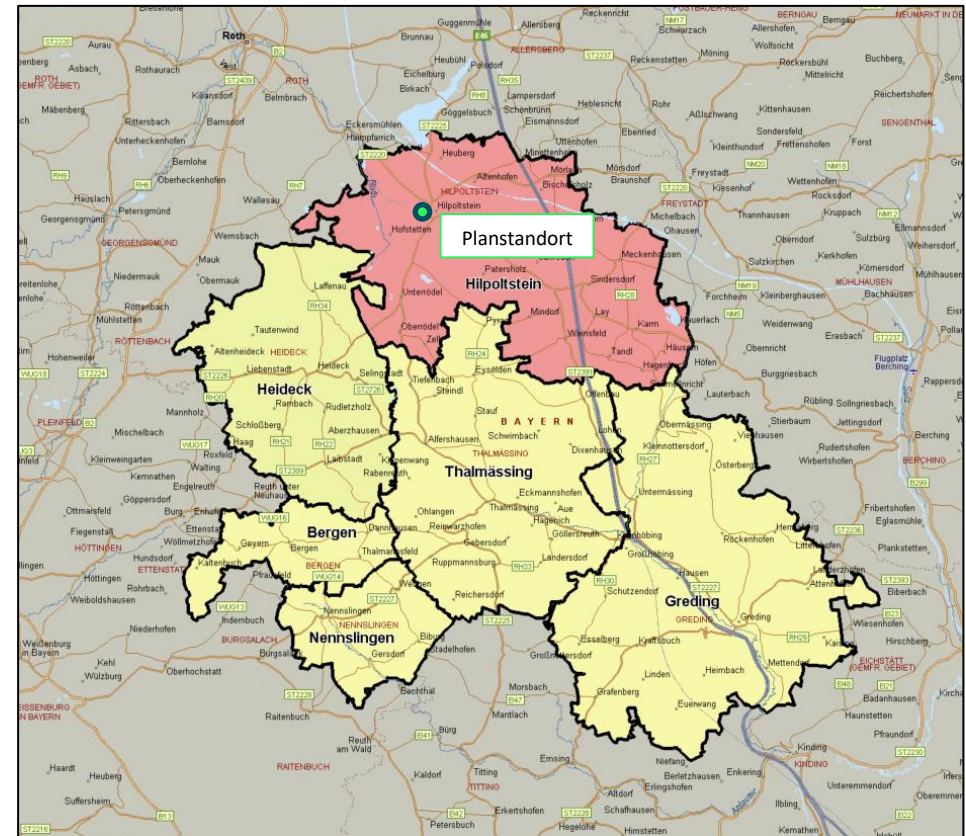
Als Grundlage der Markt- und Umsatzpotenzialanalyse, die mittels des Huff-Modells (vgl. Kapitel 7.5) ermittelt wurde, dient die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Bevölkerung im Einzugsgebiet.

Als Kerneinzugsgebiet wird dabei jenes Gebiet definiert, in dem das Gesamtvorhaben wesentliche Marktanteile generieren kann. Die größte Reichweite ist dabei von den im non-food-Bereich geplanten Märkten (Bekleidungs- und Schuhsortiment) zu erwarten.

Das so abgegrenzte vorhabenbezogene Einzugsgebiet (siehe Abb. 7) umfasst ein Gebiet mit einer **Einwohnerzahl von 32.627** zum 01.01.2016.

Die Bewohner der Einzugsgebietsgemeinden verfügen dabei mit einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer von 100,5 in Hilpoltstein und 98,8 im Mittel der weiteren Gemeinden über eine um den deutschen Durchschnitt (100,0) liegende einzelhandelsrelevante Kaufkraft (CIMA!BBE!MB-Research 2017).

Abb. 7: Vorhabenspezifisches Einzugsgebiet



Quelle: MS MapPoint
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2017

4.2 Aktuelle Versorgungssituation in Hilpoltstein

Die aktuelle Ausstattung Hilpoltsteins mit relevanten Verkaufsflächen wird aus der nachfolgenden tabellarischen Übersicht deutlich:

Tab. 2 Vorhabenspezifischer Einzelhandel in Hilpoltstein

Sortiment	Ist-Verkaufsfläche in m ²		
	ZV	Sonstige Lagen	Gesamt
Betten, Matratzen, Heimtextilien	0	105	105
Sportartikel und -bekleidung	0	650	650
Schreibwaren*	k.A.	k.A.	380
Spielwaren*	k.A.	k.A.	135
Zoobedarf und Tiernahrung	0	250	250
GPK, Geschenkartikel	0	400	400
Haushalts- und Hartwaren	0	445	445
Fahrräder und Zubehör*	k.A.	k.A.	250
EDV und Zubehör	0	0	0
SUMME	k.A.	k.A.	2.615

*Aus Datenschutzgründen sind keine lagenspezifischen Werte ausweisbar

Quelle: Eigene Erhebungen 2017
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2017

Versorgungssituation im Städtevergleich

In der folgenden Tabelle wird die Ausstattung mit untersuchungsrelevanten Verkaufsflächen bezogen auf die Einwohnerzahl von 13.287 (01.01.2016) im Vergleich zu anderen Mittelzentren in Bayern betrachtet.

Dabei wird deutlich, dass, mit Ausnahme des Schreibwarensortimentes, die Vergleichsorte in allen Sortimentsbereichen deutlich besser ausgestattet sind⁴.

Tab. 3 Verkaufsfläche pro Einwohner im Städtevergleich

Sortiment	Ist-Verkaufsfläche in m ² /Einwohner		
	Hilpoltstein	Städtevergleich	Abweichung
Betten, Matratzen, Heimtextilien	0,01	0,05	- 0,04
Sportartikel und -bekleidung	0,05	0,08	- 0,03
Schreibwaren	0,03	0,03	0,00
Spielwaren	0,01	0,04	- 0,03
Zoobedarf und Tiernahrung	0,02	0,04	- 0,02
GPK, Geschenkartikel	0,03	0,08	- 0,05
Haushalts- und Hartwaren	0,03	0,09	- 0,06
Fahrräder und Zubehör	0,02	0,03	- 0,01
EDV und Zubehör	0,00	0,02	- 0,02
SUMME	0,19	0,46	-0,27

Quelle: Eigene Erhebungen 2011-2017
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2017

⁴ Werte des CIMA-Städtevergleichs: 22 bayerische Mittelzentren, in denen die CIMA 2011-2016 vergleichbare Erhebungen durchgeführt hat.

