

Auswirkungsanalyse

zur Ansiedlung von Möbelhäusern in der Stadt Bingen am Rhein

für
Kleinpoppen Projekte, Solingen

Ihre Ansprechpartner
Dipl.-Volksw. Corinna Küpper
(Projektleitung)

Dipl.-Kaufm. Jörg Lehnerdt
(Niederlassungsleitung)

BBE Handelsberatung GmbH
Goltsteinstraße 87a
50968 Köln
Deutschland

Tel +49 221 789 41 160
Fax +49 221 789 41 169
E-Mail lehnerdt@bbe.de
kuepper@bbe.de

© BBE Handelsberatung 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. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

Inhaltsverzeichnis

	<u>Seite</u>
1 Ausgangslage, Aufgabenstellung und methodische Vorgehensweise	4
1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung	4
1.2 Methodische Vorgehensweise	4
2 Standortbewertung und Projektbeschreibung	7
2.1 Makrostandort Bingen am Rhein	7
2.2 Mikrostandort	10
2.3 Projektskizze	15
3 Einzugsgebiet des Planvorhabens und Nachfragevolumen	19
3.1 Einzugsgebiet	19
3.2 Projektrelevantes Nachfragevolumen im prognostizierten Einzugsgebiet	23
4 Wettbewerbssituation	25
4.1 Methodische Vorgehensweise	25
4.2 Strukturprägende Möbelanbieter in der Region	26
4.3 Zentrale Versorgungsbereiche	29
4.3.1 Bingen Innenstadt	31
4.3.2 Innenstädte der benachbarten Mittelzentren	36
4.3.3 Mainzer Innenstadt	37
4.3.4 Fazit	38
5 Absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen	40
5.1 Umsatzerwartung und Umsatzherkunft	40
5.2 Absatzwirtschaftliche Auswirkungen	45
5.3 Bewertung der raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen des Planvorhabens	52
5.4 Bewertung der Übereinstimmung mit den landesplanerischen Vorgaben des Landesentwicklungsprogramms (LEP IV)	56
6 Fazit	60
7 Anhang	62

Abbildungsverzeichnis

	<u>Seite</u>
Abbildung 1 Lage des Planstandortes in der Stadt Bingen und zentralörtliche Gliederung	8
Abbildung 2 Verkehrsanbindung	9
Abbildung 3 Makrostandort im Überblick	10
Abbildung 4 Luftbild zum Standortumfeld des Planvorhabens	11
Abbildung 5 Ergänzungsstandort Gewerbe park Bingen/ Grolsheim des Einzelhandelskonzeptes	13
Abbildung 6 Flächennutzungsplan der Stadt Bingen	14
Abbildung 7 Lageplan des geplanten Einrichtungszentrums	15
Abbildung 8 Sortiments- und Verkaufsflächenkonzept des geplanten Möbelhauses und Möbel-Mitnahmemarktes	17
Abbildung 9 Einzugsgebiet	22
Abbildung 10 Projektrelevantes Nachfragevolumen im Einzugsgebiet	24
Abbildung 11 Möbelanbieter > 2.500 m ² Verkaufsfläche im Untersuchungsraum	27
Abbildung 12 Möbelanbieter > 5.000 m ² im Großraum	28
Abbildung 13 Untersuchte zentrale Versorgungsbereiche	30
Abbildung 14 Zentraler Versorgungsbereich Bingen-Innenstadt	32
Abbildung 15 Projektrelevanter Einzelhandel in den Innenstädten/ Ortskernen der Mittel-/Oberzentren in der Region	34
Abbildung 16: Kaufkraftpotenzial, erwartete Kundenstruktur und Kaufkraftbindung des Planvorhabens	41
Abbildung 17: Umsatzerwartung nach Sortimenten (Worst case)	43
Abbildung 18: Vergleich der sortimentsbezogenen Raumleistung (Umsatz je m ² Verkaufsfläche)	44
Abbildung 19: Prognostizierte Umsatzumverteilungseffekte	48
Abbildung 20: Orientierungswerte der Umsatzumlenkung	53
Abbildung 21 Untersuchter zentraler Versorgungsbereich: Sankt Goar	62
Abbildung 22 Untersuchter zentraler Versorgungsbereich: Simmern	63
Abbildung 23 Untersuchter zentraler Versorgungsbereich: Nieder-Olm	64
Abbildung 24 Untersuchter zentraler Versorgungsbereich: Kirchberg	64

1 Ausgangslage, Aufgabenstellung und methodische Vorgehensweise

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

In der Stadt Bingen am Rhein ist die Ansiedlung eines Möbelhauses mit ca. 37.600 m² und eines Möbel-Mitnahmemarktes mit ca. 7.400 m² Verkaufsfläche in einem Baukörper geplant. Der projektierte Standort befindet sich nahe des Autobahndreiecks Nahetal im Gewerbegebiet Bingen/Großheim, der im Einzelhandelskonzept der Stadt Bingen am Rhein als Ergänzungsstandort für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten vorgeschlagen wird.

Im Genehmigungsverfahren wird als Entscheidungsgrundlage eine Auswirkungsanalyse erforderlich. Diese hat zunächst zu prüfen, ob das Vorhaben mit den Zielen der Landesplanung gemäß Landesentwicklungsprogramm (LEP IV) übereinstimmt. Darüber hinaus ist unter Beachtung der Prüfvorgaben von § 11 Abs. 3 BauNVO aufzuzeigen, ob im Ansiedlungsfall absatzwirtschaftliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder auf sonstige für die Versorgung der Bevölkerung wichtige Angebotsstandorte im Einzugsgebiet des Planvorhabens zu erwarten sind.

Die BBE Handelsberatung, Köln, wurde im Oktober 2013 von der Firma Kleinpoppen Projekte in Abstimmung mit der Stadt Bingen am Rhein mit der Erarbeitung eines entsprechenden Gutachtens beauftragt. Bei der Bearbeitung finden die Ergebnisse des im Februar/ März 2014 vorgelegten Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Bingen am Rhein Berücksichtigung (u. a. Zentrenkonzept, Sortimentsliste).¹ Grundlage der vorliegenden Auswirkungsanalyse ist das vorgelegte Sortimentskonzept des Investors. Der geplante Betreiber ist noch nicht bekannt.

1.2 Methodische Vorgehensweise

Das vorliegende Gutachten basiert auf Vor-Ort-Recherchen in der Stadt Bingen sowie den umliegenden Städten und Gemeinden (vor allem Mittel- und Oberzentren). In Ergänzung erfolgte eine Aufbereitung von sekundärstatistischen Daten. Im Einzelnen wurden folgende Erhebungen durchgeführt bzw. Quellen verwendet:

- Vor-Ort-Recherchen zur Bewertung des Projektstandortes in Bingen,
- Erhebung der projektrelevanten Sortimente in den zentralen Versorgungsbereichen des Kerneinzugsgebietes (Mittel- und Oberzentren in den Zonen I und II),

¹ Vgl. BBE-Einzelhandelskonzept für die Stadt Bingen am Rhein, Februar/ März 2014

- Erhebung der größeren Möbelanbieter im Einzugsgebiet,
- Umsatzschätzung für die erfassten Einzelhandelsbetriebe unter Berücksichtigung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern,
- Aufbereitung relevanter sekundärstatistischer Daten und Informationsquellen (u. a. Einzelhandelskonzepte der untersuchungsrelevanten Städte und Gemeinden, soziodemografische Kennzahlen),
- Verwendung von aktuellen Datenmaterialien der BBE Marktforschung (z. B. gemeindebezogene Kaufkraftkennziffern und sortimentsspezifische Pro-Kopf-Ausgaben).

Die Untersuchung basiert in einem **ersten Arbeitsschritt** auf einer Markt- und Standortanalyse, die im Wesentlichen folgende Aspekte beleuchtet:

- Bewertung der makro- und mikroräumlichen Standortsituation,
- Darstellung und Bewertung der projektrelevanten Angebotssituation im Untersuchungsraum unter quantitativen und qualitativen Aspekten,
- Ermittlung des Einzugsgebietes des Planvorhabens und Berechnung des Nachfragevolumens.

Der **zweite Arbeitsschritt** umfasst folgende gutachterliche Bewertungsschritte:

- Bewertung des Vorhabens in Bezug auf die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen,
- Prüfung der landesplanerischen Rahmenbedingungen sowie der Aussagen der regionalen und kommunalen Einzelhandelskonzepte.

In Anlehnung an eine wissenschaftliche Arbeit von Huff ("Defining and Estimating a Trading Area"²) werden die derzeitigen und durch das Planvorhaben beeinflussten zukünftigen Kaufkraftbewegungen für die jeweiligen projektrelevanten Warengruppen prognostiziert.

Dabei werden folgende Faktoren berücksichtigt:

- Zeitdistanzen zwischen den Wohnortstandorten im Einzugsbereich und den projektrelevanten Einzelhandelsstandorten.

² In: Journal of Marketing, Vol. 28 (1964), No. 3, S. 34 - 38

- Einwohnerzahlen im Untersuchungsgebiet.
- Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau der Kommunen im Untersuchungsgebiet.
- Attraktivität der überörtlich relevanten Einkaufsziele im Untersuchungsgebiet ausgedrückt durch das Verkaufsflächenangebot, die Angebotsstruktur und die Erreichbarkeit.
- Bereitschaft der Konsumenten zur „Raumüberwindung“ beim Einkauf bestimmter Warengruppen: Während beispielsweise bei Artikeln des täglichen Bedarfes (v. a. Lebensmittel, Getränke) das Kriterium der räumlichen Nähe des Einkaufsziels gegenüber dem Kriterium der Attraktivität gewichtiger ist, dominiert bei Artikeln des längerfristigen oder gehobenen Bedarfes (z. B. Oberbekleidung, Schuhe, Elektrogeräte, Möbel) das Kriterium der (vermuteten) Attraktivität.

Die Modellberechnung ermittelt für jeden der betrachteten Wohnortbereiche im Einzugsgebiet die Wahrscheinlichkeit, mit der ein Konsument die relevanten Einkaufsziele in seiner Umgebung aufsucht bzw. welche Verteilung seines „Budgets“ für die betrachteten Sortimente auf die verschiedenen Einkaufsorte zu erwarten ist. Je nach Entfernung der potenziellen Einkaufsorte zu seiner Wohnung und in Abhängigkeit von deren Attraktivität wird er möglicherweise an einem Standort einen Großteil seines Budgets ausgeben oder aber es auf mehrere Standorte aufteilen. Werden die einen Einkaufsstandort aus allen Wohnortbereichen potenziell zufließenden Budgetanteile zusammengezählt, ergibt sich der insgesamt dort zu erwartende Umsatz.

In einem zweiten Schritt wird der in der dargestellten Weise modellhaft abgebildeten Realität die Situation nach Veränderung der Angebotsstruktur durch Realisierung des Planvorhabens gegenübergestellt. Die sonstigen Rahmenbedingungen werden als unverändert betrachtet, um den Effekt der Wettbewerbsbeeinflussung durch das Planvorhaben isoliert bewerten zu können. Selbstverständlich muss in der Realität im Lauf der Zeit auch mit Reaktionen der Marktteilnehmer und mit Änderungen sonstiger Rahmenbedingungen (Einwohnerzahlen, Kaufkraftniveau, Konsumentenverhalten, Bereitschaft zur Raumüberwindung etc.) gerechnet werden.

Bei Gegenüberstellung der Situation vor und nach Realisierung des Planvorhabens ergibt sich für jede Relation zwischen Wohnortbereichen (Kaufkraftherkunft) und Einkaufszielen (Kaufkraftbindung) eine Aussage zu möglichen Veränderungen. Je stärker ein neuer Wettbewerber Kaufkraft auf sich ziehen kann, die zuvor bestehenden Einkaufszielen zugeflossen ist, desto stärker sind Letztere absolut und relativ von der „Umverteilung“ betroffen.

Das eingesetzte Prognosemodell wurde bereits in zahlreichen Praxissituationen erprobt, so dass es zur Abschätzung der Auswirkungen von Einzelhandel auf die Kaufkraftbindung und die Wettbewerbssituation im Einzugsgebiet geeignet ist.

2 Standortbewertung und Projektbeschreibung

2.1 Makrostandort Bingen am Rhein

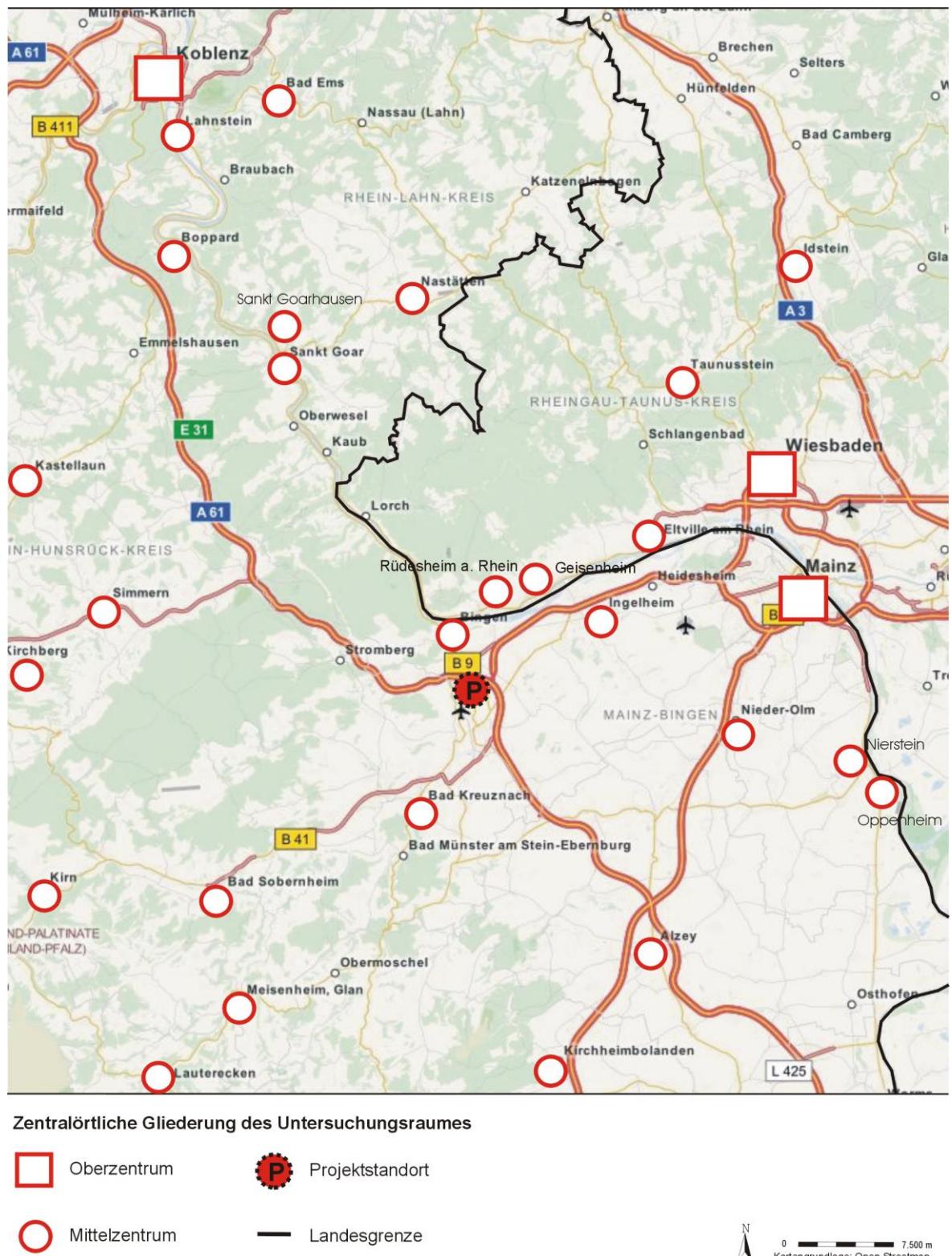
Die große kreisangehörige Stadt Bingen im Landkreis Mainz-Bingen übernimmt landesplanerisch die Funktionen eines Mittelzentrums für den Mittelbereich mit der Stadt Bingen sowie den Verbandsgemeinden Gensingen-Sprendlingen und Rhein-Nahe. Sie grenzt im Norden an die Stadt Rüdesheim, im Osten an die Städte und Gemeinden Ingelheim, Gau-Algesheim, Ockenheim und Appenheim, im Süden an die Gemeinden Aspisheim, Horrweiler, Gensingen und Grolsheim sowie im Westen an die Gemeinden Laubenheim, Münster-Sarmsheim, Weiler und Trechtingshausen.

Die nächst gelegenen Mittelzentren sind im Osten Ingelheim, im Süden Bad Kreuznach, im Westen Simmern und im Nordwesten St. Goar (vgl. Abbildung 1). Der Rhein stellt eine starke naturräumliche Zäsur dar. Es besteht zwar eine Autofährverbindung nach Rüdesheim (Mittelzentrum im Norden), die nächst gelegenen Straßenverbindungen über den Rhein in Mainz und in Koblenz befinden sich dagegen in relativ großer räumlicher Entfernung.

Für die überregionale Anbindung der Stadt Bingen sind die Bundesautobahnen A 61 Koblenz - Speyer und A 60 in Richtung Mainz von Bedeutung. Die Bundesstraßen 9, 41 und 50 sowie die Landesstraßen 419, 417, 414 und 214 stellen die wichtigsten Verkehrsachsen dar, welche die Stadt mit den benachbarten Städten und Gemeinden verbinden (vgl. Abbildung 2).

Die Bahnhöfe Bingen (Rhein) Hauptbahnhof, Bingen-Stadt und Bingen-Gaulsheim stellen den Anschluss an den schienengebundenen Nah- und Fernverkehr her (Nahetalbahn, Regionalverkehr entlang der linken Rheinstrecke und einzelne IC- und EC-Züge). Der öffentliche Personennahverkehr wird mit 7 Stadtbuslinien bedient.