4.3 Ungedecktes Umsatzpotenzial

Die Berechnung des Nachfragepotenzials (Ausgabevolumen der Einwohner des Einzugsgebietes, die in den Einzelhandel fließen, statistischer Wert) im Einzugsgebiet erfolgte auf Basis der Einwohnerzahl (32.627 Einwohner) und der spezifischen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer auf Gemeindeebene.

Es wird ein Ausgabesatz pro Kopf im Einzelhandel von 5.890 € zugrunde gelegt, davon 69 € für Heimtextilien, 119 € für Sportartikel, 52 € für Schreibwaren, 54 € für Spielwaren, 49 € im Bereich Zooartikel, 84 € im Sortimentsbereich GPK, Geschenkartikel sowie Haushalts- und Hartwaren (hier liegt nur eine Gesamtverbrauchsausgabe vor), 59 € für Fahrräder und Fahrradzubehör sowie 188 € für den Bereich EDV.

Diese Ausgabesätze wurden mit Hilfe der Kaufkraftkennziffer an das Niveau des Untersuchungsortes bzw. des sonstigen Einzugsgebietes angepasst. Das Nachfragepotenzial des Gesamt-Einzugsgebietes (ohne Streuumsatz-Anteile) berechnet sich demnach gemäß Tabelle 4.

Bezieht man die aktuelle Verkaufsflächenausstattung und Umsatzleistung auf die bestehenden Umsatzchancen, so ergibt sich, ob aktuell in Hilpoltstein noch ungedeckte, also nicht realisierte Umsatzpotenziale (offene Potenziale) bestehen.

Das im Einzugsgebiet ermittelte Nachfragepotenzial wird, wie insbesondere bei einem Mittelzentrum zu erwarten, zu einem Teil von anderen zentralen Orten und hier vor allem von den das Einzugsgebiet Hilpoltsteins begrenzenden Zentren Allersberg, Freyberg, Georgensgmünd, Ingolstadt, Neumarkt, Nürnberg, Roth und Schwabach absorbiert, so dass sich die zur Verfügung stehenden, bindungsfähigen Umsatzpotenziale geringer darstellen:

Tab. 4 Potenziale und Ist-Umsatz in Mio. €

Sortimentsbereich	Nachfragepotenzial	Umsatzpotenzial	Ist-Umsatz	Ungedecktes Umsatzpotenzial
Betten, Matratzen, Heimtextilien	2,24	0,75	0,20	0,55
Sportartikel und Sportbekleidung	3,86	1,29	1,57	0,00
Schreibwaren	1,69	0,57	1,70	0,00
Spielwaren	1,75	0,59	0,37	0,22
Zoobedarf und Tiernahrung	1,59	0,53	0,48	0,05
GPK, Geschenkartikel	2,73	0,93	2,02	0,00
Haushalts- und Hartwaren				
Fahrräder und Zubehör	1,92	0,66	0,81	0,00
EDV und Zubehör	6,10	2,09	0,00	2,09
SUMME	21,88	7,41	7,15	2,91

Quelle: CIMA!BBE!MB-Research GmbH, 2017

Bearbeitung: CIMA GmbH 2017

Während in 4 Sortimentsbereichen zur Zeit keine ungedeckten Umsatzpotenziale bestehen, stehen in den Bereichen Betten, Matratzen, Heimtextilien, Spielwaren, Zoobedarf sowie EDV offene Potenziale in einer Höhe von zusammen 2,91 Mio. € zur Abschöpfung bereit.

Die Potenziale können auch durch die für ein bayerisches Mittelzentrum vergleichsweise geringe Verkaufsflächenausstattung in Hilpoltstein erklärt werden (vgl. 4.2).

5 Auswirkungsanalyse

5.1 Verträglichkeit gemäß LEP

Entsprechend der aktuell geltenden landesplanerischen Vorgaben durch LEP 2013 ist die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben am Standort Hilpoltstein bis zu einem Geschossflächenumfang von jeweils maximal 1.200 m² als raumverträglich einzustufen.

Die Berechnung der generellen Zulässigkeit eines Einzelhandelsbetriebes mit einer Geschossfläche über 1.200 m² erfolgt über eine Gegenüberstellung des bestehenden Marktpotenzials im Einzelhandelspezifischen Verflechtungsbereich.

Der sortimentspezifische potenzielle Umsatz darf dann einen durch das LEP (Landesentwicklungsprogramm Bayern 2013) festgelegten Grenzwert nicht überschreiten, der wie nachfolgend beschrieben festgelegt ist.

Abschöpfungsquoten nach dem LEP 2013

Durch Flächenausweisungen für Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich dieser Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Soweit sortimentspezifische Verkaufsflächen die landesplanerische Relevanzschwelle überschreiten, dürfen Einzelhandelsgroßprojekte,

- soweit in ihnen Nahversorgungsbedarf (hier: nicht gegeben) oder sonstiger Bedarf (hier: Zoobedarf und Fahrräder) verkauft wird, 25 %,
- soweit in ihnen Innenstadtbedarf (hier: alle sonstigen relevanten Sortimente) verkauft wird, für die ersten 100.000 Einwohner 30%, für die 100.000 Einwohner übersteigende Bevölkerungszahl 15%, d.h. für Hilpoltstein also 30%

der sortimentspezifischen Kaufkraft im einschlägigen Bezugsraum abschöpfen.

Der Bezugsraum für die maximale Kaufkraftabschöpfung von Nahversorgungsbedarf durch ein Einzelhandelsgroßprojekt ist unabhängig von der Betriebsform

einheitlich der landesplanerische Nahbereich, für Gemeinden ohne Nahbereich das Gemeindegebiet. Der Nahbereich Hilpoltsteins bezieht sich auf das eigene Gemeindegebiet und umfasst so **13.287 Einwohner** (zum 01.01.2016), vgl. 3.1.