Abbildung 1 Lage des Planstandortes in der Stadt Bingen und zentralörtliche Gliederung



Zentralörtliche Gliederung des Untersuchungsraumes

□ Oberzentrum

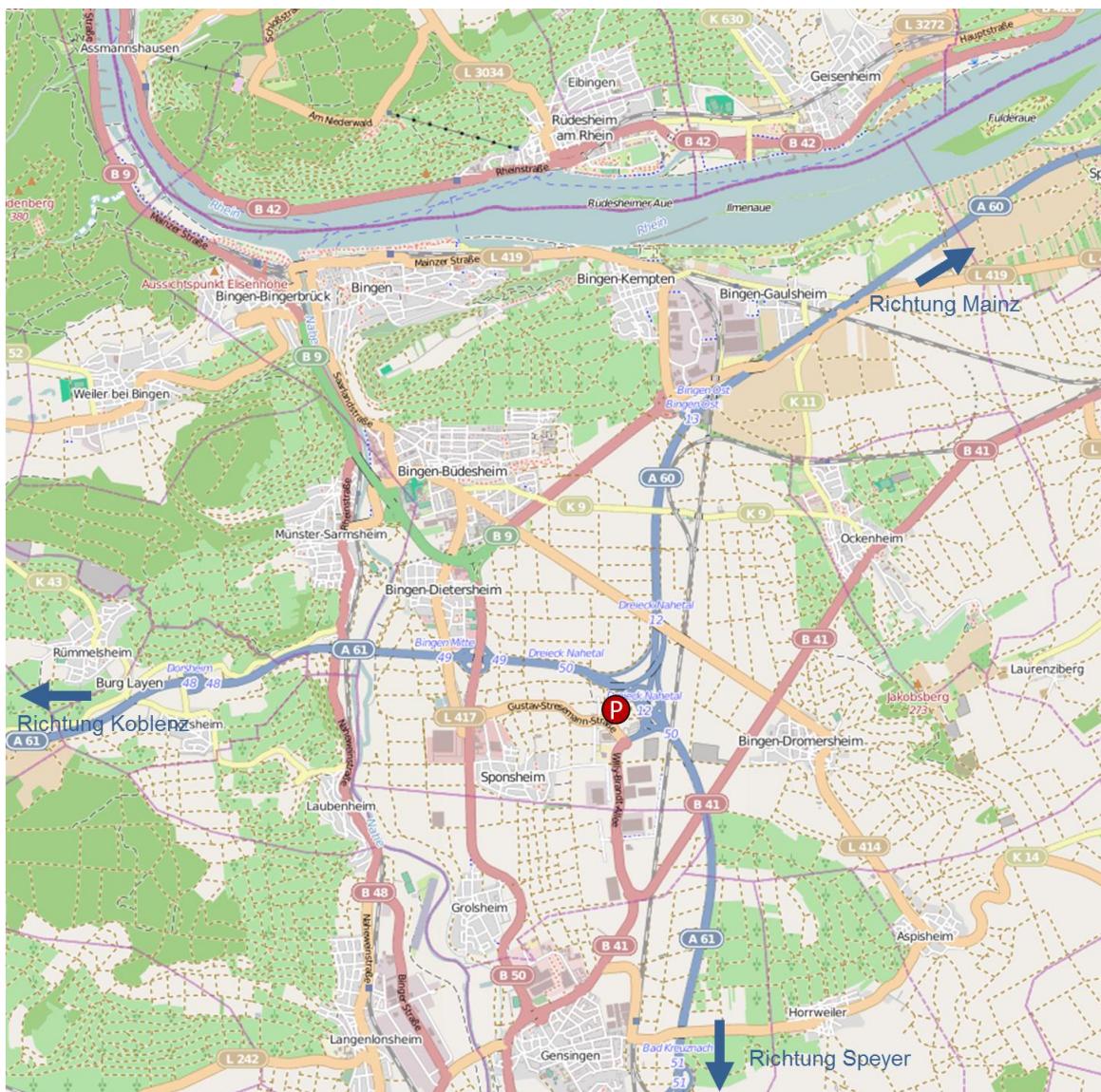
● P Projektstandort

○ Mittelzentrum

— Landesgrenze

Quelle: BBE-Darstellung

Abbildung 2 Verkehrsanbindung



Quelle: BBE-Darstellung

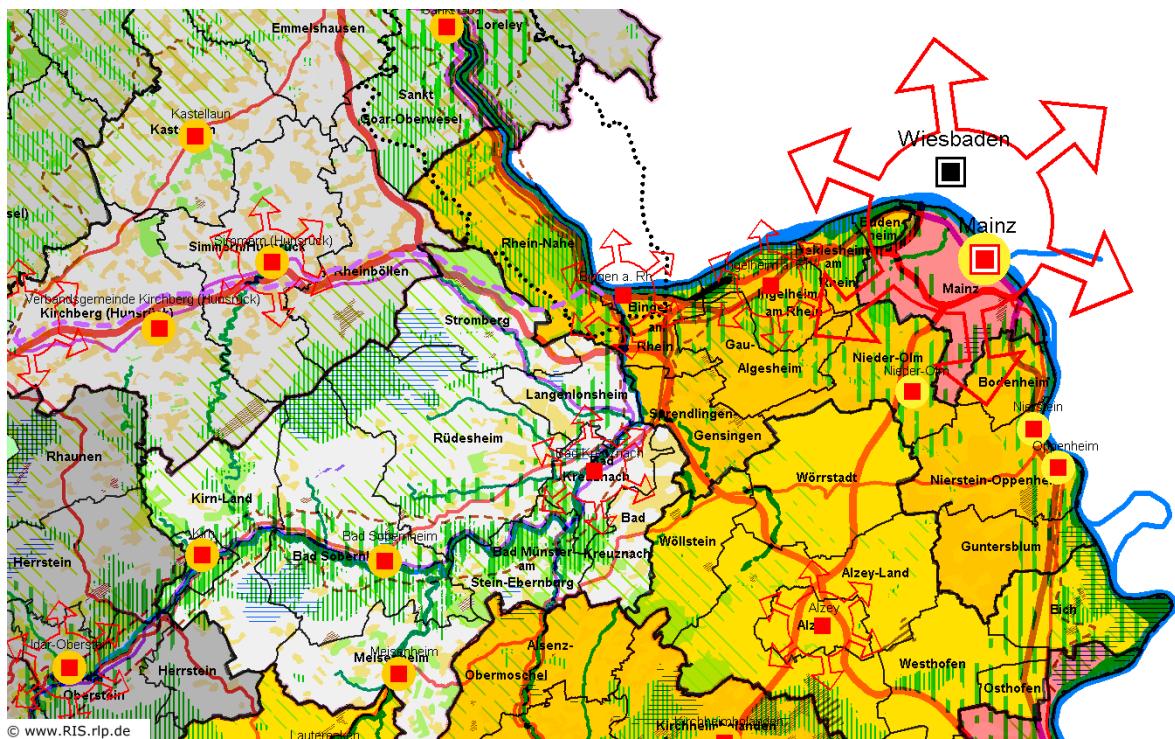
In der Stadt Bingen leben aktuell rd. 26.350 Einwohner, die sich auf die Kernstadt und 7 weitere Stadtteile verteilen. Mit einem Bevölkerungspotenzial von jeweils über 7.000 Einwohnern stellen die Kernstadt und der Stadtteil Büdesheim die einwohnerstärksten Bereiche dar.³

Im Zeitraum 2002 - 2012 verzeichnete die Stadt eine leicht negative Bevölkerungsentwicklung (ca. - 0,8 %), der eine positive Entwicklung im Landkreis Mainz-Bingen (ca. 3,0 %) gegenüber steht. Landesweit ist die Bevölkerungszahl um ca. 1,5 % geschrumpft.

³ Angaben der Stadt Bingen; Stand: 01.11.2013

Die Bevölkerungsvorausberechnung des Statistischen Landesamtes Rheinland-Pfalz aus dem Jahr 2010 lässt für die Stadt Bingen bis zum Jahre 2030 eine weiterhin negative Bevölkerungsentwicklung (ca. - 8,9 %) erwarten. Für den Kreis Mainz-Bingen wird für diesen Zeitraum eine positive Bevölkerungsentwicklung (ca. + 0,8 %) prognostiziert, während landesweit ein Bevölkerungsrückgang (ca. - 5,8 %) erwartet wird.

Abbildung 3 Makrostandort im Überblick



Quelle: RIS.rlp.de, Stand: 04/2014

2.2 Mikrostandort

Der Ansiedlungsstandort liegt im Gewerbegebiet Bingen/Grolsheim, der zum Stadtteil Bingen-Sponsheim zählt (vgl. Abbildung 4). Im Umfeld des aktuell ungenutzten Geländes befinden sich ein Autobahnkreuz mit Tankstelle und Gastronomiebetrieben, ein Lebensmittel Cash- & Carryhandel, ein Großhandel für Malerbedarf und ein Kfz-Handwerksbetrieb. Im weiteren Umfeld des durch das Autobahnkreuz geprägten Standortes sind zahlreiche Betriebs- und Lagerstätten von Logistikunternehmen ansässig. Zur Entwicklung, Erschließung und Vermarktung des Gewerbegebiets wurde ein Zweckverband von der Stadt Bingen, der Verbandsgemeinde Sprendlingen-Gensingen und der Ortsgemeinde Grolsheim gegründet.

Im Regionalen Raumordnungsprogramm Rheinhessen-Nahe wird der Gewerbeplatz Bingen/ Grolsheim aus regionalplanerischer Sicht als „besonderer Standort für Industrie und Gewerbe“ klassifiziert. Er ist vornehmlich für die Ansiedlung großflächiger Betriebe vorgesehen.⁴ Damit besteht bei Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebes mit nicht-innenstadtrelevantem Kernsortiment ein Zielkonflikt gegenüber der raumordnerischen Zielsetzung eines Vorrangstandortes für Gewerbe und Industrie.

Die Verkehrserschließung des Standortes erfolgt über die Autobahn A 60 mit der Anschlussstelle Nahetaldreieck mit Verbindung zur Landesstraße L 242 und zur Autobahn A 61. Aufgrund der direkten Anbindung und Sichtbeziehung, insbesondere zu den Autobahnen A 60 und A 61, verfügt der Planstandort über eine hohe Verkehrsgunst.

Abbildung 4 Luftbild zum Standortumfeld des Planvorhabens



Quelle: Luftbild der Stadt Bingen

Betrachtet man die Lagebeziehungen des Vorhabens zur Binger Innenstadt, so ist festzustellen, dass diese rd. 9 km vom Projektstandort entfernt ist. Somit sind keine nennenswerten Verbundeffekte im Rahmen des Einkaufs zwischen der Binger Innenstadt und dem Planstandort zu erwarten.

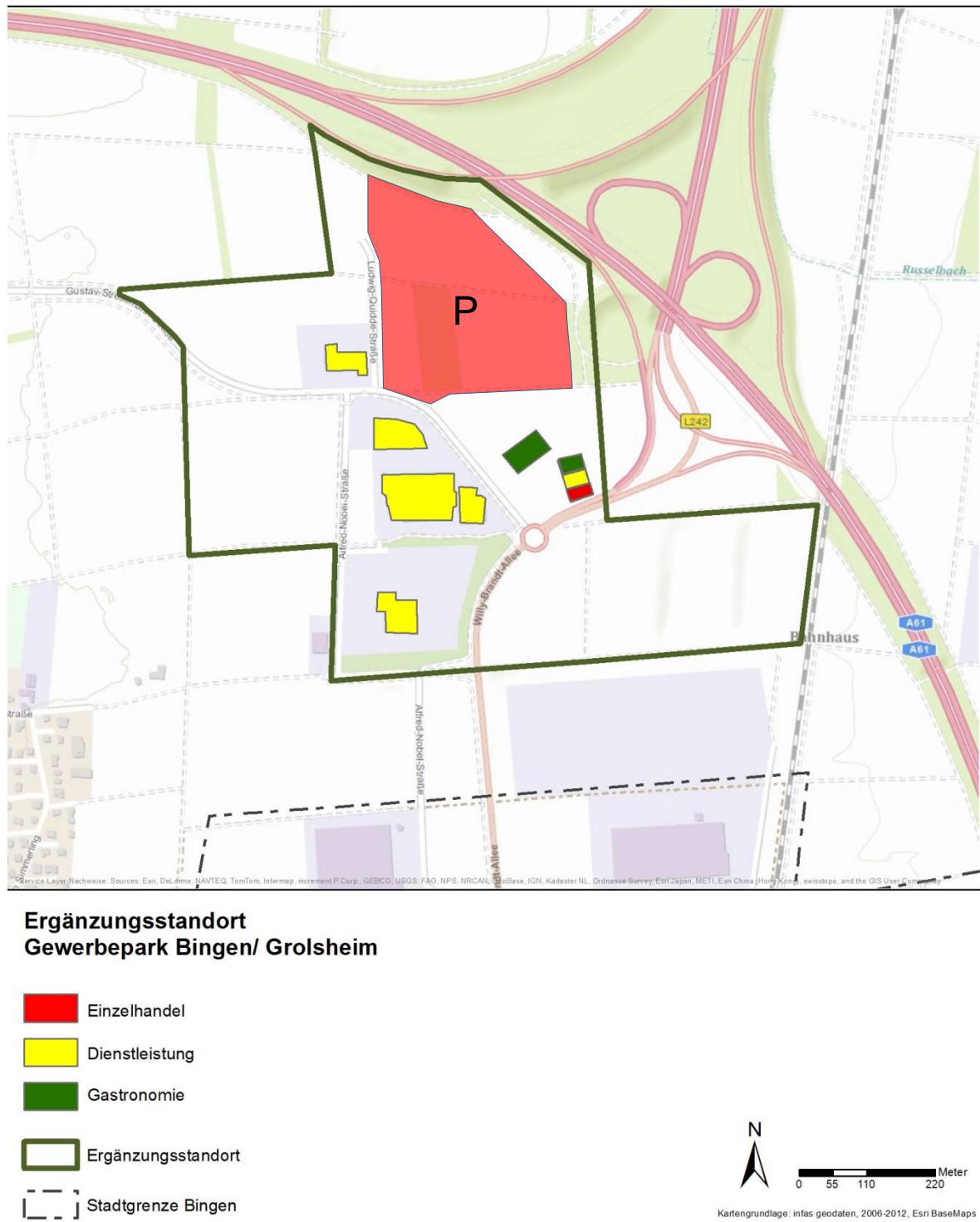
⁴ Planungsgemeinschaft Rheinhessen-Nahe, Regionaler Raumordnungsplan Rheinhessen-Nahe, 2004, Kapitel 2.3.2 Industrie und verarbeitendes Gewerbe, Ziel 2 und 3

Vielmehr wird der Standort im Einzelhandelskonzept als neuer Ergänzungsstandort für den großflächigen Einzelhandel mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten gemäß LEP IV-Ziel 59 empfohlen (vgl. Abbildung 5), da er eine optimale Verkehrserschließung und eine zentrale Lage im Mittelbereich (Bingen, VG Rhein-Nahe, VG Sprendlingen-Gensingen) aufweist, während im Ergänzungsstandort Gewerbegebiet Scharlachberg nur noch geringe Entwicklungsflächen im Rahmen einer überwiegend bestandsorientierten Entwicklung vorhanden sind.

Das zulässige Angebotsspektrum soll nach den Empfehlungen des Einzelhandelskonzeptes auf die Kernsortimente Möbel/ Einrichtungsbedarf sowie Bau- und Gartenbedarf beschränkt werden. Es handelt sich hierbei um Sortimente/ Betriebstypen, die einen hohen Flächenbedarf aufweisen, der an den bestehenden Standorten (insbesondere auch Gewerbegebiet Scharlachberg) perspektivisch nicht gedeckt werden kann. Damit kann dem Mittelzentrum Bingen mit der Ausweisung des zusätzlichen Ergänzungsstandortes gemäß LEP IV-Ziel 59 der notwendige Entwicklungsspielraum für die Versorgungsstrukturen im nicht-innenstadtrelevanten Angebotssegment eingeräumt werden. Die innenstadtrelevanten Randsortimente sind hinsichtlich Art und Umfang im Rahmen des Raumordnungsverfahrens/ Zielabweichungsverfahrens festzulegen. Sie stellen eine Auflage des Zielabweichungs-Bescheides dar. Als Vorbereitung sind die raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen des Ansiedlungsvorhabens zu untersuchen.

Der Stadtrat der Stadt Bingen hat in seiner Sitzung am 10.04.2014 das vorliegende Einzelhandelskonzept als Grundlage für weitergehende Planungsentscheidungen beschlossen. Die Standortentwicklung lässt sich somit aus dem Einzelhandelskonzept ableiten.

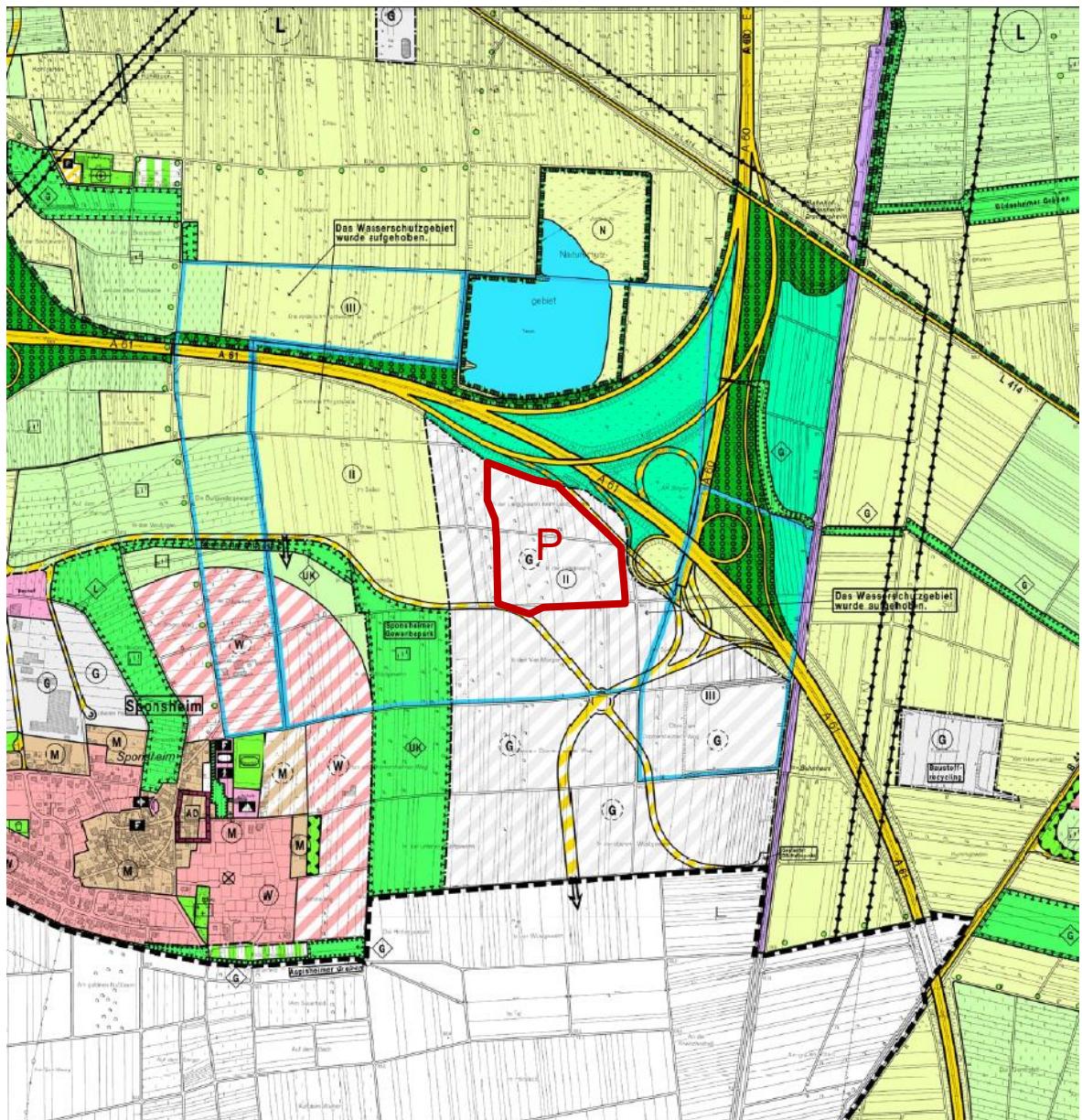
Abbildung 5 Ergänzungsstandort Gewerbepark Bingen/ Grolsheim des Einzelhandelskonzeptes



Quelle: BBE-Darstellung

Im Flächennutzungsplan (Stand: 1998) ist der Projektstandort als gewerbliche Baufläche dargestellt (vgl. Abbildung 6). Vor diesem Hintergrund wird eine Änderung des Flächennutzungsplanes und die Aufstellung eines Bebauungsplanes gemäß § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauN-VO) erforderlich.

Abbildung 6 Flächennutzungsplan der Stadt Bingen



Quelle: Stadt Bingen, Stand:1998

2.3 Projektskizze

Am Standort Gewerbepark Bingen/ Grolsheim ist die Errichtung eines Baukörpers mit einem Möbelhaus mit rd. 37.600 m² Verkaufsfläche und einem Möbel-Mitnahmemarkt mit ca. 7.400 m² Verkaufsfläche geplant. Auf dem Grundstück werden 1.025 Stellplätze realisiert (vgl. Abbildung 7). Das geplante Sortiments- und Verkaufsflächenkonzept sieht für beide Betriebe mit ca. 84 % den Sortimentsschwerpunkt bei Möbeln/ Küchen vor. Darüber hinaus ist eine Reihe von Einrichtungs-sortimenten projektiert, die das Möbelangebot in marktüblicher Form abrunden und hinsichtlich der Dimensionierung von untergeordneter Bedeutung sind.

Abbildung 7 Lageplan des geplanten Einrichtungszentrums



Quelle: Kleinpoppen Projekte, Stand 16.05.2014

Im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes wurde die Binger Sortimentsliste aufgestellt, die aufbauend auf den Strukturen im örtlichen Einzelhandel und der Marktentwicklung im deutschen Einzelhandel innenstadtrelevante und nicht-innenstadtrelevante Sortimente für die Stadt Bingen festlegt. Dabei wurden die innenstadtrelevanten Leitsortimente des LEP IV berücksichtigt. Innenstadtrelevante Sortimente zeichnen sich dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt prägend und daher für ein starkes und intaktes Versorgungszentrum bedeutsam sind. Dagegen sind als nicht-innenstadtrelevant Sortimente einzustufen, die nicht oder nur in geringem Umfang in der Innenstadt vertreten sind und für das innerstädtische Angebotsspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen. Vielfach können diese Sortimente aufgrund ihrer Beschaffenheit und der besonderen Standortanforderungen der auf sie spezialisierten Betriebe (z. B. großer ebenerdiger Flächenbedarf, starke Pkw-Orientierung, Sperrigkeit der Waren) kaum in innerstädtische Bereiche integriert werden.

Gemäß der Binger Sortimentsliste sind folgende Sortimente der projektierten Möbelanbieter als **innenstadtrelevant** zu bewerten:⁵

- Haushaltstextilien
- Beleuchtungsartikel, Lampen, Leuchten
- Keramische Erzeugnisse, Glaswaren (GPK), Haushaltsgegenstände
- Bilder/ -Rahmen, Deko-/ Geschenkartikel
- Babyerstausstattung, Hygiene, Spielwaren.

Dagegen sind folgende projektrelevante Sortimente gemäß Binger Sortimentsliste als **nicht-innenstadtrelevant** zu bewerten:

- Wohnmöbel, Küchen, Büromöbel
- Bettwaren inkl. Matratzen, Lattenroste
- Teppiche
- Kinderwagen/ Kindersitze
- Korbwaren

⁵ Vgl. BBE-Einzelhandelskonzept für die Stadt Bingen am Rhein, Februar/ März 2014, S. 66 ff, abweichend von den innenstadtrelevanten Leitsortimenten des LEP IV werden für die Stadt Bingen Teppiche, Baby- und Kinderartikel (insbesondere Kinderwagen, Autositze etc., nicht Bekleidung, Spielwaren) als nicht-innenstadtrelevant bewertet.

- Farben, Tapeten und Bodenbeläge.

Abbildung 8 Sortiments- und Verkaufsflächenkonzept des geplanten Möbelhauses und Möbel-Mitnahmemarktes

Sortimente	Möbelhaus	Möbel-Mitnahmemarkt	Planobjekt gesamt	
	Verkaufsfläche in m ²		in %	
Nicht-innenstadtrelevante Sortimente, davon	34.185	6.610	40.795	91
Möbel, Küchen	31.500	6.130	37.630	84
Bettwaren (inkl. Matratzen, Lattenroste)	1.215	240	1.455	3
Teppiche	950	125	1.075	2
Kinderwagen/ Kindersitze	245	-	245	1
Korbwaren	60	25	85	< 1
Farben, Tapeten, Bodenbeläge	215	90	305	1
Innenstadtrelevante Sortimente, davon	3.320	765	4.085	9
Haus- und Heimtextilien	800	120	920	2
Lampen, Leuchten	1.000	150	1.150	2
Glas, Porzellan, Keramik (GPK), Haushaltswaren	610	150	760	2
Bilder/ -Rahmen, Deko-/ Geschenkartikel	540	180	720	2
Babyerstausstattung (inkl. Hygiene, Spielwaren)	125	45	170	< 1
"Aktionswaren" (wechselnde Nebensortimente)*	245	120	365	1
Weitere Servicebereiche (Bäcker, Kiosk)	120	-	120	< 1
Sortimente gesamt	37.625	7.375	45.000	100

* nicht zuzuordnen, da Wechselsortiment, u. a. aus den Segmenten Haushalt, Glas/ Porzellan/ Keramik, Deko-/ Geschenkartikel, Gartenbedarf und -Möbel etc.

Quelle: Angaben des Projektentwicklers unter Berücksichtigung der Binger Sortimentsliste.

Der Sortimentsschwerpunkt des Planvorhabens entfällt mit rd. 84 % bzw. 37.630 m² auf die Möbel- und Küchenkernsortimente (vgl. Abbildung 8). Die Möbelbetriebe werden neben dem Möbelkernsortiment weitere einrichtungsbezogene Sortimente führen. Die sonstigen nicht-innenstadtrelevanten Sortimente (Bettwaren, Teppiche, Kinderwagen/ Kindersitze, Korbwaren, Farben/ Tapeten/ Bodenbeläge) nehmen hierbei eine Verkaufsfläche von rd. 3.165 m² ein, dies entspricht einem Verkaufsflächenanteil von rd. 7 %. Ein Großteil der Fläche soll durch die Sortimente Bettwaren und

Teppiche belegt werden. Auf die innenstadtrelevanten Sortimente entfallen nach dem vorgelegten Sortimentskonzept ca. 9 % der projektierten Gesamtverkaufsfläche (ca. 4.085 m² Verkaufsfläche). Dabei liegen die Angebotsschwerpunkte bei Lampen/ Leuchten, Haus- und Heimtextilien (Haus-, Tisch-, Bettwäsche), Glas/ Porzellan/ Keramik/ Haushaltswaren sowie Bilder, -Rahmen, Deko-/ Geschenkartikel.

Im Folgenden werden die einzelnen Sortimente des Planvorhabens bezüglich ihrer wettbewerblichen und städtebaulichen Auswirkungen überprüft, unabhängig von ihrer Einstufung als innenstadtrelevant bzw. nicht-innenstadtrelevant gemäß Binger Sortimentsliste. Somit können die durch die Planmaßnahme induzierten Umverteilungseffekte für jedes untersuchungsrelevante Sortiment abgeschätzt werden und eine Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen kann sortimentsgenau erfolgen.

3 Einzugsgebiet des Planvorhabens und Nachfragevolumen

3.1 Einzugsgebiet

Im Hinblick auf die Abgrenzung des perspektivischen Einzugsgebietes des Planvorhabens sowie die zu untersuchenden städtebaulichen Auswirkungen ist der Besatz mit den Anbietern aus untersuchungsrelevanten Segmenten im räumlichen Umfeld des Projektstandortes von maßgeblicher Bedeutung. Denn die räumliche Ausstrahlung und damit die Ausdehnung des Einzugsgebietes des Planvorhabens hängen in hohem Maße von der Attraktivität und der Ausstrahlung der typgleichen Mitbewerber ab. Damit wurde auch die Wettbewerbssituation analysiert (vgl. nachfolgendes Kapitel 3.1), um das betriebliche Einzugsgebiet abzugrenzen. Im Rahmen des vorliegenden Berichtes wird übersichtshalber zunächst die Darstellung des erwarteten Einzugsgebietes vorgenommen und danach die Wettbewerbssituation dargestellt.

Für die Einkaufsorientierung der Bevölkerung und damit die Abgrenzung des Einzugsgebietes von Einzelhandelsbetrieben sind grundsätzlich folgende Faktoren von Bedeutung:

- die Häufigkeit der Bedarfsdeckung in den geplanten Sortimentsbereichen,
- der vom Verbraucher in der Regel akzeptierte Zeit- und Wegeaufwand,⁶
- die projektrelevante Wettbewerbssituation, wie z. B. die Entfernung und die Attraktivität der relevanten Anbieter im engeren und weiteren Standortumfeld,
- die Attraktivität des Projektvorhabens, das durch die Betriebsgröße, die Leistungsfähigkeit und den Bekanntheitsgrad der Betreiber bestimmt wird,
- die Qualität des Projektstandortes, die aus der verkehrlichen Erreichbarkeit, der Lage zu Siedlungsschwerpunkten und aus vorhandenen Agglomerationseffekten resultiert,
- Barrierewirkungen ausgehend von den topographischen, verkehrlichen oder baulichen Gegebenheiten,
- traditionelle Einkaufsorientierungen der Bevölkerung,
- die zentralörtliche Funktion der Stadt.

⁶ Mit zunehmender Häufigkeit der Bedarfsdeckung und abnehmendem spezifischen Wert des nachgefragten Gutes nimmt der zum Einkauf akzeptierte Zeitaufwand ab. Dem zu Folge sind bei einem Angebot der Grundversorgung die Aktionsradien räumlich enger als bei Angeboten des langfristigen Bedarfsbereichs (z. B. Bau- und Gartenmarkt- sowie Möbelsortiment).

Der Einzugsbereich eines Standortes wird somit nicht nur durch die Attraktivität des Planvorhabens sowie durch die Siedlungsstruktur und die Verkehrsanbindung beeinflusst, sondern auch wesentlich durch die Ausstrahlung von Wettbewerbern vergleichbarer Größenordnung und Zielgruppenorientierung begrenzt.

Für die Einzugsgebietsabgrenzung der geplanten Möbelanbieter sind folgende Aspekte rahmengebend:

- Der Standort ist dem Großraum Mainz/ Wiesbaden mit einer großen regionalen Ausstrahlung zugeordnet. Auch die direkte Anbindung an die Autobahnen A 60 und A 61 ist für die räumliche Marktdurchdringung von Bedeutung.
- Die Sortimente sind überwiegend dem langfristigen Bedarf zuzurechnen, so dass die Kunden grundsätzlich bereit sind, größere Entfernungen für den Einkauf zurückzulegen.
- Als wesentliche Wettbewerber sind die regional bedeutsamen Möbelhäuser in den Städten Mainz, Wiesbaden, Mannheim, Kaiserslautern, Koblenz zu bewerten (vgl. nachfolgendes Kapitel 3.1).
- Die Größe von ca. 45.000 m² Verkaufsfläche und das umfassende Sortiment eines Möbelhauses bestimmen die Attraktivität des Planvorhabens.

Bei der Abgrenzung des Einzugsgebietes werden diese Faktoren berücksichtigt. In der Zone I sind aufgrund der Nähe die intensivsten Einkaufsverflechtungen zu erwarten. Demgemäß werden die Stadt Bingen und die direkten Nachbarkommunen dem engeren Marktgebiet zugeordnet.

In der Zone II ist der Planstandort innerhalb von ca. 30 Minuten Pkw-Fahrzeit erreichbar. Aufgrund der Nähe und guten Erreichbarkeit bietet das Planvorhaben eine attraktive Einkaufsalternative zu den hier ansässigen Wettbewerbern (v. a. Möbel Preiss in Kastellaun, Möbel Roller in Alzey), so dass in diesem Raum ebenfalls von höheren Marktanteilen auszugehen ist.

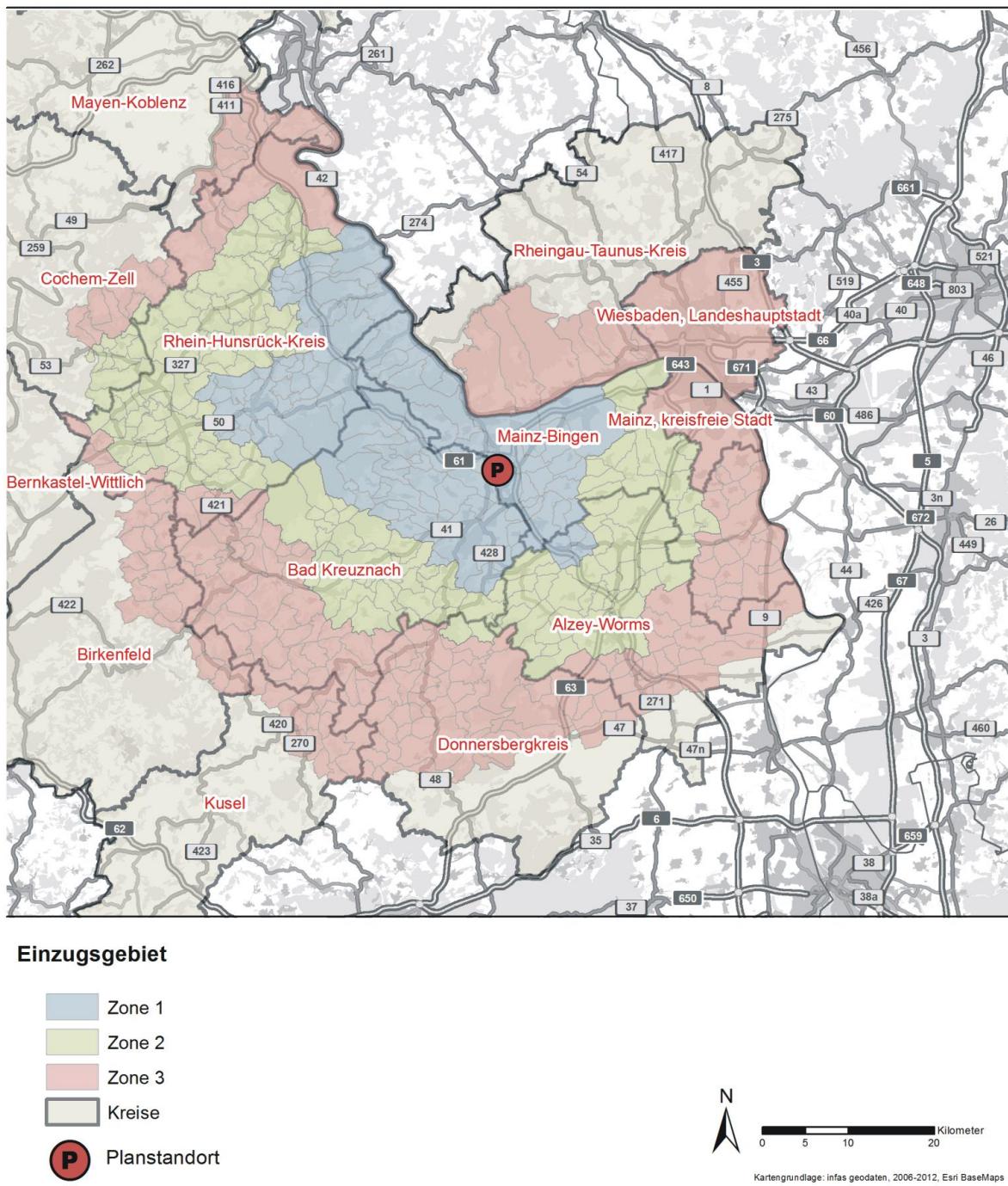
Für das Ferneinzugsgebiet können für Einkaufsfahrten im Möbeleinzelhandel - nach den Ergebnissen zahlreicher empirischer Studien für den Möbeleinzelhandel der BBE - Fahrtzeiten von bis 45 Minuten unterstellt werden. Vor dem Hintergrund der großräumlichen Wettbewerbssituation in Mannheim, Kaiserslautern, Koblenz und dem Rhein-Main-Raum sind hier bereits überlagernde Einzugsgebiete zu unterstellen, so dass nur begrenzte Einkaufsverflechtungen in Ansatz gebracht werden können.

Vor diesem Hintergrund ergibt die Prognoseberechnung ein perspektivisches Einzugsgebiet, das sich in drei Zonen unterschiedlich ausgeprägter Einkaufsintensitäten abgrenzen lässt (vgl. Abbildung 9):

- **Zone I:** Dem Kerneinzugsgebiet mit der höchsten Einkaufsintensität werden die Städte Bingen, Bad Kreuznach, Ingelheim sowie die Verbandsgemeinden Rhein-Nahe, Sprendlingen-Gensingen, Langenlonsheim, Stromberg, St. Goar-Oberwesel sowie Teile der Verbandsgemeinden Gau-Algesheim, Wöllstein, Wörrstadt, Bad Kreuznach, Bad Münster am Stein-Ebernburg, Rüdesheim Emmelshausen, Rheinböllen und Simmern mit aktuell rd. 218.000 Einwohnern zugerechnet.
- **Zone II:** Das erweiterte Einzugsgebiet umfasst die Gemeinde Budenheim, die Verbandsgemeinden Gau-Algesheim (tw.), Heidesheim, Nieder-Olm, Nierstein-Oppenheim (tw.), die Stadt Alzey, die Verbandsgemeinden Alzey-Land (tw.), Wöllstein (tw.), Wörrstadt (tw.), Bad Kreuznach (tw.), Bad Münster am Stein-Ebernburg (tw.), Bad Sobernheim (tw.), Rüdesheim (tw.), Emmelshausen (tw.), Kastellaun, Kirchberg (tw.), Simmern (tw.), Alsenz-Obermoschel (tw.), Zell-Mosel (tw.) mit derzeit zusammen rd. 206.730 Einwohnern.
- **Zone III:** Zur großräumlichen Verflechtungszone zählen die Verbandsgemeinden Bodenheim, Gunterblum, Nierstein-Oppenheim (tw.), Alzey-Land (tw.), Eich (tw.), die Gemeinde Kirn, die Verbandsgemeinden Bad Sobernheim (tw.), Kirn-Land (tw.), Meisenheim, Emmelshausen (tw.), Kirchberg (tw.), die Städte Boppard und Mainz, die Verbandsgemeinden Alsenz-Obermoschel (tw.), Göllheim (tw.), Kirchheimbolanden (tw.), Rockenhausen (tw.), Winnweiler (tw.), Lauterecken (tw.), Wolfstein (tw.), Herrstein (tw.), Rhaunen (tw.), Treis-Karden (tw.), Zell-Mosel (tw.), Rhens, Untermosel (tw.), die hessischen Städte/ Gemeinden Wiesbaden, Eltville, Geisenheim, Rüdesheim, Oestrich-Winkel, Wallruf und Kiedrich mit zusammen ca. 752.310 Einwohnern.

Das perspektivische Einzugsgebiet, dem alle Kommunen zugerechnet werden, in denen das Planvorhaben einen Marktanteil von über 4 % erreichen kann, weist somit ein Bevölkerungspotenzial von aktuell rd. 1.177.360 Einwohnern auf.⁷ Darüber hinaus können weitere Umsätze mit Kunden aus einem räumlich erweiterten Marktgebiet erzielt werden. Diese resultieren aus der Verkehrslage und können aufgrund der geringen Verflechtungsintensität nicht dem Einzugsgebiet zugerechnet werden (u. a. Pendler), so dass sie als **Streuumsätze** berücksichtigt werden.

⁷ Einwohner Stand 01.01.2012, Quelle: Nexiga GmbH 2013 (ehem. infas geodaten)

Abbildung 9 Einzugsgebiet

Quelle: BBE-Darstellung

3.2 Projektrelevantes Nachfragevolumen im prognostizierten Einzugsgebiet

Das für das Planvorhaben zur Verfügung stehende Nachfragevolumen ergibt sich aus der Multiplikation

- der Einwohnerzahl im Einzugsgebiet mit
- den sortimentsspezifischen Pro-Kopf-Ausgaben von 365 € für die nicht-innenstadtrelevanten Sortimente sowie 283 € für die innenstadtrelevanten Sortimente⁸
- gewichtet mit den sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffern.

Insgesamt steht dem Planvorhaben derzeit im perspektivischen Einzugsgebiet ein einrichtungsrelevantes Nachfragevolumen in Höhe von rd. 795 Mio. € im Jahr zur Verfügung (vgl. Abbildung 10). Diese Summe setzt sich aus rd. 448 Mio. € für die nicht-innenstadtrelevanten und rd. 347 Mio. € für die innenstadtrelevanten Sortimente der projektierten Möbelhäuser zusammen. Auf das Kerneinzugsgebiet (Zone I) entfallen hiervon rd. 18 % des Kaufkraftvolumens, auf das erweiterte Einzugsgebiet (Zone II) rd. 17 % und auf den Verflechtungsbereich der Zone III rd. 65 % des Nachfragepotenzials.

➔ Dem perspektivischen Einzugsgebiet (Zonen I - III) werden alle Kommunen zugerechnet, in denen das Planvorhaben größere Marktanteile (Marktanteile von mehr als 4 %) generieren kann. Streumsätze beziehen sich auf einen darüber hinausreichenden Verflechtungsbereich, in dem das Planvorhaben keine nennenswerten Marktanteile erzielen wird.

⁸ Für die die projektrelevanten Sortimente werden folgende Pro-Kopf-Ausgabe-Beträge in Ansatz gebracht: nicht-innenstadtrelevant: Möbel/ Küchen/ Korbwaren 304 €, Bettwaren 23 €, Farben/ Lacke/ Bodenbeläge/ Teppiche 38 €; innenstadtrelevant: Haus- und Heimtextilien 60 €, Lampen/ Leuchten 25 €, Glas/ Porzellan/ Keramik/ Haushaltswaren 96 €, Bilder/ -Rahmen/ Dekorations-/ Geschenkartikel 52 €, Baby- und Kinderausstattung 50 €; Quelle: BBE-Marktforschung 2013.