Der Bezugsraum für die maximale Kaufkraftabschöpfung bei Innenstadtbedarf ist der für jeden Zentralen Ort bestimmte Einzelhandelspezifische Verflechtungsbereich der Standortgemeinde („Verflechtungsbereich“), der die Versorgungsstruktur und Attraktivität eines Zentralen Ortes und seine überörtliche Erreichbarkeit widerspiegelt. Der **Einzelhandelspezifische Verflechtungsbereich** der Stadt Hilpoltstein wurde laut LEP 2013 auf insgesamt **39.981 Einwohner** festgelegt, vgl. 3.1.

Der ermittelte **vorhabenbezogene Einzugsbereich**, der mit **32.627 Einwohnern** geringer bemessen wurde, findet für die Berechnungen der Sortimente Zoobedarf und Fahrräder Verwendung, denn der Bezugsraum für die maximale Kaufkraftabschöpfung bei Sonstigem Bedarf ist der im Einzelfall zu bestimmende **Projekteinzugsbereich**, der in Kapitel 4.1 ermittelt wurde.

Die nach dem Landesentwicklungsprogramm maximal verträglichen sortimentspezifischen Verkaufsflächen sind in der nachfolgend abgebildeten Tabelle dargestellt und werden wie folgt berechnet:

Einwohnerzahl x sortimentspezif. Verbrauchsausgabe x Abschöpfungsquote

Bezugnehmend auf die jeweilige Einwohnerbasis sowie eine betriebstypenspezifische mittlere Flächenleistung lassen sich die gemäß Bay.StMWIVT als verträglich anzusehenden Verkaufsflächen ermitteln (vgl. Tabelle 5 auf der folgenden Seite).

Tab. 5: Verträglichkeit gemäß LEP 2013

Sortiment (Betriebstyp Fachmarkt)	Einwohnerbasis	Marktpotenzial in Mio. Euro	Zulässige Kaufkraftabschöpfung	Max. abschöpfbarer Umsatz in Mio. Euro	Umsatzannahme (Mittelwert)	Verträgliche Verkaufsfläche in m ²
Betten, Matratzen, Heimtextilien	39.981	3,28	30%	0,98	1.700 €/m ²	580
Sportartikel und -bekleidung	39.981	3,00	30%	0,90	2.200 €/m ²	410
Schreibwaren	39.981	5,04	30%	1,51	4.000 €/m ²	380
Spielwaren	39.981	1,60	30%	0,48	2.100 €/m ²	230
Zoobedarf und Tiernahrung	32.627	1,53	25%	0,38	1.500 €/m ²	260
GPK, Geschenkartikel, Haushalts- und Hartwaren	39.981	2,40	30%	0,72	1.500-2.300 €/m ²	320 - 480
Fahrräder und Zubehör	32.627	1,24	25%	0,31	2.300 €/m ²	140
EDV und Zubehör	39.981	0,96	30%	0,29	5.000 €/m ²	60
SUMME		19,05		5,57		2.380 - 2.540

Quelle: Eigene Berechnungen 2017, Bayer. Staatsregierung 2013
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2017

Bei der durch die Bayer. Staatsregierung vorgegebenen Berechnung findet die spezifische Kaufkraft vor Ort keine Berücksichtigung. Es wird ein Ausgabesatz pro Kopf der Verflechtungsbereichs-Einwohner im Einzelhandel von 82 € für Heimtextilien, 75 € für Sportartikel, 126 € für Schreibwaren, 40 € für Spielwaren, 47 € im Bereich Zooartikel, 60 € im Sortimentsbereich GPK, Geschenkartikel sowie Haushalts- und Hartwaren (hier wird nur eine Gesamtverbrauchsausgabe verwendet), 38 € für Fahrräder und Fahrradzubehör sowie 24 € für den Bereich EDV angesetzt.

Die Verträglichkeit gemäß LEP 2013 für Betriebe oder Agglomerationen mit einer Geschoßfläche über 1.200 m² ergeben sich gemäß obenstehender Tabelle 5.

Eine zukünftige Ansiedlung über 1.200 m² Gesamtgeschoßfläche – dies trifft auf das in Zusammenhang mit einem großflächigen Lebensmittelmarkt geplante Vorhaben zu - muss in allen Einzelsortimenten unterhalb der in Tabelle 5 aufgeführten, als landesplanerisch verträglich anzusehenden Verkaufsflächen bleiben.

Bei Einhaltung diese Grenzwerte kommt es nicht zu überhöhten Abschöpfungen aus den sortimentspezifischen Verflechtungsbereichen (Einzelhandelsspezifischer Verflechtungsbereich bzw. vorhabenbezogener Projekteinzugsbereich).

5.2 Untersuchung der Zentrenverträglichkeit

Die anzunehmenden Auswirkungen von Einzelhandels-Neuansiedlungen auf die Versorgungsstruktur und den bestehenden Einzelhandel in Hilpoltstein sind vielschichtig. So wird einerseits die Attraktivität der Stadt als Einzelhandelsstandort insgesamt gesteigert, andererseits stellt jede Angebotserweiterung zugleich eine neue Konkurrenzsituation für die bestehenden Anbieter dar. Hierbei ist insbesondere der Verdrängungseffekt im Einzelhandel des Zentralen Versorgungsbereiches von Interesse, wenn neue Verkaufsflächen mit zentrenrelevanten Sortimenten (Innenstadtbedarf, vgl. 7.4) außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches realisiert werden sollen. Mit Ausnahme von Zooartikeln und Fahrrädern zählen alle zu untersuchenden Sortimente gemäß LEP 2013 zum Innenstadtbedarf.

Ziel einer nachhaltigen Einzelhandelsentwicklung sollte es sein, den Standort über die Ansiedlung moderner Handelskonzepte zu stärken, ohne dass die gewachsenen Strukturen der Ortszentren negativ in ihrer Entwicklungs- und Zukunftsfähigkeit beeinflusst werden.