Abbildung 10 Projektrelevantes Nachfragevolumen im Einzugsgebiet

Kun- denher- kunfts- gebiet	Landkreis/ kreisfreie Stadt	Ein- wohner	Nachfragevolumen in Mio. €		
			Nicht- innenstadtre- levante Sor- timente	Innenstadt- relevante Sortimente	projektrele- vante Sorti- mente ge- sam
Zone I	LK Mainz-Bingen	90.021	35,5	27,4	62,9
	LK Alzey-Worms	4.415	1,6	1,3	2,9
	LK Bad Kreuznach	88.631	32,4	25,1	57,5
	LK Rhein-Hunsrück-Kreis	34.935	12,5	9,7	22,2
Zone I gesamt		218.002	82,0	63,5	145,5
Zone II	LK Mainz-Bingen	59.877	23,5	18,3	41,8
	LK Alzey-Worms	64.961	24,3	18,8	43,1
	LK Bad Kreuznach	33.569	11,9	9,2	21,1
	LK Rhein-Hunsrück-Kreis	43.465	15,1	11,7	26,7
	LK Donnersbergkreis	412	0,1	0,1	0,3
	LK Cochem-Zell	4.762	1,5	1,2	2,7
Zone II gesamt		207.046	76,4	59,3	135,7
Zone III	LK Mainz-Bingen	52.994	20,3	15,8	36,1
	LK Alzey-Worms	30.137	11,2	8,7	19,9
	LK Bad Kreuznach	33.201	11,3	8,8	20,1
	LK Rhein-Hunsrück-Kreis	22.258	7,9	6,1	14,0
	Stadt Mainz	200.957	78,6	60,9	139,5
	LK Donnersbergkreis	36.722	13,1	10,2	23,3
	LK Kusel	7.699	2,6	2,0	4,6
	LK Birkenfeld	11.384	3,8	3,0	6,8
	LK Cochem-Zell	2.714	0,9	0,7	1,6
	LK Mayen-Koblenz	15.364	5,8	4,5	10,3
	Stadt Wiesbaden	278.919	110,5	85,6	196,1
	LK Rheingau-Taunus-Kreis	59.963	23,2	17,9	41,1
Zone III gesamt		752.312	289,2	224,2	513,4
Zone I – III gesamt		1.177.360	447,6	347,0	794,6

Quelle: eigene Berechnung; Rundungsdifferenzen möglich

4 Wettbewerbssituation

4.1 Methodische Vorgehensweise

Nachstehend wird der Fokus zunächst auf die größeren Möbelanbieter als Hauptwettbewerber der geplanten Möbelhäuser gelegt. Anschließend erfolgt eine Betrachtung der zentralen Versorgungsbereiche im näheren Umfeld. Bei der Erhebung der zentralen Versorgungsbereiche stehen die Innenstädte im Vordergrund,⁹ da bei diesen zentralen Versorgungsbereichen der höchsten Hierarchiestufe die größten Angebotsüberschneidungen mit dem Planvorhaben zu erwarten sind.

Die Bestimmung des Untersuchungsraums für die Wettbewerbsanalyse orientiert sich an Fahrzeitzonen, die aus der Ausstrahlung eines Möbelanbieters (= langfristiger Bedarf), der geplanten Dimensionierung (Betriebsgröße von ca. 45.000 m² Verkaufsfläche) und den Standortrahmenbedingungen (u. a. gute Verkehrserreichbarkeit) resultieren.

Auf Basis zahlreicher eigener empirischer Studien für den Möbeleinzelhandel kann festgestellt werden, dass abhängig von der Wettbewerbssituation mit systemgleichen Betrieben (größeren Möbel- und Einrichtungshäusern) die höchsten Wettbewerbswirkungen für das nähere räumliche Umfeld eintreten. Die größte Ausstrahlungskraft kann ein Möbelanbieter innerhalb des engeren Einzugsgebietes (Zone I und II) entfalten. Demgemäß wird dieser Nahbereich einer differenzierten Analyse unterzogen, während für einen weiteren Umlandbereich nur deutlich geringere Marktwirkungen zu erwarten sind, die sich im Wesentlichen auf die systemgleichen Anbieter beziehen.

In den abgegrenzten **Zonen I und II** des Einzugsgebietes¹⁰ wurde der gesamte projektrelevante Einzelhandel (d. h. auch die untersuchungsrelevanten Teilsortimente von Betrieben mit anderem Umsatz- und Verkaufsflächenschwerpunkt) in den Innenstädten/ Ortskernen (zentralen Versorgungsbereiche) erhoben, da die Wettbewerbswirkungen aufgrund der räumlichen Nähe zum Planvorhaben tendenziell am stärksten sein werden.

Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche bezieht die Erhebung alle Möbelanbieter und Warengruppenspezialisten (z. B. Teppich-Fachmärkte, Matratzen-Fachmärkte) sowie sonstige Anbieter mit größeren Sortimentsüberschneidungen (z. B. Warenhäuser, Bau- und Heimwertermärkte, Sonderpostenmärkte) ein.

⁹ Die Neben- und Nahversorgungszentren können grundsätzlich bei der Betrachtung ausgeklammert werden, da aufgrund der zugewiesenen Versorgungsfunktionen nur geringe Angebotsüberschneidungen geben sind.

¹⁰ In die Wettbewerbsanalyse wurden die Mittelzentren Bad Kreuznach, Ingelheim, Simmern, St. Goar, Alzey, Nieder-Olm, Bad Sobernheim und Kirchberg einbezogen.

In der **Zone III** des Einzugsgebietes wurden die größeren Möbelhäuser und Möbelmitnahmemärkte mit min. 10.000 m² Verkaufsfläche erhoben, weil für diese Betriebe trotz der relativ großen Distanz noch Überschneidungen der Marktgebiete zu unterstellen sind. Für das Oberzentrum Mainz wurde die Wettbewerbsbetrachtung auf die Innenstadt (zentraler Versorgungsbereich) und die Möbelanbieter mit min. 2.500 m² Verkaufsfläche erweitert.

Außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes wurden die regional bedeutsamen großen Anbieter in die Wettbewerbsbetrachtung aufgenommen (i. d. R. Möbelhäuser mit min. 10.000 m² Verkaufsfläche). Damit überschreitet der Untersuchungsraum das prognostizierte Einzugsgebiet des Vorhabens. Die Ausdehnung des Untersuchungsraumes erlaubt es somit auch, die Fernwirkungen der Vorhaben in der Analyse darzustellen. Dabei wird auch berücksichtigt, dass sich - im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung - die größten Auswirkungen auf das engere Umfeld beziehen. Über den Untersuchungsraum hinausreichende Auswirkungen werden im Rahmen von Streumsätzen einbezogen.

Aufbauend auf der Erhebung der projektrelevanten Betriebe und Verkaufsflächen erfolgt eine betriebsbezogene Umsatzschätzung. Die zugrunde gelegten Flächenleistungen sind u. a. der Abbildung 11 und Abbildung 15 zu entnehmen.

4.2 Strukturprägende Möbelanbieter in der Region

Die größten Möbelanbieter in der Region sind sowohl im Hinblick auf die Abgrenzung des Einzugsgebietes als auch hinsichtlich der zu untersuchenden städtebaulichen Auswirkungen des geplanten Möbelmarktes von maßgeblicher Bedeutung (vgl. Abbildung 11 und Abbildung 12). Als strukturprägende Möbelanbieter werden in diesem Zusammenhang die Möbelanbieter verstanden, die die Branche in der Region zurzeit aufgrund ihrer großen Ausstrahlungskraft maßgeblich bestimmen. Somit handelt es sich hierbei angebotsseitig um Schlüsselbetriebe der Möbelbranche, die durch Wettbewerbsveränderungen infolge der Möbelhausansiedlung in Bingen am stärksten betroffen sein werden.

Die größten Einrichtungshäuser in der Region befinden sich in Mainz-Hechtsheim mit Möbel Martin (ca. 42.700 m² Verkaufsfläche), in Mannheim mit XXXL-Mann Mobilia (ca. 39.400 m²) und IKEA (ca. 17.200 m² Verkaufsfläche), in Kastellaun mit Möbel Preiss (ca. 24.000 m² inkl. Küchenhaus) sowie in Koblenz mit IKEA (ca. 17.000 m²). In Wiesbaden wird der regional bedeutsame Möbelanbieter XXXL-Mann Mobilia zurzeit neu gebaut (geplant ca. 43.000 m²). Darüber hinaus übernehmen die Möbelanbieter Möbel Mayer (ca. 7.200 m²) und Die Möbelfundgrube (ca. 6.500 m²) in Bad Kreuznach, Möbel Schwaab (ca. 16.750 m² in 3 Betriebsstätten) in Ingelheim, Segmüller (ca. 13.700 m² in 2 Polster- und Küchenhäusern) in Mannheim, Sconto (ca. 5.300 m²) in Simmern, Möbel Roller (ca. 6.300 m²) in Alzey, Möbel Martin (ca. 9.600 m²) in Meisenheim und Möbel Erfurth

(ca. 2.800 m²) in Nieder-Olm eine ergänzende Versorgungsbedeutung. In der Stadt Mainz wird das Möbelangebot neben Möbel Martin durch kleinere und mittlere Möbelanbieter geprägt. Die größten Verkaufsflächen entfallen auf die Anbieter Poco Domäne (ca. 6.850 m²), Möbel Boss (ca. 4.000 m²) und Küchen Kleie (ca. 3.500 m²).

Abbildung 11 Möbelanbieter > 2.500 m² Verkaufsfläche im Untersuchungsraum

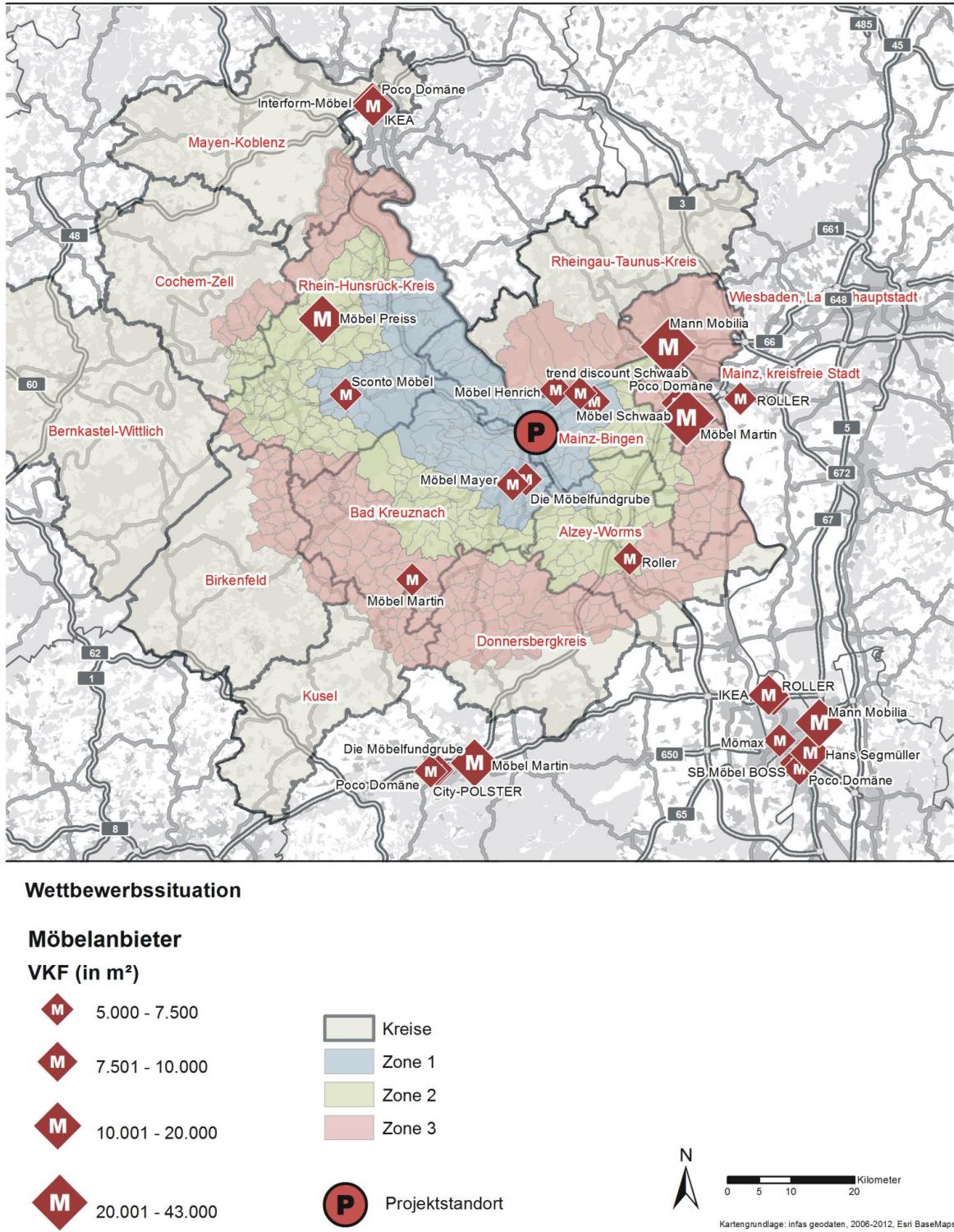
Wettbewerber	Zone des EZG	Verkaufsfläche in m ²			Umsatz in Mio. €		
		nicht-innenstadtrelevant	innenstadtrelevant	gesamt	nicht-innenstadtrelevant	innenstadtrelevant	gesamt
Möbel Mayer, Bad Kreuznach	I	7.100	100	7.200	11,2	0,3	11,5
Die Möbelfundgrube, Bad Kreuzn.	I	6.000	500	6.500	6,5	1,0	7,5
Möbel Schwaab, Ingelheim	I	5.500	200	5.700	7,7	0,5	8,2
Trend discount Schwaab, Ingelheim	I	7.600	750	8.350	10,8	1,7	12,5
Küchenwelt Schwaab, Ingelheim	I	2.700	-	2.700	6,7	-	6,7
Sconto Möbel, Simmern	I	4.500	800	5.300	4,7	1,8	6,5
Möbel Preiss, Kastellaun	II	18.600	2.800	21.400	22,7	9,3	32,0
Möbel Preiss Küchenwelt, Kas-tellaun	II	2.600	-	2.600	6,5	-	6,5
Möbel Roller, Alzey	II	5.400	900	6.300	5,5	1,9	7,4
Möbel Erfurth, Nieder-Olm	II	2.600	200	2.800	4,4	0,6	5,0
Möbel Martin, Mainz-Hechtsheim*	III	39.600	3.100	42.700	50,6	8,7	59,3
Poco Domäne, Mainz-Bretzenheim	III	5.700	1.150	6.850	5,9	2,2	8,1
Küchen Kleie, Mainz-Bretzenheim	III	3.500	-	3.500	8,7	-	8,7
Möbel-Boss, Mainz-Waisenau	III	3.600	400	4.000	3,6	0,9	4,5
XXL-Mann Mobilia, Wiesbaden**	III	8.800	600	9.400	10,8	1,8	12,6
Möbel Henrich, Geisenheim	III	5.000	500	5.500	7,4	1,5	8,9
Möbel Martin, Meisenheim	III	8.300	1.300	9.600	10,9	3,5	14,4
XXL-Mann Mobilia, Mannheim	./.	32.700	6.700	39.400	48,0	17,9	66,0
IKEA, Mannheim	./.	13.500	3.700	17.200	64,2	21,4	85,6
Segmüller Polster, Mannheim	./.	10.600	50	10.650	36,6	0,2	36,8
Segmüller Küchenhaus, Mannheim	./.	3.050	-	3.050	10,7	-	10,7
Möbel Martin, Kaiserslautern	./.	25.000	2.450	27.450	31,6	6,8	38,4
IKEA, Koblenz	./.	12.400	4.500	16.900	56,9	26,5	83,4
Interform-Möbel, Koblenz	./.	8.200	1.800	10.000	11,7	4,9	16,6
Poco Domäne, Koblenz	./.	4.800	600	5.400	5,2	1,5	6,7
Polster Aktuell, Koblenz	./.	3.200	200	3.400	3,2	0,4	3,6
Möbel Roller, Bischofsheim	./.	7.700	900	8.600	8,6	1,9	10,5
Segmüller, Weiterstadt	./.	k. A.	k. A.	35.000	k. A.	k. A.	190,0

* ca. 45.000 m² Verkaufsfläche genehmigt

** z. Zt. im Umbau/ Neubau (geplant 43.000 m² Verkaufsfläche)

Quelle: BBE-Erhebung Dezember 2013, eigene Berechnung (Werte gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen), Grundlage projektrelevante Sortimente, Gliederung der Zentrenrelevanz nach Binger Sortimentsliste (vgl. Kapitel 2.3)

Abbildung 12 Möbelanbieter > 5.000 m² im Großraum



Quelle: BBE-Erhebung Dezember 2013

Die Region um die Stadt Bingen verfügt damit insgesamt nur über eine vergleichsweise geringe Ausstattung mit großen Möbelhäusern. Wesentliche Versorgungsfunktionen kommen dem großen Möbelhaus Martin in Mainz sowie den regional bedeutsamen Anbietern in Ingelheim, Bad Kreuznach und Kastellaun zu. Demgemäß sind für diese Betriebe auch die größten Wettbewerbswirkungen zu erwarten. Gleichzeitig bedeutet die relativ geringe Möbelausstattung in der Region, dass Möbelkaufkraft aus der Region abfließt (u. a. nach Mannheim, Kaiserslautern, Koblenz, Wiesbaden, in das Rhein-Main-Gebiet).

Im Hinblick auf Randsortimente weist insbesondere IKEA ein umfassendes Angebot auf, während die Möbelanbieter in den Nachbarstädten Bad Kreuznach und Ingelheim bei max. 10 % liegen. Auch für Möbel Martin in Mainz-Hechtsheim liegt der Anteil innenstadtrelevanter Randsortimente bei rd. 7 % der Gesamtverkaufsfläche, während das Möbelhaus Preiss in Kastellaun einen Anteil von ca. 13 % belegt. Sortimentsbezogen ist das Verkaufsflächenangebot bei den Sortimenten Glas/ Porzellan/ Keramik sowie Haus- und Heimtextilien und Lampen/ Leuchten am größten. Daneben werden Bilder/ -Rahmen/ Deko-/ Geschenkartikel als möbeltypische Randsortimente angeboten.

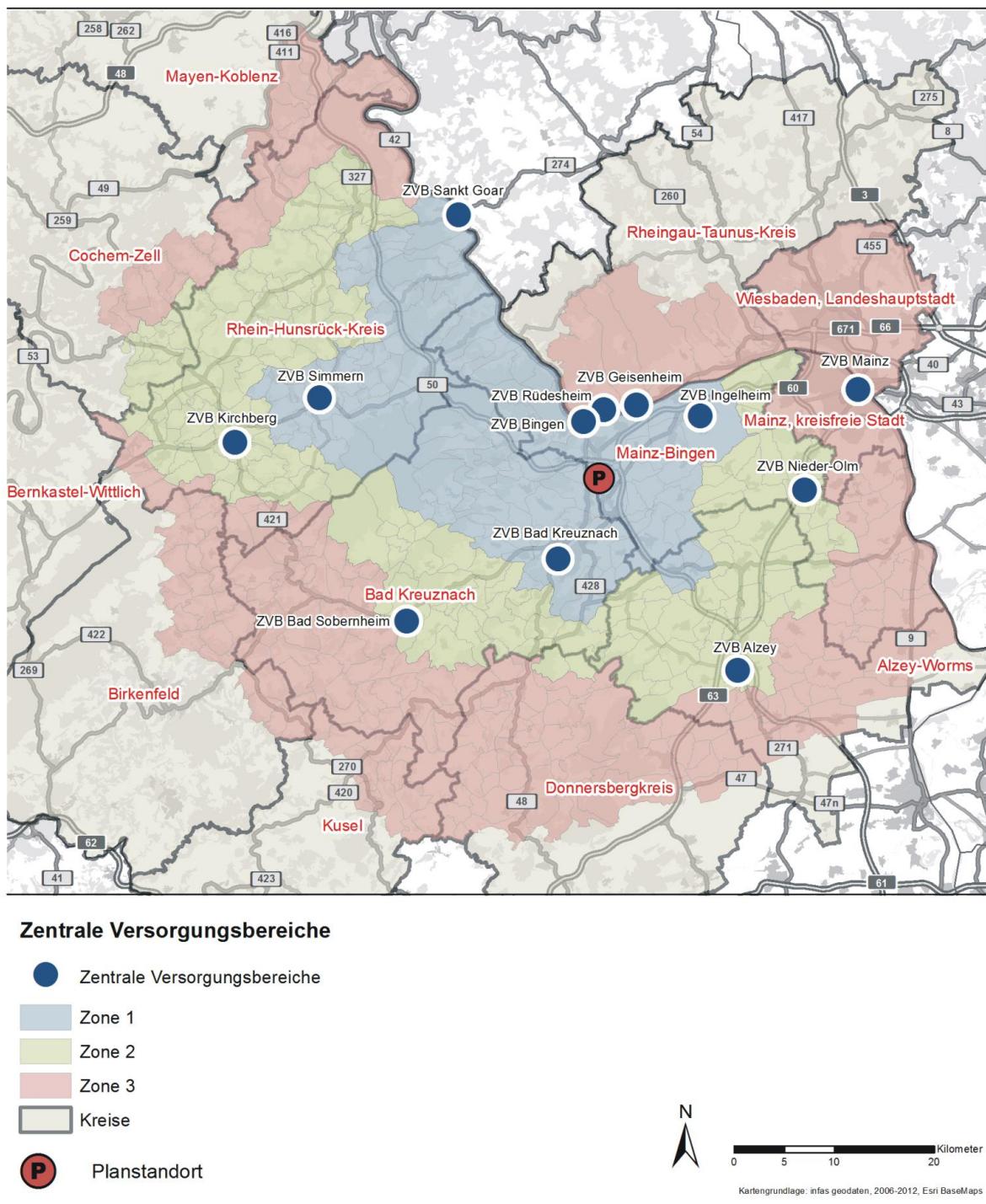
4.3 Zentrale Versorgungsbereiche

Die Betrachtung der zentralen Versorgungsbereiche bezieht sich auf die Innenstädte/ Ortskerne der zentralen Orte im Umland (vgl. Abbildung 13). Bei der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche wurde die faktische Prägung durch Einzelhandelsbetriebe zugrunde gelegt.¹¹

Im Rahmen einer Vor-Ort-Begehung wurde innerhalb der Innenstädte/ Ortskerne (zentralen Versorgungsbereiche) der Mittelpunkte der gesamte projektrelevante Einzelhandel erhoben, so dass auch untersuchungsrelevante Teilsortimente von Betrieben mit anderem Umsatz- und Verkaufsflächenschwerpunkt berücksichtigt wurden. Die Betrachtung der projektrelevanten Angebotssituation nach Sortimenten stellt die Grundlage zur Ermittlung der möglichen Umverteilungseffekte in den zentralen Versorgungsbereichen dar.