Ein maßgebliches Beurteilungskriterium von Planvorhaben ist die Umsatzumlenkung, die in Mio. € und in % ausgedrückt wird. Allerdings bedeutet nicht jede

Umverteilung eine unzumutbare Auswirkung, denn die Reduzierung von Umsätzen in bestehenden Wettbewerbslagen allein ist bauplanungsrechtlich irrelevant.⁵

Erforderlich ist vielmehr eine Wirkungsintensität, die so genannte „städtebauliche Effekte“ nach sich zieht (Schließen von Einzelhandelsbetrieben mit städtebaulichen Folgen, wie Verödung einer Innenstadt, Unterversorgung der Bevölkerung etc.).⁶

Nach den Ergebnissen einer Langzeitstudie sind wirtschaftliche Auswirkungen auf Einzelhandelsgeschäfte im Einzugsgebiet eines Einzelhandelsprojektes in der Regel erst ab einem Umsatzverlust zwischen 10 % und 20 % relevant.⁷

Der Literatur und der Rechtsprechung lässt sich die Tendenz entnehmen, dass selbst diese Prozentsätze lediglich Bedeutung für die Frage der Abwägungsrelevanz eines Einzelhandelsgroßprojektes haben, nicht jedoch schon zwangsläufig die Obergrenze für noch zumutbare Auswirkungen markieren.⁸

Das VG Göttingen hat in seinem Beschluss vom 10.03.2004, 2 B 51/04 einen zwischengemeindlichen Umsatzabfluss von bis zu 20 % für vertretbar gehalten und die Berufung zum OVG zugelassen.

Unzumutbar im Sinne eines „Hindernisschwellenwertes“ ist ein Kaufkraftabfluss nach der obergerichtlichen Rechtsprechung zumeist erst dann, wenn die Umsatzumverteilung **deutlich mehr als 10 %** beträgt. Genannt wird – sortimentsabhängig – ein Mindestwert von etwa 20 bis 25 %.⁹

⁵ Berkemann/Halama, Erstkommentierung zum BauGB, Bonn 2005, Rn. 24 zu § 34 BauGB

⁶ OVG Greifswald, U. v. 15.4.1999, 3 K 36/97, NVwZ 2000, 826; OVG Münster, U. v. 6.6. 2005, 10 D 145 und 148/04.NE, BauR 2005, 1577 ff. (CentrO)

⁷ Moench/Sandner, Die Planung für Factory-Outlet-Center, NVwZ 1999, 337.

⁸ OVG Münster, Urteil vom 05.09.1997, 7 A 2902/93, BauR 1998, 307, 312 = BRS 59 Nr. 70; OVG Frankfurt/Oder, Beschluss 3 B 116/98, NVwZ 1999, 434 = BauR 1999, 613 = BRS 60 Nr. 201; OVG

Koblenz vom 08.01.1999, 8 B 12650/98, UPR 1999, 154 = NVwZ 1999, 435 = BauR 1999, 367; OVG Lüneburg, B. v. 21.2.2002, 1 MN 4128/01BauR 2003, 670 = NVwZ-RR 2003, 76 = auch Internetseite des OVG Lüneburg www.dbovg.niedersachsen.de.

⁹ OVG Koblenz, Urteil vom 25.04.2001, 8 A 11441/00, NVwZ-RR 2001, 638 = BauR 2002, 577; VGH München, Urteil vom 07.06.2000, 26 N 99.2961, NVwZ-RR 2001, 88 = BRS 63 Nr. 62.

In der nachfolgenden Untersuchung zur Zentren-Verträglichkeit wird die Schwelle zur Verträglichkeit bei 10% gesehen, was gemessen an den oben zitierten Urteilen eine vorsichtige Annahme darstellt.

Der quantitativen städtebaulichen Auswirkungsanalyse werden dabei die in Kapitel 2.3 tatsächlich vor Ort im Worst-case angenommenen Flächenleistungen (Umsatz je m² Verkaufsfläche) zu Grunde gelegt.

Die städtebauliche Verträglichkeitsuntersuchung wird für alle zentrenrelevanten Sortimente (Innenstadtbedarf) durchgeführt.

Zentren-Verträglichkeit

In der nachfolgenden Tabelle werden für alle Sortimente des Innenstadtbedarfs (vgl. 7.4) die maximal als verträglich anzusehenden sortimentspezifischen Umsätze und die daraus resultierenden Verkaufsflächen dargestellt.

Bis zu der angegebenen Umsatzhöhe sind zusätzliche Verkaufsflächen in Hilpoltstein für den Zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und die Zentralen Versorgungsbereiche der Innenstädte und Ortszentren des Umlandes als verträglich anzusehen. Alle resultierenden Abschöpfungsquoten liegen dann unter der 10%-Schwelle.

Tab. 6 Maximalwerte zur Einhaltung der 10%-Abschöpfung

Sortiment (Betriebstyp Fachmarkt)	Verträgliche Maximalwerte	
	Umsatz	Verkaufsfläche
Betten, Matratzen, Heimtextilien	0,75 Mio. €	340 m ²
Sportartikel und -bekleidung	0,32 Mio. €	125 m ²
Schreibwaren	0,40 Mio. €	100 m ²
Spielwaren	0,42 Mio. €	190 m ²
GPK, Geschenkartikel	0,30 Mio. €	135 m ²
Haushalts- und Hartwaren	0,63 Mio. €	285 m ²
EDV und Zubehör	4,20 Mio. €	700 m ²
SUMME	7,02 Mio. €	1.875 m²

Quelle: Eigene Erhebungen und Berechnungen, 2017
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2017

Berücksichtigt man sowohl die Ergebnisse der landesplanerischen Verträglichkeit gemäß Tabelle 5 als auch die der Zentrenverträglichkeit gemäß Tabelle 6, so ergeben sich für das Vorhaben folgende möglichen sortimentspezifischen Verkaufsflächen:

Tab. 7 Landesplanerisch und städtebaulich verträgliche Verkaufsflächen

Sortiment (Betriebstyp Fachmarkt)	Gesamtverträgliche maximale Verkaufsfläche
Betten, Matratzen, Heimtextilien	340 m ²
Sportartikel und -bekleidung	125 m ²
Schreibwaren	100 m ²
Spielwaren	190 m ²
Zoobedarf und Tiernahrung	260 m ²
GPK, Geschenkartikel, Haushalts- und Hartwaren	320 - 420 m ²
Fahrräder und Zubehör	140 m ²
EDV und Zubehör	60 m ²
SUMME	1.535 – 1.635 m²

Quelle: Eigene Berechnungen 2017, Bayer. Staatsregierung 2013
 Bearbeitung: CIMA GmbH, 2017

6 Abschließende Beurteilung

Entsprechend der **landesplanerischen Vorgaben** durch das LEP Bayern 2013 sind Verkaufsflächen am Standort Industriestraße 14-16 in Hilpoltstein im durch Tabelle 5 angegebenen Umfang als raumverträglich einzustufen. Negative Auswirkungen auf bestehende Versorgungsstandorte im Verflechtungsbereich können daher ausgeschlossen werden.