¹¹ Wenn kein Einzelhandelskonzept vorliegt, sind bei der Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches die tatsächlichen örtlichen Verhältnisse zu Grunde zu legen. Die Abgrenzungen der für die Auswirkungsanalyse verwendeten zentralen Versorgungsbereiche sind dem Anhang zu entnehmen. Im Sinne einer Worst-Case-Betrachtung wurden hierbei vor allem die Hauptgeschäftsbereiche berücksichtigt.

Abbildung 13 Untersuchte zentrale Versorgungsbereiche



Quelle: BBE-Darstellung

4.3.1 Bingen Innenstadt

Der zentrale Versorgungsbereich der **Binger Innenstadt** erstreckt sich entlang der Achse Basilikastraße, Speisemarkt, Kapuzinerstraße und der Querachsen Salzstraße, Rathausstraße und Schmittstraße (vgl. Abbildung 14).¹² In den angrenzenden Straßenabschnitten ist eine deutlich geringere Besatzdichte und Kundenfrequenz festzustellen. Der zentrale Versorgungsbereich stellt den nutzungsintensivsten und durch eine Mischung kleinstrukturierter und großflächiger Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe geprägten Einzelhandelsschwerpunkt dar.

Im Angebotssegment Möbel/ Küchen (inkl. Bettwaren und Elektrogeräte) weist die Innenstadt mit ca. 480 m² ein Angebot auf, das vor allem von kleineren Spezialisten getragen wird. Auch bei Teppichen sowie Farben/ Tapeten/ Bodenbelägen ist mit zusammen ca. 230 m² nur ein geringes innerstädtisches Angebot zu verzeichnen, so dass die Sortimente als nicht-innenstadtrelevant zu bewerten sind.

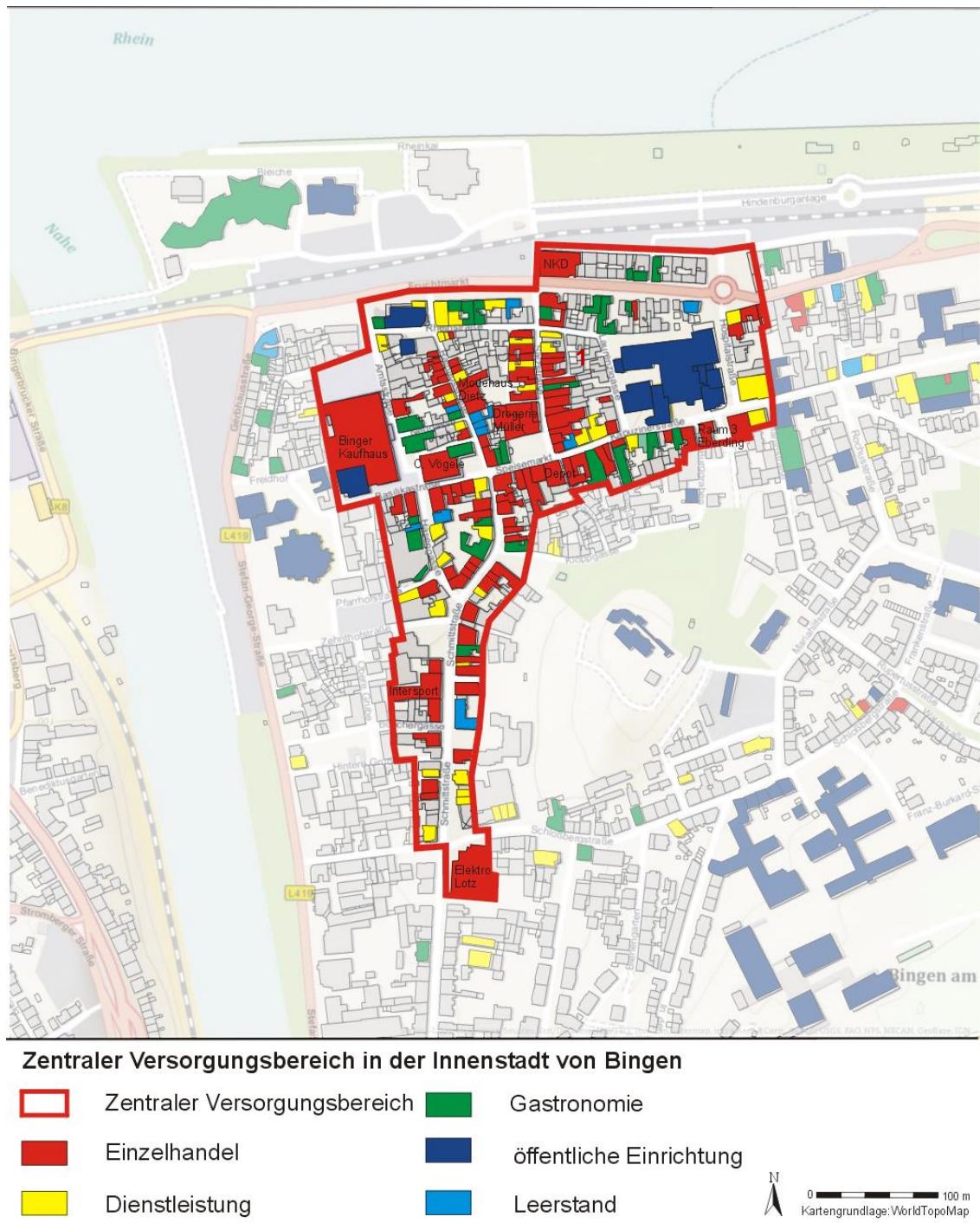
Der Einzelhandelsbesatz umfasst unterschiedliche Betriebsgrößen und Betriebstypen (Fachgeschäfte, Fachmärkte). Als Magnetbetriebe fungieren zur Zeit die größeren Bekleidungsanbieter Charles Vögele und Modehaus Dietz in Verbindung mit den benachbarten mittelgroßen Einzelhandelsgeschäften entlang der Achse Basilikastraße/ Speisemarkt (u. a. Drogerie Müller, Depot und verschiedenen kleineren Bekleidungsanbietern). Der Entwicklung der ehemaligen Hertie-Immobilie zu einem Einkaufszentrum ist eine starke Impulswirkung für die Weiterentwicklung der Binger Innenstadt beizumessen. Die derzeitige Zwischennutzung als Binger Kaufhaus trägt hingegen nicht zu positiven Verbundeffekten bei.

Die Binger Innenstadt weist 113 Einzelhandelsbetriebe mit ca. 13.400 m² Verkaufsfläche auf und ist damit ein attraktiver Einkaufsbereich mit einer Ausstrahlungskraft vor allem für die ortsansässige Bevölkerung.

Im Hinblick auf den projektrelevanten Einzelhandel in der Binger Innenstadt handelt es sich überwiegend um Teilsortimente einzelner Anbieter und um kleinere Einzelhandelsbetriebe mit projektrelevantem Kernsortiment. Sortimentsüberschneidungen sind nur für 40 der insgesamt 113 Einzelhandelsbetriebe der Innenstadt festzustellen. Dabei ist das Angebot bei den Sortimenten Glas, Porzellan, Keramik (GPK)/ Haushaltswaren sowie Bilder/ -Rahmen, Deko-/ Geschenkartikeln am größten (zusammen ca. 2.750 m² Verkaufsfläche, vgl. Abbildung 15).

¹² Zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt vgl. BBE-Einzelhandelskonzept für die Stadt Bingen, Februar/ März 2014

Abbildung 14 Zentraler Versorgungsbereich Bingen-Innenstadt



Quelle: BBE-Einzelhandelskonzept für die Stadt Bingen

Der flächengröße Anbieter ist das Binger Kaufhaus mit zusammen ca. 1.600 m² Verkaufsfläche für die projektrelevanten Sortimente, das jedoch im Zuge der projektierten Umgestaltung der ehemaligen Hertie-Immobilie zu einem innerstädtischen Einkaufszentrum geschlossen wird. Darüber hinaus belegen Filialisten wie Depot und Fachgeschäfte wie Raum3 Ebelding Flächen zwischen 300 und 400 m² je Betrieb, während ansonsten kleinere Betriebseinheiten vorherrschen (u. a. Lampen Henrich, Rosenhauer & Kunz, Lanz Interior, Galerie für schönes Wohnen, Drahtschmidt-Küchen- und Wohnwerkstatt).

Im Fazit weist die Binger Innenstadt einen differenzierten Einzelhandelsbesatz auf, der vor allem von den innenstadtypischen Sortimenten Bekleidung, Schuhe und sonstiger persönlicher Bedarf geprägt ist. Damit übernimmt die Innenstadt mittelpzentrale Versorgungsfunktionen insbesondere für die Binger Wohnbevölkerung. In den projektrelevanten Sortimenten ist ein spezialisiertes Angebot charakteristisch, das sich auf relativ wenige Betriebe bezieht. Im Verhältnis zum innerstädtischen Einzelhandelsangebot von insgesamt ca. 13.400 m² ist die projektrelevante Verkaufsflächenausstattung jedoch untergeordnet, da nur rd. ein Drittel der innerstädtischen Verkaufsfläche auf projektrelevante Kern- und Randsortimente entfällt. Die Wettbewerbswirkungen werden damit begrenzt sein und sich auf wenige Spezialanbieter mit projektrelevanten Kernsortimenten beziehen.

Abbildung 15 Projektrelevanter Einzelhandel in den Innenstädten/ Ortskernen der Mittel-/Oberzentren in der Region

Innenstadt/ Ortskern (ZVB)	Bingen		Bad Kreuznach		Ingelheim		St. Goar		Simmern		Zone I	
projektrelevante Sortimente	VKF in m ²	Ums. in Mio. €										
Möbel, Küchen, Korbwaren	530	1,3	1.430	3,4	150	0,4	-	-	40	0,1	2.150	5,2
Bettwaren (inkl. Matratzen, Lattenroste)	100	(*)	-	-	10	(*)	-	-	10	(*)	120	(*)
Teppiche	110	0,1	250	0,3	-	-	-	-	-	-	360	0,4
Kinderwagen/ Kindersitze	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Farben, Tapeten, Bodenbeläge	120	0,2	90	0,1	40	(*)	-	-	10	(*)	260	0,3
nicht-innenstadtrelevante Sortimente gesamt	860	1,6	1.770	3,8	200	0,4	-	-	60	0,1	2.890	5,9
Haus- und Heimtextilien	400	0,3	640	1,5	190	0,3	-	-	240	0,5	1.470	2,6
Lampen, Leuchten	180	0,6	50	0,2	10	(*)	-	-	-	-	240	0,8
Glas, Porzellan, Keramik (GPK), Haushaltswaren	2.240	1,9	1.400	3,3	210	0,5	220	0,5	390	1,2	4.460	7,4
Bilder/ -Rahmen, Deko-/ Geschenkartikel	510	1,4	340	0,9	310	1,0	20	0,1	20	(*)	1.200	3,4
Babyerstausstattung (inkl. Hygiene, Spielwaren)	360	1,0	780	2,6	460	1,7	30	0,1	50	0,1	1.680	5,5
innenstadtrelevante Sortimente gesamt	3.690	5,2	3.210	8,5	1.180	3,5	270	0,7	700	1,8	9.050	19,7
Projektrelevante Sortimente gesamt	4.550	6,8	4.980	12,3	1.380	3,9	270	0,7	760	1,9	11.940	25,6

(*) marginal

Quelle: BBE-Erhebung Dezember 2013, eigene Berechnung (Werte gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

Fortsetzung: Projektrelevanter Einzelhandel in den Innenstädten/ Ortskernen der Mittel-/Oberzentren in der Region

Innenstadt/ Ortskern (ZVB)	Nieder-Olm		Alzey		Bad Sobernheim		Kirchberg		Zone II		Mainz	
projektrelevante Sortimente	VKF in m ²	Ums. in Mio. €	VKF in m ²	Ums. in Mio. €	VKF in m ²	Ums. in Mio. €	VKF in m ²	Ums. in Mio. €	VKF in m ²	Ums. in Mio. €	VKF in m ²	Ums. in Mio. €
Möbel, Küchen, Korbwaren	30	0,1	60	0,1	-	-	80	0,2	170	0,4	6.600	17,7
Bettwaren (inkl. Matratzen, Lattenroste)	-	-	90	0,1	-	-	40	(*)	130	0,1	130	0,2
Teppiche	-	-	80	0,1	-	-	-	-	80	0,1	360	0,4
Kinderwagen/ Kindersitze	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	580	1,0
Farben, Tapeten, Bodenbeläge	20	(*)	990	1,2	-	-	70	0,1	1.080	1,3	520	0,6
nicht-innenstadtrelevante Sortimente gesamt	50	0,1	1.220	1,5	-	-	190	0,3	1.460	1,9	8.190	19,9
Haus- und Heimtextilien	50	0,1	360	0,6	80	0,2	100	0,2	590	1,1	2.830	6,7
Lampen, Leuchten	-	-	10	0,1	-	-	-	-	10	0,1	1.000	5,7
Glas, Porzellan, Keramik (GPK), Haushaltswaren	120	0,3	300	0,8	120	0,3	70	0,1	610	1,5	3.640	11,9
Bilder/ -Rahmen, Deko-/ Geschenkartikel	40	0,1	110	0,3	100	0,2	50	0,3	300	0,9	170	0,6
Babyerstausstattung (inkl. Hygiene, Spielwaren)	-	-	100	0,2	-	-	60	0,1	160	0,3	930	2,4
innenstadtrelevante Sortimente gesamt	210	0,5	880	2,0	300	0,7	280	0,7	1.670	3,9	8.570	27,3
Projektrelevante Sortimente gesamt	260	0,6	2.100	3,5	300	0,7	470	1,0	3.130	5,8	16.760	47,2

(*) marginal

Quelle: BBE-Erhebung Dezember 2013, eigene Berechnung (Werte gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

4.3.2 Innenstädte der benachbarten Mittelzentren

Analog zu dem zentralen Versorgungsbereich der Binger Innenstadt werden die Innenstädte und Ortskerne der mittelzentralen Nachbargemeinden (Zone I und II des abgegrenzten Einzugsgebietes) im Hinblick auf ihre Projektrelevanz dargestellt und bewertet (vgl. Abbildung 15). Für die einzelnen Sortimente ist folgende Angebotssituation gegeben:

- Das untersuchungsrelevante Kernsortiment Möbel/ Küchen wird nur in Bad Kreuznach (u. a. Der Küchenmarkt, Casa Due, Küchen Galeria) in der Innenstadt angeboten. Für die anderen untersuchten Zentren beschränkt sich das Angebot auf kleinteilige Möbel- und Küchenangebote und Einrichtungsrandsortimente.
- Bodenbeläge, Farben, Tapeten etc. werden in den Zentren der untersuchten Gemeinden nur auf kleinen Ergänzungsflächen angeboten. Einzig in Alzey ist ein Anbieter für Bodenbeläge in der Innenstadt ansässig (Fussboden Zentrale).
- Auch bei Teppichen ist nur ein sehr geringes Angebot in den betrachteten Zentren des näheren Einzugsgebietes festzustellen. Ein bedeutsames Angebot ist in der Bad Kreuznacher Innenstadt (u. a. Fuchs Teppichhaus, Ota-Teppiche) vorhanden.
- Ein größeres Angebot bei Lampen/ Leuchten besteht in den Innenstädten der Nachbarkommunen nicht. Es handelt sich ausschließlich um kleinere Nebenflächen.
- Bei Haus- und Heimtextilien weisen die Zentren ebenfalls nur ein eingeschränktes Angebot auf, das sich vor allem auf Randsortimente von Kauf- und Warenhäusern (Galeria Kaufhof, Textilhaus Stenger in Bad Kreuznach, Woolworth in Ingelheim) und kleinteilige Fachgeschäfte für Raumausstattung u. ä. beschränkt. Das größte Angebot mit ca. 640 m² ist in der Bad Kreuznacher Innenstadt vorzufinden.
- Die größte Angebotsvielfalt in den untersuchten Zentren ist bei dem Sortiment Glas, Porzellan, Keramik (GPK) und Haushaltswaren festzustellen. Neben den Randsortimenten der Warenhäuser und Fachmärkte sind auch Fachgeschäfte vorhanden (u. a. Porzellan Rüdiger in Simmern, Trendhaus Kochen-Schenken in Alzey), so dass eine innenstadtypische Versorgung vorhanden ist.
- Das Angebot bei Bildern/ Bilderrahmen, Deko-/ Geschenkartikeln ist auf kleine Verkaufsflächen beschränkt. Dabei stehen neben den Warenhäusern Fotogeschäfte, Galerien und Geschenkartikelläden im Vordergrund des Angebotes in den Zentren.
- Im Bereich der Babyausstattung beschränken sich die Angebotsstrukturen in den Mittelzentren auf Fachgeschäfte und Warenhäuser mit den Sortimenten Spielwaren und Hygiene.

Dagegen sind keine Angebotsstrukturen im Bereich der Babyartikel (Babymöbel, Kinderwagen, Babytragen, Kindersitze etc.) vorzufinden.

4.3.3 Mainzer Innenstadt

Eine übergeordnete Ausstrahlungskraft kann die Mainzer Innenstadt entfalten. Von den ca. 630 Betrieben der Innenstadt weisen ca. 56 Einzelhandelsanbieter ein projektrelevantes Angebot auf. Wichtige Magnetfunktionen übernehmen die Warenhäuser Karstadt¹³ und Galeria Kaufhof, die vor allem bei Glas, Porzellan, Keramik/ Haushaltswaren sowie Haus- und Heimtextilien Sortimentsüberschneidungen mit dem Planvorhaben aufweisen. Darüber hinaus weist die Mainzer Innenstadt im Bereich der Möbel/ Küchen 28 Betriebe mit einem Spezialangebot (u. a. Antiquitäten, Office-Möbel, Betten) bzw. einem hochpreisigen Sortiment (u. a. Inside Möbel und Accessoires, Mondo Möbel, Roelo Wohnart, Kamp Mainz) auf.

Das Sortiment Teppiche wird in der Mainzer Innenstadt von zwei kleineren Betrieben angeboten (Teppichgalerie Said, Orientteppichhaus Peseschkian). Auch Bettwaren und Farben/ Tapeten/ Bodenbeläge sind im Mainzer Innenstadtangebot nur auf kleinen Flächen vorhanden. Im Bereich der Babyausstattung sind vor allem die Geschäfte Baby Walz, La Culla Babyausstattung und Wirtz Der Kinderladen prägend, die neben innenstadtrelevanten Sortimenten der Babytextilien, -Spielwaren und -Pflegeartikel auch Kinderwagen, Autositze und sonstige großformatige Babyeinrichtungsgegenstände anbieten.

Im Bereich der Haus- und Heimtextilien sind in der Mainzer Innenstadt ebenfalls nur begrenzte Verkaufsflächenkontingente vorzufinden (ca. 2.800 m²), davon entfallen ca. 1.900 m² auf die Warenhäuser Karstadt und Galeria Kaufhof.