Die Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO kann aus folgenden Gründen, welche die besonderen Umstände des Einzelfalls und eine insbesondere städtebaulich atypische Situation aufzeigen, widerlegt werden:

- Die Versorgungsfunktion großflächiger Einzelhandelsbetriebe entspricht der Funktion der Stadt Hilpoltstein als Mittelzentrum.
- Die Lage des Vorhabens ist als städtebaulich integriert anzusehen.
- Der Plan-Standort ist aufgrund der guten Erreichbarkeit durch ÖPNV und Individualverkehr ebenso wie zu Fuß und per Fahrrad in besonderem Maße dazu geeignet, der zentralörtlichen Versorgungsfunktion nachzukommen.
- Grundsätzlich ist eine Erweiterung des Einzelhandelsbesatzes in Hilpoltstein als sinnvoll anzusehen. So konnte über den CIMA-Städtevergleich mit anderen bayerischen Mittelzentren festgestellt werden, dass die Stadt in nahezu allen Sortimenten eine deutlich geringere Verkaufsflächenausstattung pro Kopf der Bevölkerung aufweist, als die Vergleichsstädte. Einzige Ausnahme stellt das Sortiment Schreibwaren dar, in der Hilpoltstein eine durchschnittliche Verkaufsflächenausstattung erreicht.
- In einigen untersuchten Sortimentsbereichen bestehen umfangreiche ungedeckte Umsatzpotenziale, die von dem Vorhaben gedeckt werden können. D.h. es kommt zu einer Verringerung des aktuellen Kaufkraftabflusses in diesen Sortimenten.
- Die Abschöpfungsquoten aus dem Zentralen Versorgungsbereich Hilpoltsteins und denen der umliegenden Gemeinden liegen bei Einhaltung der durch Tabelle 6 vorgegebenen Obergrenzen unterhalb des verträglichkeitsrelevanten

Grenzwertes von 10%. Es sind also keine Beeinträchtigungen der Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche sowie der verbrauchernahen Versorgung der Stadt Hilpoltstein, der zentralen Orte sowie der verbrauchernahen Versorgung im sonstigen Einzugsbereich des Projektes zu erwarten wenn der Umfang der Einzelsortimente unterhalb der in Tabelle 6 aufgeführten Grenzwerte bleibt.

Die durch Tabelle 6 ausgewiesenen geplanten Fachmarkt-Verkaufsflächen sind daher auch in der **städtebaulichen Sicht** als zentrenverträglich anzusehen.

Aus diesen Gründen entsprechen die ermittelten Verkaufsflächen und der Betriebstyp Fachmarkt am vorgesehenen Standort den Zielen einer positiven Weiterentwicklung der Einzelhandelsversorgung in Hilpoltstein sowie der zentralörtlichen Versorgungsfunktion des Mittelzentrums Hilpoltstein.

Die Ergänzung des aus einem Lebensmittelmarkt, einem Schuhfachmarkt und mehreren Bekleidungsfachmärkten bestehenden Projektes durch einen weiteren Fachmarkt mit den im vorliegenden Gutachten als verträglich angesehenen sortimentspezifischen Verkaufsflächen kann daher aus Sicht der CIMA eine Genehmigung erhalten.

7 Anhang

7.1 Bestimmung des Einzugsgebietes und des Umsatzpotenzials

Das Marktgebiet für den Einzelhandel in Hilpoltstein wurde mit dem computergestützten Simulationsmodell HUFF berechnet.

Einflussgrößen für die Berechnung des Marktgebietes sind:

- Geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren,
- Zeitdistanzen (Messungen der Wegezeiten) zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im Einzugsbereich,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an der Kaufkraft,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an Zentralitätsindices der verschiedenen Bedarfsbereiche.

Das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial leitet sich ab aus:

- der Attraktivität der Konkurrenzorte,
- der geographischen Lage der Konkurrenzorte,
- der Einwohnerzahl im Einzugsbereich,
- den Kaufkraftverhältnissen im Einzugsbereich und
- den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf und Jahr.

In das Simulationsmodell wurden neben Hilpoltstein weitere 31 Gemeinden einbezogen. Das tatsächliche Einzugsgebiet umfasst jedoch nur diejenigen Standorte, aus denen ein nennenswerter Anteil der verfügbaren einzelhandelsrelevanten Kaufkraft realistischweise nach Hilpoltstein fließen kann.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer wird nach der folgenden Formel berechnet:

$$KK_{(\text{Hilpoltstein})} / E_{(\text{Hilpoltstein})} * 100$$

Dabei ist:

$KK_{(\text{Hilpoltstein})}$ = Einzelhandelsrelevante Kaufkraft Hilpoltsteins in ‰ der einzelhandelsrelevanten Gesamtkaufkraft in Deutschland

$E_{(\text{Hilpoltstein})}$ = Einwohnerzahl Hilpoltsteins in ‰ der Einwohnerzahl Deutschlands

Durch diese Berechnung wird, unabhängig von der Größe des Ortes, das für Ausgaben im Einzelhandel verfügbare Netto-Einkommen pro Einwohner im Vergleich zum Bundesdurchschnitt bestimmt. Dabei ist der Bundesdurchschnitt stets 100 %. Geht man zur Anschauung von einem Bundesdurchschnitt von 6.000 Euro aus¹⁰, so würde einem Ort mit einem einzelhandelsrelevanten Ausgabepotenzial von 6.600 Euro die Kaufkraftkennziffer 110,0 zugewiesen, einem Ort mit 5.400 Euro entsprechend die Kennziffer 90,0.