Lampen und Leuchten werden in der Innenstadt von zwei Fachgeschäften (Lichthaus Lerch, Nosotros Lichtstudio) sowie als Randsortimente der Einrichtungsanbieter und des Karstadt Warenhauses auf relativ kleinen Flächen angeboten.

Die Sortimente Glas/ Porzellan/ Keramik/ Haushaltswaren sowie Bilder/ -Rahmen/ Deko-/ Geschenkartikel werden von einer Vielzahl von Betrieben geführt. Dabei sind neben den innerstädtischen Warenhäusern (zusammen ca. 2.300 m²) vor allem kleinere und mittlere Anbieter (u. a. Depot, WMF, Moritz Haushaltswaren, Porzellan Plock) prägend, so dass ein relativ vielfältiges Angebot vorhanden ist.

¹³ Im Zuge der Ansiedlung eines innerstädtischen Einkaufszentrums an der Ludwigstraße wird das Karstadt Warenhaus schließen.

4.3.4 Fazit

Zusammenfassend lässt sich in Bezug auf die Wettbewerbssituation Folgendes festhalten:

- Die Einzelhandelsausstattung weist in den meisten Innenstädten/ Ortskernen im Untersuchungsgebiet eine vergleichsweise geringe Sortimentsüberschneidung mit dem Planvorhaben auf. Dabei ist von Bedeutung, dass die projektrelevanten Sortimente innerhalb der Zentren zumeist nur eine geringe Bedeutung einnehmen.
 - Angebotsüberschneidungen zwischen den Planvorhaben und den zentralen Versorgungsbereichen beziehen sich vor allem auf die Sortimente Glas, Porzellan, Keramik (GPK)/ Haushaltswaren sowie Haus- und Heimtextilien. Ein bedeutsames Angebot bei Lampen / Leuchten ist nur in den Innenstädten von Bingen und Mainz vorzufinden. Kinderwagen/ Kindersitze und andere großformatige Babyausstattung wird ausschnittsweise nur in der Mainzer Innenstadt angeboten. Die Sortimente Bettwaren, Teppiche und Bodenbeläge/ Farben/ Tapeten sind in keinem der untersuchten zentralen Versorgungsbereiche als zentrenprägend zu bewerten.
 - Insbesondere das Möbelkernsortiment wird in den untersuchten Innenstädten/ Ortskernen nur in sehr geringem Maße angeboten, es dominieren schon heute an dezentralen Standorten außerhalb der Innenstädte/ Ortskerne ansässige Anbieter. Das innerstädtische Angebot bezieht sich auf Spezialanbieter, die nur geringe Angebotsüberschneidungen zu einem Möbelhaus bzw. einem Möbel-Mitnahmemarkt entfalten.
 - Dem projektrelevanten Einzelhandel ist in den meisten zentralen Versorgungsbereichen nur eine eingeschränkte, auf den lokalen Kontext bezogene Versorgungsbedeutung zuzuweisen. Bei den Anbietern handelt es sich überwiegend um kleinteilige Fachgeschäfte, denen aufgrund ihrer begrenzten Verkaufsflächen keine größere Versorgungsbedeutung beizumessen ist. Hinzu kommen mehrere Mehrbranchenbetriebe, die projektrelevante Sortimente als Randsortimente auf begrenzter Fläche anbieten.
 - Im großflächigen Möbelangebot gibt es in der Region ausgeprägte Angebotskonzentrationen. Eine regionale Bedeutung kommt dabei vor allem den Möbelstandorten Mainz-Hechtsheim, Bad Kreuznach, Ingelheim und Kastellaun zu, die aufgrund der räumlichen Nähe auch für das Planvorhaben von besonderer Relevanz sind.
- ➔ Insgesamt lässt sich festhalten, dass die projektrelevanten Angebotsstrukturen vor allem bei den nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten durch Fachmärkte in dezentralen Standortlagen geprägt wird. Auch bei den projektierten innenstadtrelevanten Sortimenten sind nur geringe Angebotsüberschneidungen mit den innerstädtischen Fachgeschäften und Warenhäusern gegeben.

Die größeren Möbelanbieter im Untersuchungsraum, die sich fast alle außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche befinden, sind somit sowohl im Hinblick auf die Abgrenzung des Einzugsgebietes als auch hinsichtlich der zu untersuchenden städtebaulichen Auswirkungen der geplanten Möbelhäuser von Bedeutung. Das aktuelle Wettbewerbsgefüge im Umland des Planvorhabens wird derzeit im Wesentlichen von diesen Anbietern geprägt.

5 Absatzwirtschaftliche und städtebauliche Auswirkungen

5.1 Umsatzerwartung und Umsatzherkunft

Die Prognose des Umsatzes, den das Planvorhaben mit einer Verkaufsfläche von insgesamt rd. 45.000 m² in Bingen erzielen wird, bildet die Voraussetzung für die Bestimmung der zu erwartenden Umsatzumlenkungen und der hierdurch möglicherweise hervorgerufenen städtebaulichen Auswirkungen.

Die Umsatzerwartung des Planvorhabens hängt zum einen von der Verkaufsflächengröße und von der Sortimentsaufteilung der Betriebe ab. Zum anderen nehmen aber auch das Bevölkerungspotenzial im Einzugsgebiet, die Gesamtattraktivität des Standortes und die Intensität des Wettbewerbs Einfluss auf den zu erwartenden Umsatz.

In der nachfolgenden Tabelle sind die Marktanteile für die projektierten Möbelhäuser in Bingen differenziert nach Herkunftsgebieten darstellt.¹⁴ Hierbei ist zu berücksichtigen, dass die Reichweite der einzelnen Möbelanbieter extrem differiert und v. a. von folgenden Faktoren abhängig ist:

- Betriebstyp,
- Standort,
- Wettbewerbsqualität,
- Leistungsfähigkeit.

Bei der Prognose der Umsatzherkunft ist zu berücksichtigen, dass Konsumenten beim Einkauf von Möbeln und anderen aperiodischen Waren bereit sind, längere Fahrdistanzen auf sich zu nehmen, als bei der Deckung des periodischen Bedarfs. Wesentliche Gründe hierfür sind der vergleichsweise hohe Warenwert sowie die längere Nutzungsdauer von Möbeln, woraus seltener Einkaufsaktivitäten resultieren.

Die großen Möbelhäuser (über 25.000 m² VKF, hierzu zählt auch das Planvorhaben) erreichen noch in 45 Minuten Fahrzeitzone deutliche Marktanteile, während kleinere Einrichtungshäuser keine nennenswerten Marktanteile oberhalb einer 20-Minuten-Zeitdistanz generieren. Möbelmitnahmemärkte und andere Selbstbedienungs-Konzepte haben i. d. R. deutlich begrenztene Einzugsgebiete (Ausnahme IKEA), profitieren bei Verbundstandorten mit Wohnkaufhäusern jedoch von deren Ausstrahlungskraft.

¹⁴ Die Marktanteile und die zu erwartenden Umsätze sind nicht gleichbedeutend mit der relativen bzw. absoluten Umsatzumverteilung. Eine Überschreitung von 10 % bei den Marktanteilen ist nicht mit der Überschreitung des Schwellenwertes für städtebaulich relevante Auswirkungen gleichzusetzen.

Unter Berücksichtigung dieser Faktoren und des aktuell vorhandenen Kaufkraftpotenzials im Einzugsgebiet ist für die projektierten Möbelhäuser in Bingen von einem realistischen Planumsatz von ca. 68 Mio. € auszugehen (vgl. Abbildung 16). Hinsichtlich der Umsatzherkunft kann das Planvorhaben voraussichtlich ca. 20 % des Kaufkraftpotenzials in der Zone I (Kerneinzugsgebiet) binden. Im erweiterten Einzugsgebiet (Zone II) wird eine Kaufkraftbindung von ca. 10 – 12 % prognostiziert, während die Marktdurchdringung im Verflechtungsbereich (Zone II) mit ca. 4 % Kaufkraftbindung deutlich geringer ausfallen wird. Die Streumsätze werden sich voraussichtlich auf ca. 4 % des Planumsatzes (ca. 2,5 Mio. €) belaufen.

Abbildung 16: Kaufkraftpotenzial, erwartete Kundenstruktur und Kaufkraftbindung des Planvorhabens

Einzugsbiet	Erwarteter Umsatz in Mio. €			Erwarteter Umsatz in %	Kaufkraft in Mio. €	Kaufkraftbindung in %
	Nicht-innenstadtrelevante Sortimentsorte	innenstadtrelevante Sortimentsorte	Planvorhaben gesamt			
Real-Case-Szenario						
Zone I	22,7	5,8	28,5	42	145,5	20
Zone II	12,7	2,4	15,1	22	135,7	11
Zone III	18,8	3,1	21,9	32	513,4	4
Streumsatz	2,1	0,4	2,5	4	./.	./.
Planvorhaben gesamt	56,3	11,7	68,0	100	./.	./.
Worst-Case-Szenario						
Zone I	28,0	6,0	34,0	42	145,5	23
Zone II	15,9	2,5	18,4	23	135,7	14
Zone III	21,7	3,2	24,9	31	513,4	5
Streumsatz	3,3	0,4	3,7	4	./.	./.
Planvorhaben gesamt	68,9	12,1	81,0	100	./.	./.

Quelle: BBE-Berechnungen (ohne Bäckerei, Kiosk); Gliederung der Zentrenrelevanz nach Binger Sortimentsliste (vgl. Kapitel 2.3)

Insgesamt werden rund zwei Drittel des Umsatzes mit Kunden aus dem abgegrenzten Einzugsgebiet mit den Zonen I und II erzielt. Umsätze aus der erweiterten Region resultieren aus der guten regionalen Verkehrsanbindung der Autobahnen 60 und 61.

Die geplanten Möbelhäuser werden damit voraussichtlich eine flächenbezogene Umsatzleistung von ca. 1.500 € je m² Verkaufsfläche erzielen. Unter Berücksichtigung branchenüblicher Flächenleistungen¹⁵, der Wettbewerbssituation im Großraum und einer zu erwartenden rückläufigen Bevölkerungsentwicklung ist diese Umsatzerwartung mittelfristig als „Real Case“-Ansatz zu bewerten.

Gleichwohl wird im Rahmen der vorliegenden Untersuchung für die Bewertung möglicher versorgungsstruktureller und städtebaulicher Auswirkungen ein „Worst Case“ angesetzt. Hierbei wird zugrunde gelegt, dass das Möbelhaus und der Möbel-Mitnahmemarkt zusammen einen **Umsatz von ca. 81 Mio. €** erzielen werden. Dies würde einer Flächenleistung von ca. 1.800 € je m² Verkaufsfläche entsprechen, so dass der prognostizierte „Real Case“ um ca. 20 % überschritten wird.

Die sortimentsbezogene Umsatzerwartung ist der Abbildung 17 zu entnehmen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass für die innenstadtrelevanten Sortimente eine höhere Flächenleistung zu prognostizieren ist als für die nicht- innenstadtrelevanten Sortimente mit einer flächenintensiven Warenpräsentation.

Wie bereits dargestellt, wird mit rd. 85 % der größte Flächenanteil auf die nicht-innenstadtrelevanten Sortimente (Kernsortiment und nicht-innenstadtrelevante Randsortimente) entfallen. In der hier dargestellten Maximalvariante (Worst-Case-Szenario) liegt die Umsatzerwartung bei rd. 81 Mio. €, davon entfällt ein Umsatzanteil von rd. 11,8 Mio. € (rd. 15 %) auf Sortimente, die nach der „Binger Liste“ als innenstadtrelevant einzustufen sind.

Der Vergleich mit den flächenbezogenen Umsätzen des Fachhandels (vgl. Abbildung 18) zeigt, dass auch sortimentsbezogen für die Möbelhäuser hohe Umsätze zugrunde gelegt werden. Dabei ist zu berücksichtigen, dass i. d. R. der Fachhandel eine höhere flächenbezogene Leistungsfähigkeit aufweist als die „Fachabteilungen“ eines großen Möbelhauses bzw. eines Möbel-Mitnahmemarktes, die eine flächenintensivere Warenpräsentation aufweisen.

¹⁵ Die im Durchschnitt im einrichtungsrelevanten Einzelhandel erreichte Flächenleistung (Umsatz je m² VKF) kann stark variieren. So erreichen laut einer Marktstudie der „Möbel Kultur“ – Möbelhandel 2010 die klassischen Möbel-Vollsortimenter mit einer Verkaufsfläche von 5.000 - 20.000 m² die niedrigste durchschnittliche Flächenleistung mit ca. 700 € je m² Verkaufsfläche, die höchste dagegen die Küchenfachmärkte und Küchenstudios mit ca. 2.500 € je m² Verkaufsfläche. Das Mittelfeld mit einer durchschnittlichen Raumleistung von ca. 1.300 € je m² Verkaufsfläche belegt der Betriebstyp Wohnkaufhaus (über 20.000 m² VKF). Bei sehr erfolgreichen Möbelhäusern (über 25.000 m² VKF) sind nach Erfahrungswerten der Gutachter auch Flächenproduktivitäten in einer Größenordnung von rd. 1.800 € je m² VKF möglich, bei IKEA liegen diese Werte noch deutlich darüber. Bei preisorientierten Möbelmitnahmemärkten liegt die Flächenproduktivität mit rd. 1.200 bis 1.500 € je m² VKF in der Regel dagegen niedriger.

Abbildung 17: Umsatzerwartung nach Sortimenten (Worst Case)

Sortimente	Möbelhaus			Möbel-Mitnahmemarkt			Plan-objekt ge-samt
	Verkaufs-kaufsfäche in m ²	Raum-leis-tung in € je m ² VK	Um-satz in Mio. €	Ver-kaufsfäche in m ²	Raum-leis-tung in € je m ² VK	Um-satz in Mio. €	
Nicht-innenstadtrelevante Sortimente, davon	34.185	1.700	59,4	6.610	1.500	9,8	69,2
Möbel, Küchen, Korbwaren	31.560	1.700	54,9	6.155	1.500	9,2	64,1
Bettwaren (inkl. Matratzen, Lattenroste)	1.215	1.500	1,8	240	1.300	0,3	2,1
Teppiche	950	2.000	1,9	125	1.600	0,2	2,1
Kinderwagen/ Kindersitze	245	2.000	0,5	-	-	-	0,5
Farben, Tapeten, Bodenbeläge	215	1.400	0,3	90	1.100	0,1	0,4
Innenstadtrelevante Sortimente¹, davon	3.320	3.000	9,8	765	2.600	2,0	11,8
Haus- und Heimtextilien	800	2.800	2,2	120	2.500	0,3	2,5
Lampen, Leuchten	1.000	3.200	3,2	150	2.700	0,4	3,6
Glas, Porzellan, Keramik (GPK), Haushaltswaren	610	3.600	2,2	150	4.700	0,7	2,9
Bilder/ -Rahmen, Deko-/ Geschenkartikel	540	3.300	1,8	180	2.800	0,5	2,3
Babyerstausstattung (inkl. Hygiene, Spielwaren)	125	3.200	0,4	45	2.200	0,1	0,5
Sortimente gesamt²	37.505	1.800	69,2	7.375	1.600	11,8	81,0

¹ inkl. 245 m² Aktionsfläche im Möbelhaus und 120 m² im Möbel-Mitnahmemarkt (Umsätze den Sortimenten zugeordnet)² ohne Bäckerei / Kiosk

Quelle: BBE-Prognosen und Berechnungen (Werte gerundet)

Abbildung 18: Vergleich der sortimentsbezogenen Raumleistung (Umsatz je m² Verkaufsfläche)

Sortimente	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €	Raumleistung in € je m ² VK	Zum Vergleich: Raumleistung im Fachhandel ³ in € je m ² VK
Nicht- innenstadtrelevante Sor- timente, davon	40.795	69,2	1.700	J.
Möbel, Küchen, Korbwaren	37.715	64,1	1.700	1.100 - 1.300
Bettwaren (inkl. Matratzen, Lattenroste)	1.455	2,1	1.400	k. A.
Teppiche	1.075	2,1	2.000	k. A.
Kinderwagen/ Kindersitze	245	0,5	2.000	k. A.
Farben, Tapeten, Boden- beläge	305	0,4	1.300	900 - 1.500
Innenstadtrelevante Sor- timente¹, davon	4.085	11,8	2.900	J.
Haus- und Heimtextilien	920	2,5	2.700	1.500 - 1.900 ⁴
Lampen, Leuchten	1.150	3,6	3.100	k. A.
Glas, Porzellan, Keramik (GPK), Haushaltswaren	760	2,9	3.800	1.700 - 2.900
Bilder/ -Rahmen, Deko-/ Geschenkartikel	720	2,3	3.200	k. A.
Babyerstausstattung (inkl. Hygiene, Spielwaren)	170	0,5	2.900	1.300 - 1.900
Sortimente gesamt²	44.880	81,0	1.800	J.

¹ inkl. 365 m² Aktionsfläche (Umsätze den Sortimenten zugeordnet)

² ohne Bäckerei / Kiosk

³ Vergleichswerte des Fachhandels, Quelle: BBE-Struktur- und Marktdaten im Einzelhandel 2013, erstellt im Auftrag des Bayerischen Staatsministeriums für Wirtschaft und Medien, Energie und Technologie

⁴ inkl. Bettwaren

Quelle: BBE-Prognosen und Berechnungen (Werte gerundet)

➔ Für das Planvorhaben wird im Rahmen einer Worst-Case-Betrachtung ein Gesamtumsatz von rd. 81 Mio. € prognostiziert. Hiermit wird für das Planvorhaben eine überdurchschnittliche Leistungsfähigkeit unterstellt. Die angesetzte Flächenproduktivität liegt mit ca. 1.800 € / m² VKF auf dem Niveau von sehr erfolgreichen großen Möbelhäusern.

Von dem zu erwartenden Gesamtumsatz werden rd. zwei Drittel des Umsatzes innerhalb des engeren Einzugsgebietes der Zonen I und II generiert. Rund ein Drittel des Gesamtumsatzes ist auf Kunden aus dem großräumigen Verflechtungsraum (Zone III) zurückzu-

führen. Die diffusen Zuflüsse resultieren aus dem Verkehrslagewert des Standortes und belaufen sich voraussichtlich auf ca. 4 % des Umsatzes.

Bei der Umsatzprognose und der Prognose der Marktanteile wird eine hohe Leistungsfähigkeit der Anbieter berücksichtigt. Da das Möbelangebot einerseits und die Bevölkerungsdichte andererseits in der engeren Region relativ gering sind, müssen die projektierten Möbelhäuser eine große räumliche Ausstrahlung entfalten, um marktfähig zu sein. In diesem Zusammenhang ist von Bedeutung, dass der Standort über eine hohe Verkehrsgunst verfügt und die Kunden bereit sind, für den Möbeleinkauf größere Fahrzeiten in Kauf zu nehmen, so dass von der unterstellten Umsatzleistung auszugehen ist, wenn ein räumlich ausgedehntes Einzugsgebiet aktiviert werden kann.

5.2 Absatzwirtschaftliche Auswirkungen

Im vorherigen Abschnitt wurde die Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens innerhalb des perspektivischen Einzugsgebietes ermittelt. Auf Basis dieser Prognoseberechnungen konnte die zu erwartende Umsatzleistung des Planvorhabens ermittelt werden.

Für die Abschätzung der durch die Planmaßnahme induzierten Umsatzumverteilungseffekte werden die projektrelevanten Umsätze

- der zu berücksichtigenden zentralen Versorgungsbereiche,
- der Möbelanbieter außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und
- die Umsätze, die an sonstigen relevanten Angebotsstandorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in den relevanten Sortimenten erwirtschaftet werden, unterschieden.

Innerhalb des Kerneinzugsgebietes (Zone I) befinden sich an den sonstigen Angebotsstandorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche die größeren Möbelanbieter Möbel Mayer und Die Möbelfundgrube in Bad Kreuznach, Möbel Schwaab mit 3 Häusern in Ingelheim und Möbel Sconto in Simmern. Im Bereich der sonstigen Anbieter außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche werden Warengruppenspezialisten (z. B. Küchenstudios, Teppichhaus, Dänisches Bettenlager, Matratzen Concord) sowie sonstige Anbieter mit größeren Sortimentsüberschneidungen (z. B. Baumärkte, Raumausstatter, Babyfachmarkt, Hammer) berücksichtigt.