¹⁰ die aktuellen Zahlen basieren auf einem Durchschnittswert von genau 5.890 €

Grundlage für die Potenzialberechnung im Einzelhandel sind die jährlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung. Hierzu liegen Daten vor, die aus umfangreichem, sekundärstatistischem Material, Eigenerhebungen im Rahmen von Standortanalysen und Betriebsberatungen resultieren. Keine Berücksichtigung finden dabei die Verbrauchsausgaben für Kraftfahrzeuge, Landmaschinen, Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse.

Charakteristisch für den **kurzfristigen Bedarf** (v. a. Lebensmittel) ist, dass vergleichsweise häufig kleine Mengen eingekauft werden und ein dichtes Netz von Verkaufseinrichtungen auch in kleineren Ortschaften die Erledigung zahlreicher Einkäufe ermöglicht.

Im **mittel- und langfristigen Bedarfsbereich** (Textilien, Elektrogeräte, Möbel usw.) befinden sich Versorgungseinrichtungen in der Regel in den größeren zentralen Orten. Einkäufe werden häufig mit dem Auto durchgeführt und sind seltener als im kurzfristigen Bereich. Dem Einkauf geht in der Regel auch ein intensiverer Auswahl- und Vergleichsprozess voraus. Die ausgegebenen Beträge pro Einkauf sind dabei erheblich höher.

Die Nachfragepotenziale in den einzelnen Warengruppen ergeben sich aus dem Produkt der (rein rechnerisch) gebundenen Einwohner und den Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben. Unter der Berücksichtigung branchenspezifischer Verkaufsflächenproduktivitäten (Umsatz je m² Verkaufsfläche) lassen sich schließlich aus den Umsatzpotenzialen die vor Ort zur Sicherstellung der Versorgung erforderlichen Verkaufsflächen ableiten.

7.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation

Im Rahmen der Untersuchung wurde in Hilpoltstein und den umliegenden Orten eine Bestandsaufnahme aller Einzelhandelsbetriebe mit einem untersuchungsrelevanten Sortiment (Betten, Matratzen, Heimtextilien; Sportartikel und -bekleidung; Schreibwaren; Spielwaren; Zoobedarf und Tiernahrung; GPK, Geschenkartikel; Haushalts- und Hartwaren; Fahrräder und Fahrradzubehör; EDV und Zubehör) durchgeführt.

Entscheidendes Kriterium für die Erfassung eines Betriebes ist dabei die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen Geschäftstätigkeit ausgegangen werden kann. Die Klassifizierung aller erfassten Betriebe erfolgte nach folgenden Merkmalen:

- Lage des Betriebes (Zentraler Versorgungsbereich, integrierte Lage, nicht integrierte Lage)
- Branche und Betriebstyp
- Verkaufsfläche und Sortimentsniveau

Die Zuordnung eines Betriebes zu einer Branche orientiert sich grundsätzlich am Schwerpunkt des angebotenen Sortiments. Handelt es sich um Betriebe mit mehreren Sortimentsbereichen (z. B. Warenhäuser, Verbrauchermärkte), so wird für die Bestimmung der gesamten Verkaufsfläche je Branche im betreffenden Untersuchungsort eine Aufspaltung in alle wesentlichen Warengruppen vorgenommen.

Nicht zum Einzelhandel werden der Handel mit Kraftfahrzeugen und der Brennstoffhandel gezählt. Tankstellen-Shops werden jedoch aufgenommen. Reinigungen, Reisebüros, Videotheken und Autovermietungen zählen nicht zum Einzelhandel, ebenso wie Friseure, Schneidereien und Schuhmacher. Apotheken, Optiker, Bäcker und Metzger werden dagegen zum Einzelhandel gezählt, da hier die Handelsfunktion im Vordergrund steht.

Insgesamt unterscheidet die CIMA die folgenden 32 Branchen:

1	Lebensmittel
2	Reformwaren
3	Apotheken
4	Drogerien, Parfümerien
5	Schnittblumen (nur Fachgeschäft)
6	Zeitschriften
7	Oberbekleidung
8	Wäsche, Strümpfe, sonst. Bekleidung
9	Heimtextilien, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf
10	Sportartikel
11	Schuhe
12	Sanitätshäuser
13	Bücher
14	Papier, Büro, Schreibwaren
15	Spielwaren/Hobby/Basteln
16	Zoobedarf
17	Möbel
18	Antiquitäten, Kunstgegenstände
19	Bau- und Heimwerkerbedarf
20	Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel
21	Farben, Lacke, Tapeten, Bodenbeläge
22	Elektrogeräte, Leuchten
23	Unterhaltungselektronik
24	Foto
25	Optik
26	Uhren, Schmuck
27	Lederwaren
28	Musikinstrumente, Musikalien, Sammlerbedarf, Waffen
29	Fahrräder
30	Kfz-Zubehör
31	Büromaschinen, -einrichtung, PC
32	Gartenbedarf

Die Klassifizierung der Betriebstypen orientiert sich an folgenden Kriterien:

- Bedienungsform
- Preisniveau
- Sortimentstiefe und -breite
- Verkaufsfläche

Wir unterscheiden zwischen folgenden Einzelhandels-Betriebstypen:

Fachgeschäft

Sehr unterschiedliche Verkaufsflächengrößen, branchenspezialisiert, tiefes Sortiment, in der Regel umfangreiche Beratung und Kundenservice (Als Filialisten sind z.B. Benetton oder Fielmann zu nennen).

Fachmarkt

Meist großflächiges Nonfood-Fachgeschäft (Ausnahme: Getränkemärkte) mit bestimmtem Branchenschwerpunkt, mit breitem und tiefem Sortimentsangebot, in der Regel viel Selbstbedienung und Vorwahl, oft knappe Personalbesetzung (z.B. Obi, Vögele, Media-Markt, Deichmann, ARO-Teppichwelt). Fachmarktzentren vereinen zahlreiche unterschiedliche Fachmarktkonzeptionen unter einem Dach oder auch in offener Bauweise.