Zu den größten Möbelanbietern im erweiterten Einzugsgebiet (Zone II) zählen Möbel Preiss in Kastellaun sowie Möbel Erfurth in Nieder-Olm. In der Zone III (Verflechtungsbereich) sind mit den Großmöbelhäusern Möbel Martin in Mainz und XXXL-Mann Mobilia in Wiesbaden die stärksten Wettbewerber innerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes ansässig. Weitere größere Möbelan-

bieter in der Zone III sind Poco-Domäne, Möbel Boss und Küchen Kleie in Mainz, Möbel Roller in Alzey, Möbel Martin in Meisenheim und Möbel Henrich in Geisenheim. Zu den sonstigen relevanten Anbietern außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in den Zonen II - III zählen v. a. Anbieter mit größeren Sortimentsüberschneidungen wie Baumärkte und SB-Warenhäuser sowie Spezialanbieter (u. a. Küchenstudios, Betten- und Matratzenmärkte). Darüber hinaus sind hierunter mehrere kleinere Möbelhäuser (z. B. Wohnraum Mainz, Möbelum Naturmöbel in Mainz) zusammengefasst.

Zu den sonstigen regional bedeutsamen Möbelanbietern außerhalb des Einzugsgebietes sind aufgrund ihrer Größe v. a. die Möbelhäuser XXXL-Mann Mobilia, IKEA und Segmüller in Mannheim, Martin in Kaiserslautern, IKEA in Koblenz sowie die Anbieter im Großraum Rhein-Main (u. a. IKEA in Wallau und Segmüller in Weiterstadt) zu zählen.

Im Folgenden werden nunmehr die durch die Planmaßnahme induzierten Umverteilungseffekte abgeschätzt, da für die Betrachtung der zu erwartenden städtebaulichen Auswirkungen die durch das Planvorhaben induzierten Umverteilungseffekte für die ansässigen Betriebe von Bedeutung sind. Anzunehmen ist dabei, dass der im Realisierungsfall am Planstandort zu erwartende Umsatz zwangsläufig Anbietern an anderer Stelle verloren geht (vgl. Abbildung 19). Denn ein neuer Anbieter vergrößert nicht den verfügbaren "Kaufkraftkuchen", sondern sorgt lediglich für eine räumliche Umverteilung des Umsatzes. Dies ist grundsätzlich als Ausdruck erwünschten und zulässigen Wettbewerbs zu sehen, kann aber für die Genehmigungsfähigkeit des Planvorhabens eine Rolle spielen, wenn dadurch negative Auswirkungen i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind.

Die Erfahrungen zeigen, dass wettbewerbliche Auswirkungen des Planvorhabens innerhalb bestehender Marktstrukturen vorrangig bei vergleichbaren Anbietern, also bestehenden größeren Möbelhäusern mit gleicher bzw. ähnlicher Warenausrichtung zum Tragen kommen. Zudem sind Umsatzumverteilungseffekte gegenüber den Spezialanbietern (z. B. Teppich-Fachmärkte, Matratzen-Fachmärkte) und Mehrbranchenunternehmen (z. B. Warenhäuser, Bau- und Heimwerkermärkte) im Untersuchungsgebiet zu erwarten. Vor allem bei den innenstadtrelevanten Randsortimenten werden auch Umverteilungen bei den innerörtlichen Angebotsstrukturen eintreten.

Im Falle der Ansiedlung der Möbelhäuser in Bingen mit 45.000 m² Verkaufsfläche wird im „Worst-Case“ ein Gesamtumsatz von max. 81 Mio. € prognostiziert. Hiervon entfallen rd. 69,2 Mio. € auf nicht-innenstadtrelevante und rd. 11,8 Mio. € auf die innenstadtrelevanten Sortimente.

Ausgehend von der Ist-Situation werden die Veränderungen der Kaufkraftströme im Rahmen einer „Kaufkraftstrom-Modellrechnung“ simuliert. Auf Basis dieses Simulationsmodells können Aussagen zu den betroffenen Standorten und dem Umfang der Verdrängungseffekte bzw. Umsatzeinbußen getroffen werden.

Bei der Einschätzung der zu erwartenden Umsatzverlagerungseffekte werden folgende **Annahmen** zugrunde gelegt:

- Beim Möbelkauf akzeptieren die Konsumenten relativ große Fahrdistanzen und fokussieren ihre Nachfrage stärker als bei anderen Branchen auf regional bedeutsame Standorte. Hinzu kommen ausgeprägte Präferenzen für bestimmte Stilrichtungen und Preisniveaus, so dass sich für die Wettbewerber in der Region sehr große, einander überschneidende Einzugsgebiete ergeben.
- Für alle Sortimente gilt, dass für die Einzelhandelsstandorte bzw. Betriebe mit der größten Sortimentsüberschneidung (u. a. die Kriterien Sortiment, Preisniveau, Zielgruppenansprache) auch die stärksten Umverteilungseffekte eintreten werden. Im Untersuchungsraum stehen die größeren Einrichtungshäuser sowie die Mitnahmemärkte im Vordergrund.
- Mit zunehmender Entfernung des Projektstandortes nimmt grundsätzlich die Stärke der Umsatzverlagerungseffekte ab. Dies bedeutet, dass vergleichbare Einzelhandelsbetriebe im näheren Umfeld des Planstandortes stärker von Umsatzverlagerungen betroffen sein werden als weiter entfernt gelegene Einzelhandelsbetriebe.
- Aufgrund der relativ geringen Versorgungsbedeutung im engeren Untersuchungsraum sind auch Wettbewerbswirkungen außerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes (u. a. Mannheim, Koblenz, Rhein-Main-Großraum) zu erwarten. Dementsprechend wird davon ausgegangen, dass das Planvorhaben auch zu einer Verstärkung der Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet führen wird (→ Kaufkraftrückgewinnung).¹⁶
- Ebenfalls ist zu berücksichtigen, dass bei Möbeln der Versandhandel im Bundesdurchschnitt einen Marktanteil von rd. 4 % erreicht.¹⁷

Das Planvorhaben wird vor allem mit den hinsichtlich der Sortimentsbreite und -tiefe sowie des Preisgenres vergleichbaren Einrichtungshäusern der Region im näheren Umfeld in Wettbewerb treten. Darüber hinaus sind auch Angebotsüberschneidungen mit den preisorientierten Möbel-SB-Märkten von Bedeutung. Hierbei ist zu berücksichtigen, dass durch die Ansiedlung der geplanten Möbelanbieter vor allem für die im Einzugsgebiet lebende Bevölkerung eine attraktive Einkaufsalternative zu den bereits in der Region bestehenden Anbietern entsteht.

¹⁶ Mit der Realisierung des Planvorhabens geht eine Verbesserung der Versorgungsfunktion innerhalb des Einzugsgebietes einher, was zukünftig eine stärkere Orientierung der Gebietsbevölkerung auf Angebote innerhalb des Einzugsgebietes erwarten lässt. Hierdurch kommt es zu Umsatzumverteilungseffekten im weiteren Untersuchungsgebiet. Diese Umsatzumverteilungseffekte im weiteren Untersuchungsgebiet sind somit gleichbedeutend mit einer verstärkten Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet.

¹⁷ Vgl. Möbelkultur, Möbelhandel 2010

Abbildung 19: Prognostizierte Umsatzumverteilungseffekte

Umsatzherkunft	Möbel/ Küchen/ Korbwaren			Bettwaren			Teppiche			Farben, Tapeten, Bodenbeläge			Nicht-innenstadt-relevante Sortimente		
	derz. Umsatz in Mio. €	Umsatz- verlagerung		derz. Umsatz in Mio. €	Umsatz- verlagerung		derz. Umsatz in Mio. €	Umsatz- verlagerung		derz. Umsatz in Mio. €	Umsatzverlage- rung		derz. Umsatz in Mio. €	Umsatz- verlagerung	
		in Mio. €	in %		in Mio. €	in %									
Binger Innenstadt (ZVB)	1,3	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	0,1	(*)	(*)	0,2	(*)	(*)	1,6	(*)	(*)
Innenstädte in Zone I (ZVB der Mittelpunkte)	3,9	0,2	5	(*)	(*)	(*)	0,3	(*)	(*)	0,1	(*)	(*)	4,3	0,2	5
große Möbelanbieter in Zone I außerhalb ZVB	46,3	7,8	17	1,0	0,1	10	0,3	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	47,6	7,9	17
sonstige relevante An- bieter in I außerh. ZVB	17,4	2,2	13	4,1	0,7	17	1,8	0,3	15	14,7	0,3	2	38,0	3,5	9
Kerneinzugsgebiet (Zone I) gesamt	68,9	10,3	15	5,1	0,8	16	2,5	0,3	12	15,0	0,3	2	91,5	11,6	13
Mainz-Innenstadt (ZVB)	17,7	0,9	5	0,2	(*)	(*)	0,4	(*)	(*)	0,6	(*)	(*)	18,9	0,9	5
sonstige Innenstädte in II/ III (ZVB der MZ)	0,4	(*)	(*)	0,1	(*)	(*)	0,1	(*)	(*)	1,3	(*)	(*)	1,9	(*)	(*)
große Möbelanbieter in II/ III außerhalb ZVB	129,6	21,0	16	3,4	0,5	15	3,6	0,6	17	1,0	(*)	(*)	137,0	22,1	16
sonstige relevante Anbie- ter in II/ III außerh. ZVB	12,7	0,7	6	1,9	0,2	10	0,6	0,2	28	3,6	0,1	2	18,8	1,2	6
Zonen II - III gesamt	159,8	22,6	14	5,6	0,6	10	4,7	0,8	17	6,5	0,1	1	176,6	24,2	14
Einzugsgebiet gesamt	228,7	32,9	14	10,7	1,4	13	7,2	1,1	15	21,5	0,4	2	268,1	35,8	13
sonstige Standorte/ Versand	./.	31,2	./.	./.	0,7	./.	./.	0,9	./.	./.	(*)	./.	./.	32,8	./.
Summe	./.	64,1	./.	./.	2,1	./.	./.	2,1	./.	./.	0,4	./.	./.	68,7	./.

(*) marginal

Fortsetzung: Prognostizierte Umsatzumverteilungseffekte

Umsatzherkunft	Babyausstattung ¹			Haus- und Heimtextilien			Lampen, Leuchten			GPK/ Haushaltsw., Bilder, Geschenkartikel			Innenstadtrelevante Sortimente			Möbelmarkt gesamt		
	derz. Umsatz in Mio. €	Umsatz-verlagerung in Mio. €	Umsatz-verlagerung in %	derz. Umsatz in Mio. €	Umsatz-verlagerung in Mio. €	Umsatz-verlagerung in %	derz. Umsatz in Mio. €	Umsatz-verlagerung in Mio. €	Umsatz-verlagerung in %	derz. Umsatz in Mio. €	Umsatz-verlagerung in Mio. €	Umsatz-verlagerung in %	derz. Umsatz in Mio. €	Umsatz-verlagerung in Mio. €	Umsatz-verlagerung in %	derz. Umsatz in Mio. €	Umsatz-verlagerung in Mio. €	Umsatz-verlagerung in %
Binger Innenstadt (ZVB)	1,0	0,1	5	0,3	(*)	(*)	0,6	0,1	8	3,3	0,3	9	5,2	0,5	9	6,8	0,5	7
Innenstädte in Zone I (ZVB der Mittelpunktszentren)	4,5	0,2	5	2,3	0,1	4	0,2	(*)	(*)	7,5	0,2	3	14,5	0,5	3	18,8	0,7	4
große Möbelanbieter in Zone I außerhalb ZVB	0,1	(*)	(*)	1,8	0,2	11	1,1	0,1	10	2,3	0,2	9	5,3	0,5	9	52,9	8,4	16
sonstige relevante Anbieter in I außerh. ZVB	6,3	0,4	6	6,0	0,7	12	5,7	0,3	6	12,6	1,0	8	30,6	2,4	8	68,6	5,9	9
Kerneinzugsgebiet (Zone I) gesamt	11,9	0,7	6	10,4	1,0	10	7,6	0,5	6	25,7	1,7	7	55,6	3,9	7	147,1	15,5	11
Mainz-Innenstadt (ZVB)	3,4	0,1	3	6,7	0,4	6	5,7	0,3	5	12,5	0,5	4	28,3	1,3	5	47,2	2,2	5
sonstige Innenstädte in II/ III (ZVB der MZ)	0,3	(*)	(*)	1,1	(*)	(*)	0,1	(*)	(*)	2,4	0,1	4	3,9	0,1	3	5,8	0,1	2
große Möbelanbieter in II/ III außerhalb ZVB	0,9	0,1	7	5,4	0,9	16	10,9	1,8	17	13,2	1,3	10	30,4	4,1	13	167,4	26,2	16
sonstige relevante Anbieter in II/ III außerh. ZVB	1,0	(*)	(*)	3,0	0,2	8	2,7	0,4	15	15,2	0,8	5	21,9	1,4	6	40,7	2,6	6
Zonen II - III gesamt	5,6	0,2	4	16,2	1,5	9	19,4	2,5	13	43,3	2,7	6	84,5	6,9	8	261,1	31,1	12
Einzugsgebiet gesamt	17,5	0,9	5	26,6	2,5	9	27,0	3,0	11	69,0	4,4	6	140,1	10,8	8	408,2	46,6	11
sonstige Standorte/ Versand	./.	0,1	./.	./.	(*)	./.	./.	0,6	./.	0,8	./.	./.	1,5	./.	./.	34,4	./.	./.
Summe	./.	1,0	./.	./.	2,5	./.	./.	3,6	./.	5,2	./.	./.	12,3	./.	./.	81,0	./.	./.

^(*) marginal ¹ gemäß Binger Sortimentsliste teils nicht-innenstadtrelevant (Kinderwagen, Kindersitze u. a.)/ teils innenstadtrelevant (Spielwaren, Hygiene u. a.)

² Möbel Mayer, Die Möbelfundgrube (Bad Kreuznach), Möbel Schwaab (3 Häuser in Ingelheim), Möbel Sconto (Simmern)

³ Möbel Preiss (Kastellaun), Möbel Martin (Mainz und Meisenheim), XXXL-Mann Mobilia (Wiesbaden), Poco Domäne, Möbel Boss und Küchen Kleie (Mainz), Möbel Roller (Alzey), Möbel Erfurth (Nieder-Olm), Möbel Henrich (Geisenheim)

Quelle: BBE-Berechnungen, ggf. Rundungsdifferenzen (Zentrenrelevanz gemäß Binger Sortimentsliste)

Für die im Kerneinzugsgebiet (Zone I) ansässigen großflächigen Möbelhäuser wird eine Wettbewerbsverschärfung eintreten. Die prognostizierten Umsatzeinbußen belaufen sich auf ca. 8,4 Mio. €. Dies entspricht ca. 16 % des derzeitigen Umsatzes der Wettbewerber (Möbel Mayer, Die Möbelfundgrube in Bad Kreuznach, Möbel Schwaab mit 3 Häusern in Ingelheim und Möbel Sconto in Simmern).

Aufgrund der räumlichen Nähe sind die in den Zonen II - III des Einzugsgebietes ansässigen großflächigen Möbelanbieter außerhalb der zentralen Versorgungszentren ebenfalls in hohem Maße von Umsatzumverteilungen betroffen (ca. 16 % des derzeitigen Umsatzes, gleichbedeutend ca. 26,2 Mio. €). Zu diesem Kreis der wettbewerblich besonders stark betroffenen Betriebe gehört Möbel Martin in Mainz-Hechtsheim (Umsatzumverteilungen ca. 24 %). Für die sonstigen großen Möbelanbieter liegen die Umverteilungsquoten bei ca. 10 – 20 %.

In geringem Maße werden auch sonstige Betriebe betroffen sein, die sich außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche befinden. Dies sind u. a. überwiegend nicht-großflächige Möbel-/ Küchenfachgeschäfte und Einrichtungsfachmärkte (u. a. Dänisches Bettenlager, Matratzenfachmärkte) sowie Fach- und SB-Märkte mit ihren Randsortimenten (u. a. Bau- und Heimwerkermärkte). Die Umsatzumverteilung beläuft sich bei diesen Anbietern im Kerneinzugsgebiet (Zone I) auf ca. 5,9 Mio. € und im weiteren Einzugsgebiet (Zone II und III) auf insgesamt ca. 2,6 Mio. €.

Der Einzelhandel in städtebaulich integrierten Lagen (zentrale Versorgungsbereiche) ist insbesondere im näheren Umfeld des Planvorhabens von Umsatzumverteilungen betroffen. Dies ist damit zu erklären, dass die innenstadtrelevanten Sortimente vermehrt von Zielkunden aus der näheren Umgebung nachgefragt werden, die die Möbelhäuser ausschließlich aufgrund des Randsortiment-Angebots aufsuchen.

Die zu erwartende Umsatzumverteilung in der Binger Innenstadt wird sich auf ca. 0,5 Mio. € (max. 7 % des derzeitigen Umsatzes in den projektrelevanten Sortimenten) belaufen. Dabei sind sortimentsbezogene Unterschiede zu erwarten. Die höchsten Umsatzumverteilungen sind mit max. 9 % bei Glas, Porzellan, Keramik/ Haushaltswaren und Bilder/ -Rahmen, Deko-/ Geschenkartikeln zu prognostizieren. Im Bereich der Lampen, Leuchten ist aufgrund der eingeschränkten Angebots- bzw. Zielgruppenüberschneidungen für den innerstädtischen Einzelhandel ein Umsatzverlust von ca. 8 % des derzeitigen Umsatzes zu erwarten. Für die sonstigen projektrelevanten Sortimente liegen die Auswirkungen auf den innerstädtischen Einzelhandel in Bingen bei unter 1 % des projektrelevanten Umsatzes.

Die Innenstädte der benachbarten Zentralen Orte werden ebenfalls nur in geringem Maße von Umsatzeinbußen betroffen sein. Für Bad Kreuznach, Ingelheim, Simmern und St. Goar (Zone I) ist eine Umsatzumverteilung in Höhe von ca. 0,7 Mio. € zu prognostizieren. Dies entspricht ca. 4 % des projektrelevanten Innenstadtumsatzes dieser Innenstädte. Am stärksten dürfte Bad Kreuznach mit einem differenzierten Angebot und einer großen räumlichen Ausstrahlungskraft von der Wett-

bewerbsverschärfung betroffen sein. Die prognostizierten Umverteilungseffekte erreichen jedoch in keinem projektrelevanten Sortiment eine Umverteilungsquote von 10 %.

Im erweiterten Einzugsgebiet ist vor allem die Mainzer Innenstadt als oberzentraler Hauptgeschäftsbereich zu betrachten. Hier liegen die Umsatzumverteilungsquoten insgesamt bei max. 3 - 6 % des derzeitigen Umsatzes. Sortimentsbezogen stehen die spezialisierten Angebote im Bereich Möbel/ Küchen, Haus- und Heimtextilien, Lampen/ Leuchten und Babyausstattung im Vordergrund. Diese Umsatzumverteilungsquoten sind damit zu begründen, dass die Mainzer Innenstadt über ein differenziertes Angebot verfügt, das im Umland nicht (mehr) vorzufinden ist. Die prognostizierten Umverteilungsquoten bewegen sich im Rahmen üblicher Wettbewerbswirkungen, ohne dass Existenzgefährdungen abgeleitet werden können.

Die zu erwartenden Wettbewerbswirkungen außerhalb des abgegrenzten Untersuchungsraumes resultieren daraus, dass vor allem die großen Einrichtungshäuser u. a. in Mannheim, Kaiserslautern, Koblenz und im Rhein-Main-Gebiet heute eine Ausstrahlungskraft in das untersuchte Marktgebiet des Planvorhabens entfalten können. Bei Realisierung eines großen Möbelangebotes am Planstandort wird zukünftig diese abfließende Kaufkraft innerhalb der Region gebunden werden können. Insgesamt wird diese zusätzlich zu bindende regionale Kaufkraft auf ca. 34 Mio. € prognostiziert. Bezogen auf die großen, regionalbedeutsamen Möbelhäuser in Mannheim, Kaiserslautern und Koblenz bedeutet dies einen Umsatzverlust von deutlich unter 10 %. Gerade diese großräumlichen Kaufkraftabflüsse machen deutlich, dass im Untersuchungsraum aktuell keine bedarfsgerechte Möbelausstattung vorhanden ist, so dass das Planvorhaben eine Verbesserung der Versorgungsqualität im Verdichtungsraum Mainz schaffen kann.