Shopping-Center

Großflächige Konzentration vieler Einzelhandelsfachgeschäfte diverser Branchen, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe meist unter einem Dach, oft ergänzt durch Fachmärkte, Kaufhäuser, Warenhäuser und Verbrauchermärkte; großes Angebot an Kundenparkplätzen; i.d.R. zentrale Verwaltung und Gemeinschaftswerbung. Errichtung häufig aufgrund zentraler Planung. Oft werden bestehende Einkaufszentren auch weiterentwickelt und vergrößert, mit der Folge, dass sich eine gravierende Veränderung der Wettbewerbssituation ergeben kann (z.B. Olympia-Einkaufszentrum in München).

Supermarkt

Ca. 400 bis 2.500 m² Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, ab 1.200 m² Verkaufsfläche bereits höherer Nonfood-Anteil: Umsatzanteil ca. 10 - 15 %, Flächenanteil ca. 10 - 25 % (z.B. Rewe, Edeka, Tengelmann).

Lebensmittel-Discounter

Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 700 und 1.200 m² Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen, preisaggressiv, weiter zunehmender Nonfood-Umsatzanteil (Netto, Lidl, Netto).

Verbrauchermarkt bzw. Großer Supermarkt

Verkaufsfläche ca. 2.500 bis 5.000 m², Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche stark ansteigender Flächenanteil an Nonfood-Abteilungen (Gebrauchsgüter), Nonfood-Umsatzanteil ca. 20 - 40 %, Nonfood-Flächenanteil ca. 25 - 50 % (Kaufland).

SB-Warenhaus

Verkaufsfläche über 5.000 m², neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i.d.R. über 50 %) umfangreiche Nonfood-Abteilungen: Nonfood-Umsatzanteil ca. 35 - 50 %, Nonfood-Flächenanteil ca. 50 - 75 %. Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Kundenparkplätzen (Globus, Real).

Warenhaus

In der Regel Verkaufsfläche über 3.000 m², in zentraler Lage, meist mit Lebensmittelabteilung, breites und tiefes Sortiment, hier überwiegend Vorwahlsystem und Bedienung (Karstadt, Kaufhof).

Kaufhaus

In der Regel Verkaufsfläche über 1.000 m², in zentraler Lage, breites, tiefes Nonfood-Sortiment, im Gegensatz zum Warenhaus meist mit bestimmtem Branchenschwerpunkt, oft Textil (C&A, H&M).

7.3 Begriffsdefinitionen

Abschöpfungsquote

Bedeutung: Die Abschöpfungsquote (auch Bindungsquote oder Umsatzbindungsfaktor) bezeichnet denjenigen Umsatzanteil am gesamten bindungsfähigen Umsatzpotenzial, der zu einem Zeitpunkt x tatsächlich erzielt wird.

Berechnung: Die Berechnung kann branchenbezogen oder branchenübergreifend erfolgen. Berechnungsbasis ist der tatsächlich erzielte Umsatz einer Branche/eines Ortes dividiert durch das (bindungsfähige) Umsatzpotenzial dieser Branche/des Ortes.

Einzugsgebiet

Bedeutung: Die Größe des Einzugsgebiets eines Ortes bestimmt zu einem wesentlichen Anteil die Höhe seines bindungsfähigen Umsatzpotenzials.

Berechnung und Abgrenzung: Einflussgrößen zur Bestimmung des Einzugsgebiets sind v.a.

- die Zeitdistanzen von den Wohnorten der Konsumenten zu den zentralen Einkaufsorten in der Region;
- die Marktpotenziale der Gemeinden des potentiellen Einzugsgebiets;
- die Attraktivitätsgrade der konkurrierenden Einkaufsorte;
- die unterschiedliche Distanzempfindlichkeit und Ausgabebereitschaft für Güter des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs.

Die Abgrenzung erfolgt i.d.R. nach Bedarfsbereichen für Güter des kurz-, mittel- und langfristigen Bereichs. Zum Einzugsgebiet zählen alle Gemeinden, aus denen mindestens 10 % der verfügbaren Kaufkraft in den Untersuchungsort fließen. Dabei ist zu beachten, dass v.a. in Verdichtungsräumen eine unter 10 % liegende Kaufkraftbindung in €-Werten einen erheblichen Umfang erreichen kann.

Kaufkraft (nominal / real)

Bedeutung: Die nominale Kaufkraft bezeichnet diejenige Geldmenge, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraumes zur Verfügung steht. Sie setzt sich zusammen aus dem verfügbaren Netto-Einkommen zuzüglich der Entnahmen aus Ersparnissen und aufgenommenen Krediten, abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden.

Die reale Kaufkraft berücksichtigt das regional sehr unterschiedliche Niveau von Löhnen/Gehältern und Lebenshaltungskosten.

Kaufkraftkennziffer (KKZ)

Bedeutung: Die KKZ bezeichnet die allgemeine Kaufkraft einer Gemeinde pro Einwohner im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (unabhängig von der Größe der Gemeinde).

Berechnung: Aus der Einkommensteuer-Statistik der Städte und Gemeinden wird das gesamte im Ort verfügbare Netto-Einkommen aufsummiert und durch die Zahl der Einwohner geteilt. Daraus ergibt sich ein bestimmtes ortsspezifisches Pro-Kopf-Einkommen. Der Bundesdurchschnitt dieses Pro-Kopf-Einkommens wird gleich 100 gesetzt. Bei den aktuellen 19.221 € würde einem Ort mit einem Pro-Kopf-Einkommen von 21.143 € die KKZ 110,0 zugewiesen, einem Ort mit € 17.299 entsprechend die KKZ 90,0.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (Bundesdurchschnitt 5.890 €) bezieht sich nur auf Ausgaben im Einzelhandel.

Marktpotenzial

Bedeutung: Das Marktpotenzial bezeichnet das potenzielle Ausgabevolumen eines Ortes im Einzelhandel auf Basis seiner Einwohnerzahl (ohne Kaufkraftzu- und -abflüsse aus dem Einzugsgebiet).

Berechnung: Berechnungsbasis sind die jährlich neu ermittelten durchschnittlichen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf in Deutschland,

multipliziert mit der Einwohnerzahl des Ortes und der ortsspezifischen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Prozent.

Umsatzpotenzial (bindungsfähiges)

Bedeutung: Das bindungsfähige Umsatzpotenzial bezeichnet den Umfang des Umsatzes, den ein Ort auf Basis seines eigenen, lokalen Marktpotenzials, abzüglich der Kaufkraftabflüsse der eigenen Bevölkerung und zuzüglich der Kaufkraftzuflüsse der Bewohner des Einzugsgebiets, rechnerisch erreichen kann.

Berechnung: Vom ermittelten lokalen Marktpotenzial wird der zu erwartende Kaufkraftabfluss der örtlichen Bevölkerung abgezogen und der zu erwartende Kaufkraftzufluss aus dem Einzugsgebiet hinzugerechnet (Ermittlung des zu erwartenden Kaufkraftzu- bzw. -abflusses über Einfluss von Entfernung und Attraktivität der Konkurrenzzentren = Distanz-Matrix-Modell nach HUFF).

Umsatzkennziffer (UKZ)

Bedeutung: Die UKZ bezeichnet die Umsatzkraft einer Gemeinde pro Einwohner (also nicht den Umsatz pro Einwohner!).

Da am Umsatz eines Ortes zu beträchtlichen Teilen auch die Bewohner des Umlandes beteiligt sind, ist der Umsatz bzw. die Umsatzkennziffer Ausdruck der Zentralität eines Ortes und ein Kriterium für die Beurteilung seiner Standortattraktivität.

Berechnungsbasis: Berechnungsbasis ist der (von CIMA!BBE!MB-Research jährlich geschätzte) örtliche Einzelhandelsumsatz (ohne Kfz/Mineralöl, aber mit Einzelhandels-Nahrungsmittelhandwerk wie Bäcker/Metzger). Wie bei der KKZ wird der ortsspezifische Wert mit dem Bundesdurchschnitt verglichen und auf die Einwohnerzahl des Ortes bezogen.

Einzelhandelszentralität

Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage. Wenn die Zentralität einen Wert von über 100 % einnimmt, so fließt Kaufkraft aus dem Umland in den Ort, die die Abflüsse übersteigt. Liegt die Zentralität unter 100 %, so existieren Abflüsse von Kaufkraft, die nicht durch die Zuflüsse kompensiert werden können. Je größer die Zentralität eines Ortes ist, desto größer ist seine Sogkraft auf die Kaufkraft im Umland. Die Zentralität eines Ortes wird z.B. durch die Qualität und Quantität an Verkaufsfläche, den Branchenmix, die Verkehrsanbindung und die Kaufkraft im Marktgebiet gesteuert.

Verkaufsfläche

Bedeutung: Die Verkaufsfläche bezeichnet den Teil eines Einzelhandelsbetriebes, der für den Kunden begehbar ist und dem Ziel dient, Verkaufsabschlüsse zu tätigen. Dazu gehören der Eingangsbereich, die Standfläche von Einrichtungsgegenständen, Ausstellungsflächen und Schaufenster, die Fläche von Bedientheken mit der dahinter liegenden, für den Kunden sichtbaren Fläche, Umkleidekabinen, Gänge, Kassen- und Vorkassenzonen, Pack- und Entsorgungszonen, Windfänge und Freiflächen, die nicht nur temporär genutzt werden. Nicht zur Verkaufsfläche gehören demnach z.B. Lager-, Anlieferungs-, Sozial- und Büroräume. Diese bilden gemeinsam mit der Verkaufsfläche die Nutzfläche eines Betriebs, die auch als Gesamtmietfläche oder GLA Gross leasable area bezeichnet wird. Verkehrsflächen in Passagen, Einkaufszentren oder SB-Warenhäusern (auch als Mall bezeichnet) werden ebenso nicht zur Verkaufsfläche gezählt.

7.4 Zentrenrelevanz der Sortimente

Die nachfolgende Aufstellung ist dem LEP Bayern 2013 entnommen:

Nahversorgungsbedarf

- Nahrungs- und Genussmittel, Getränke

Innenstadtbedarf

- Arzneimittel, medizinische und orthopädische Produkte
- Baby- und Kinderartikel
- Bekleidung
- Brillen und Zubehör, optische Erzeugnisse
- Bücher, Zeitungen, Zeitschriften
- Drogerie- und Parfümeriewaren
- Elektronikartikel (Unterhaltungselektronik („braune Ware“), Haushaltselektronik („weiße Ware“), Computer und Zubehör, Foto, Film)
- Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel, Haushaltswaren
- Haus- und Heimtextilien, Bettwaren
- Lederwaren
- Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf
- Schuhe
- Spielwaren
- Sport- und Campingartikel
- Uhren und Schmuck

Waren des sonstigen Bedarfs

- Autoteile und Autozubehör
- Badeeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse
- Baumarktartikel, Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren
- Boote und Zubehör

- Fahrräder und Zubehör
- Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche, Bodenbeläge
- Gartenartikel, Gartenbedarf, Pflanzen
- Leuchten und Zubehör
- Möbel, Küchen
- Zooartikel, Tiere

7.5 Gravitationsmodell der cima

Zur Prognose der von Einzelhandelsvorhaben ausgehenden Veränderungen von Kaufkraftströmen und den daraus resultierenden Umsatzverlagerungen haben sich in der Einzelhandelsforschung und -begutachtung mathematisch-statistische Modelle bewährt, die entsprechend der Methodik zur Abgrenzung von Markt- und Einzugsgebieten auf gravitationstheoretischen Ansätzen basieren. Die cima hat auf der Basis des ursprünglich von D. L. Huff entwickelten Modells ein eigenes, rechnergestütztes Simulationsmodell entwickelt, bei dem verschiedene, für den Untersuchungsraum relevante Kennwerte berücksichtigt werden können.

Dieses differenzierte Modell berücksichtigt folgende Einflussgrößen:

- Geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren,
- Zeitdistanzen zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im Einzugsbereich,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen am Einzelhandelsumsatz,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an Zentralitätsindices der verschiedenen Bedarfsbereiche.