Zusammenfassend lässt sich festhalten (vgl. Abbildung 19):

- Von Verlagerungseffekten in einer nachweisbaren Größenordnung werden vor allem die strukturprägenden Anbieter der Möbelbranche betroffen sein. Vorrangig sind dies vergleichbare Anbieter, d. h. bestehende große, regionalbedeutsame Möbelhäuser mit gleicher bzw. ähnlicher Warenausrichtung (vor allem Möbel Martin in Mainz, XXXL-Mann Mobilia in Wiesbaden, mittelständische Möbelhäuser in den Nachbarkommunen Bad Kreuznach, Ingelheim und Simmern sowie Möbel-SB-Märkte mit einem preisorientierten Angebot).
- Der Gesamtumsatz von max. 81 Mio. € („Worst-Case“) wird zu ca. 58 % innerhalb des Einzugsgebietes (Zonen I - III) umverteilt (rd. 46,6 Mio. €). Rund 42 % werden gegenüber regional bedeutsamen Möbelhäusern außerhalb des Einzugsgebietes bzw. gegenüber dem Verstand-/ Internethandel umverteilt.
- Betroffen sind v. a. Möbel- und Einrichtungshäuser an städtebaulich nicht-integrierten Standorten. Hierbei sind die höchsten Umverteilungseffekte gegenüber Wettbewerbern in

Mainz, Bad Kreuznach, Ingelheim und Simmern zu erwarten. An diesen Standorten werden die Hauptwettbewerber Umsatzverluste von bis zu 15 - 24 % hinzunehmen haben.

- Zu den wettbewerblich besonders stark betroffenen Betrieben gehört Möbel Martin in Mainz-Hechtsheim.

➔ Die durch das Planvorhaben induzierten Umsatzumverteilungseffekte werden sich infolge der unterstellten hohen Leistungsfähigkeit und der regionalen Ausstrahlung des Planvorhabens insgesamt auf eine Vielzahl von Betrieben und zentralen Versorgungsbereichen beziehen. Hierbei werden in erster Linie Möbel- und Einrichtungshäuser an städtebaulich nicht-integrierten Standorten von den Wettbewerbswirkungen betroffen sein.

Unter Berücksichtigung der Sortimentskonzeption und der absoluten Höhe der Umverteilungseffekte sind negative Auswirkungen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklung in den zentralen Versorgungsbereichen auszuschließen.

5.3 Bewertung der raumordnerischen und städtebaulichen Auswirkungen des Planvorhabens

Die projektierten Möbelhäuser stellen großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-innenstadt-relevanten Kernsortimenten dar. Der Standort weist bedingt durch die Lage zur Autobahn (A 60 und A 61) eine sehr gute regionale Verkehrsanbindung auf.

Die prognostizierten Umverteilungseffekte des Planvorhabens sind im Hinblick auf die städtebaulichen Auswirkungen in der Stadt Bingen und den umliegenden Städten und Gemeinden zu bewerten. Dabei stehen die zentralen Versorgungsbereiche der Mittel- und Oberzentren (Innerstädte/Ortskerne) im Vordergrund.

Städtebaulich relevante Auswirkungen auf einen zentralen Versorgungsbereich wären dann zu erwarten, wenn bestehende Einzelhandelsbetriebe infolge der Ansiedlung des Planvorhabens gefährdet würden, die für die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit eines zentralen Versorgungsbereichs eine hohe Bedeutung haben.

Noch nicht abschließend geklärt ist, ab welcher Höhe des Schwellenwertes nicht nur unwesentliche Auswirkungen i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO auftreten können. In der Planungs- und Rechtsprechungspraxis hat sich als quantitative Orientierungsgröße etabliert, dass bei zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten ein Umsatzverlust von 10 %, bei anderen Sortimenten von 20 % als abwägungsrelevant zu bewerten ist. Bis zu diesen Abwägungsschwellenwerten ist regelmäßig

davon auszugehen, dass sich keine erheblichen städtebaulichen Folgen ergeben werden (vgl. Abbildung 20).¹⁸

Die „10-%-Marke“ ist allgemein nur als Orientierungswert zu sehen. Die bloße Berechnung der Umsatzumlenkungen aus den Zentralen Versorgungsbereichen ist kein alleiniger Ansatz zur Beurteilung nicht nur unwesentlicher Auswirkungen. Es werden noch weitere qualitative Indikatoren geprüft, um die versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Auswirkungen des Planvorhabens beurteilen zu können (z. B. Vorschädigung, Magnetbetriebe).

Abbildung 20: Orientierungswerte der Umsatzumlenkung

Orientierungswerte der Umsatzverteilung für zentrenrelevante Sortimente	Auswirkungen
< 10 %	Abwägungsschwellenwert: Auswirkungen auf den Wettbewerb möglich
10 – 20 %	Nicht nur unwesentliche städtebauliche Auswirkungen sind wahrscheinlich
> 20 %	Nicht nur unwesentliche raumordnerische Auswirkungen sind wahrscheinlich
> 20 %	Unverträglich

Quelle: GMA Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe (Langzeitstudie), Ludwigsburg 1998, Bearbeitung BBE

Die prognostizierten Wettbewerbswirkungen lassen aufgrund der absoluten Höhe der Umverteilungseffekte und des Anteils am derzeitigen Umsatz keine negativen Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen in den zentralen Versorgungsbereichen des Untersuchungsraums erkennen, da die Umverteilungsquoten gegenüber zentralen Versorgungsbereichen in Bingen oder anderen Kommunen keine städtebaulich relevante Dimensionen erreichen.

Bingen-Innenstadt

Der zentrale Versorgungsbereich der Binger Innenstadt zeichnet sich im Bereich der untersuchungsrelevanten Sortimente durch ein überwiegend kleinteiliges, spezialisiertes Angebot aus, so dass nur sehr geringe Sortimentsüberschneidungen zu erwarten sind. Die strukturprägenden Einzelhandelsbetriebe (v. a. Bekleidungs- und Schuhanbieter, Binger Kaufhaus) werden vom Planvor-

¹⁸ Vgl. Sparwasser, R. (2006), Stadtplanung und Raumplanung – Herausforderung Einzelhandel, in: NVwZ, 2006, H. 3, S. 266; Uechtritz, M. (2004), Neuregelung im EAG Bau zur „standortgerechten Steuerung des Einzelhandels“, in: NVwZ, 2004, H. 9, S. 1031; GMA (1998), Auswirkungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe (Langzeitstudie), Ludwigsburg

haben aufgrund der geringen Sortimentsüberschneidungen nur marginal betroffen sein. Auch die Realisierung eines innerstädtischen Einkaufszentrums als Nachnutzung der ehem. Hertie-Immobilie wird durch die projektierten Möbelhäuser nicht wesentlich tangiert. Diese Bewertung resultiert daraus, dass für das innerstädtische Einkaufszentrum vor allem Nutzungen aus dem Bereich der Grundversorgung (Lebensmittel, Drogeriewaren) sowie des persönlichen Bedarfs (Bekleidung, Schuhe etc.) prägend sein werden. Im Bereich des projektrelevanten Einrichtungsbedarfs sind aufgrund der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen (betriebliche Leistungsfähigkeit und Mietbelastungen) nur kleinteilige (Nischen-)Angebote zu erwarten, die parallel zu einer Möbelhausansiedlung realisiert werden können.

Innenstädte/ Ortskerne der benachbarten Mittelzentren

Außerhalb von Bingen bewegen sich die sortimentsbezogenen Umsatzumverteilungen gegenüber den in zentralen Versorgungsbereichen ansässigen Wettbewerbern in städtebaulich verträglichen Größenordnungen. Die höchsten Umverteilungseffekte sind dabei für die Innenstadt von Bad Kreuznach zu erwarten. Die Umsatzeinbußen unterschreiten auch hier bei Weitem die 10 %-Marke (vgl. Abbildung 19), so dass angesichts der Wettbewerbsstrukturen in den projektrelevanten Sortimenten, der städtebaulich kompakten Angebotsstrukturen und der Ausstrahlungskraft des Mittelzentrums negative Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen und deren Entwicklungsfähigkeit ausgeschlossen werden können. Für die sonstigen Innenstädte bzw. Ortskerne in der Untersuchungsregion bestehen nur geringe Angebotsüberschneidungen in Teilsortimenten, so dass nur marginale Umsatzeinbußen für den örtlichen Einzelhandel zu prognostizieren sind. Weder strukturprägende Betriebe noch die Angebotsstrukturen werden wesentlich beeinträchtigt, so dass städtebaulich negative Auswirkungen für die benachbarten Mittelzentren ausgeschlossen werden können.

Mainz-Innenstadt

Bezogen auf die Mainzer Innenstadt werden in den projektrelevanten Sortimenten ebenfalls Umverteilungsquoten von deutlich unter 10 % prognostiziert. Zu beachten ist dabei, dass sich die projektrelevanten Angebote im Wesentlichen auf Randsortimente einzelner Anbieter (u. a. Warenhäuser) und wenige kleinere Einzelhandelsbetriebe mit projektrelevantem Kernsortiment beschränken. Letztere verfügen zusammen jedoch nur über geringe Verkaufsflächen und Umsatzanteile. Hinzu kommt, dass diese Betriebe als Fachgeschäfte bereits durch geringfügige Sortimentsumstellungen und leichte Änderungen im Vertriebskonzept durchaus in der Lage sind, auf veränderte Wettbewerbsverhältnisse in Mainz zu reagieren.

Wesentliche Wettbewerbswirkungen beziehen sich auf die Warenhäuser Karstadt und Galeria Kaufhof, die in den untersuchten innenstadtrelevanten Sortimenten zu den flächengrößten Anbietern in der Mainzer Innenstadt zählen. Darüber hinaus sind Fachmarktkonzepte wie Depot u. a. sowie Fachgeschäfte von Sortimentsüberschneidungen betroffen. Eine Gefährdung der Angebots-

strukturen ist aufgrund der prognostizierten Umsatzverlagerungen nicht zu erwarten. Auch die Entwicklungsfähigkeit der Innenstadt wird nicht wesentlich tangiert, da die projektierten Möbelanbieter nur ein begrenztes Sortimentsangebot aufweist, das wesentlich in Wettbewerb zu anderen großen Möbelhäusern steht und auch nur ca. 10 % der projektrelevanten Kaufkraft in der Untersuchungsregion binden und somit keine marktbeherrschende Position erreichen wird.

Die Realisierung des Planvorhabens hat somit nicht zur Folge, dass zentrale Versorgungsbereiche in Bingen oder in anderen Kommunen ihrem Versorgungsauftrag hinsichtlich des Angebots projektrelevanter Waren nicht mehr nachkommen können.

„Verbrauchernahe Versorgung“

Städtebaulich relevante Auswirkungen könnten auch dann auftreten, wenn die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung in einer der tangierten Nachbarkommunen durch das Planvorhaben gefährdet würde. Aufgrund der prognostizierten Umsatzumverteilungsquoten von bis zu 15 – 24 % gegenüber den ansässigen Hauptwettbewerbern Möbel Martin in Mainz sowie den mittelständigen Möbelhäusern in Bad Kreuznach und Ingelheim, sind insbesondere die möglichen Auswirkungen gegenüber diesen Nachbarkommunen zu betrachten. Trotz prognostizierter Umsatzumverteilungsquoten gegenüber einzelnen Betrieben von deutlich über 10 % ist nicht zu erwarten, dass in diesen Kommunen die branchenmäßige Versorgung mit Möbeln und Einrichtungsbedarf gefährdet wird. Die Betriebe sind offensichtlich sehr leistungsfähig und daher voraussichtlich betriebswirtschaftlich in der Lage, dem erhöhten Wettbewerbsdruck standzuhalten, zumal die Möbelausstattung in der engeren Region relativ gering ist, so dass hohe Kaufkraftabflüsse nach Mannheim, Kaiserslautern, Koblenz und in das Rhein-Main-Gebiet zu beobachten sind.

Zudem würde selbst im Extremfall bei Aufgabe eines der an nicht-integrierten Standorten ansässigen, besonders betroffenen Wettbewerber die Angebotsdichte nur unwesentlich herabgesetzt. Hinzu kommt, dass die Kunden aus den betroffenen Nachbarkommunen auch weiterhin in zumutbaren Distanzen verschiedene Möbelanbieter zur Auswahl hätten.

Entwicklungsmöglichkeiten der zentralen Versorgungsbereiche

Zudem sind im Rahmen der Auswirkungsanalyse nicht nur die möglichen Beeinträchtigungen auf den Bestand zu untersuchen, sondern es ist auch die Frage zu beantworten, ob durch die Realisierung des Planvorhabens die Entwicklungsmöglichkeiten zentraler Versorgungsbereiche eingeschränkt werden könnten.

Dies wäre dann der Fall, wenn das Planvorhaben im Marktsegment des innenstadtrelevanten Einrichtungsbedarfs in den Nachbargemeinden eine so hohe Kaufkraftabschöpfung generieren könnte, dass die Marktzutrittsmöglichkeiten für neue Angebotsformen innerhalb zentraler Versorgungs-

bereiche spürbar eingeschränkt würden. Dies kann aber nach den Ergebnissen der Auswirkungsanalyse ausgeschlossen werden.

Insbesondere Angebotskonzepte wie Butlers, Depot oder neuerdings H & M und Zara Home, die speziell für integrierte City-Lagen entwickelt wurden und auch in größeren Mittelstädten aktiv sind, stehen zwar aufgrund ihrer Sortimentsstrukturen in Wettbewerbsbeziehungen zum Planvorhaben; aufgrund der relativ geringen Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens werden die Möglichkeiten zur Realisierung dieser modernen City-Konzepte in geeigneten Zentrallagen durch das Planvorhaben jedoch nicht erheblich eingeschränkt.

Zusammenfassend kann festgehalten werden:

- Wettbewerbswirkungen wird das Planvorhaben überwiegend gegenüber Angebotsstandorten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen entfalten. Ein „Wegbrechen“ des Möbeleinzelhandels im Oberzentrum Mainz oder den Mittelzentren der Region (vor allem der Nachbarkommunen Bad Kreuznach, Ingelheim, Simmern, Kastellaun, Alzey) und damit eine Beeinträchtigung der Versorgung der Bevölkerung im Einzugsgebiet und im weiteren Untersuchungsgebiet kann allerdings ausgeschlossen werden.
- Existenzbedrohende Umverteilungseffekte gegenüber strukturprägenden Betrieben innerhalb von zentralen Versorgungsbereichen sind ebenfalls auszuschließen. Alle vom Vorhaben tangierten Zentren können auch nach Realisierung des Planvorhabens ihrem Versorgungsauftrag hinsichtlich des Angebots projektrelevanter Waren ohne Funktionseinschränkung nachkommen.
- Die Wettbewerbswirkungen für den Einrichtungseinzelhandel im weiteren Umfeld (u. a. Mannheim, Kaiserslautern, Koblenz, Rhein-Main-Gebiet) entfalten aufgrund der Marktpotenziale keine existenzgefährdenden Auswirkungen.

5.4 Bewertung der Übereinstimmung mit den landesplanerischen Vorgaben des Landesentwicklungsprogramms (LEP IV)

Das **Landesentwicklungsprogramm IV** (LEP IV), das am 25. November 2008 in Kraft getreten ist, formuliert Anforderungen an die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben, insbesondere an großflächige Einzelhandelsbetriebe. Diese Anforderungen stellen die zentralen Kriterien dar, welche bei der Beurteilung eines Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhabens zu prüfen sind.

Konkret stellen folgende Ge- und Verbote die wesentlichen raumordnerischen Kernregelungen bezogen auf die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung dar:

- System der zentralen Orte (Grundsatz 56):
Zur Sicherung einer angemessenen und wohnungsnahen Versorgung mit öffentlichen und privaten Angeboten ist auf das System der zentralen Orte und Mittelbereiche abzustellen.
- Zentralitätsgebot (Ziel 57):
Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind nur in zentralen Orten, Betriebe ab 2.000 m² nur in Mittel- und Oberzentren zulässig. Eine Ausnahme gilt für Betriebe der Grundversorgung mit max. 1.600 m² Verkaufsfläche und Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion mit min. 3.000 Einwohnern.
- Städtebauliches Integrationsgebot (Ziel 58):
Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit innenstadtrelevanten Sortimenten dürfen nur in zentralen Versorgungsbereichen (Innenstädten, Stadt- und Stadtteilzentren) errichtet werden.

Die zentralen Versorgungsbereiche sind im Rahmen eines Einzelhandelskonzeptes räumlich abzugrenzen und zu begründen. Welche Sortimente als innenstadtrelevant gelten, regeln die Gemeinden über ortstypische Sortimentslisten. Bei der Festlegung der Liste können begründete Abweichungen vom Katalog der „innenstadtrelevante Leitsortimente“ vorgenommen werden.
- Ergänzungsstandorte (Ziel 59):
Großflächige Betriebe mit nicht-innenstadtrelevanten Sortimenten dürfen an festgelegten Ergänzungsstandorten der zentralen Orte angesiedelt werden. Die innenstadtrelevanten Randsortimente sind auf eine innenstadtverträgliche Größenordnung zu begrenzen (i. d. R. max. 10 % der Verkaufsfläche).

Die Ergänzungsstandorte sind im Rahmen eines Einzelhandelskonzeptes räumlich abzugrenzen und zu begründen.
- Nichtbeeinträchtigungsgebot (Ziel 60):
Großflächige Einzelhandelsbetriebe dürfen zentrale Versorgungsbereiche der Standortgemeinde und benachbarter zentraler Orte nicht wesentlich beeinträchtigen.
- Agglomerationsverbot (Ziel 61):
Der Bildung von Einzelhandelsagglomerationen mit innenstadtrelevanten Sortimenten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen ist auf der Ebene der Bauleitplanung entgegenzuwirken. Bestehende Einzelhandelsagglomerationen außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen sind über Bebauungspläne auf den Bestand zu begrenzen.

- ÖPNV-Einbindung (Grundsatz 62):
Auch Ergänzungsstandorte sollen in örtliche bzw. regionale ÖPNV-Netze eingebunden werden.
- Versorgungsmodelle für versorgungsschwache ländliche Räume (Grundsatz 63):
Es sollen alternative Versorgungsmodelle erprobt und weiterentwickelt werden, um wesentliche Versorgungsschwächen im ländlichen Raum zu vermeiden (z. B. Einzelhandel mit Zusatzfunktionen, mobile Einrichtungen).

Der Regionale Raumordnungsplan Rheinhessen-Nahe¹⁹ konkretisiert die landesplanerischen Ziele und Grundsätze, um die Funktion der räumlichen Steuerung raumbedeutsamer Vorhaben und Maßnahmen zu übernehmen (u. a. Darstellung besonderer Funktionen der Gemeinden, der Grundzentren).

Nachfolgend werden die projektierten Möbelhäuser im Hinblick auf die projektrelevanten Ziele und Grundsätze bewertet:

Zentralitätsgebot

Die Stadt Bingen ist gemäß Landesentwicklungsprogramm IV als Mittelzentrum ausgewiesen. Vor diesem Hintergrund stellt die Stadt aus landes- bzw. regionalplanerischer Sicht einen privilegierten Standort zur Aufnahme von Betrieben mit mehr als 2.000 m² Verkaufsfläche dar.

Die Grundvoraussetzungen für die Ansiedlung der Möbelhäuser in Bingen sind gegeben. Als Ergänzungen sind eine Bäckerei und ein Kiosk auf relativ geringen Verkaufsflächen projektiert.

Gleichwohl überschreitet das Planvorhaben in seiner Versorgungsfunktion erheblich den Mittelbereich des Mittelzentrums Bingen, der neben der Stadt Bingen die Verbandsgemeinden Rhein-Nahe und Sprendlingen-Gensingen umfasst. Nur rd. 10 % des Planumsatzes wird voraussichtlich mit Kunden aus dem Mittelbereich erzielt werden, so dass deutlich wird, dass der geplante Möbelstandort eine regionale Bedeutung in Ergänzung zu den bestehenden Ober- und Mittelzentren erzielen würde.

Siedlungsstrukturelles Integrationsgebot/ Ergänzungsstandorte

Die projektierten Möbelhäuser sind als großflächige Betriebe mit einem nicht-innenstadtrelevanten Kernsortiment (Möbel, Küchen) zu bewerten. Im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt

¹⁹ Vgl. Planungsgemeinschaft Rheinhessen-Nahe, Regionale Raumordnungsplan Rheinhessen-Nahe, 2004. Seit dem Jahre 2008 ist die Aufstellung eines neuen regionalen Raumordnungsplanes beschlossen, der das LEP IV umsetzt.

Bingen wurden Ergänzungsstandorte für den nicht-innenstadtrelevanten Einzelhandel festgelegt und begründet.

Der projektierte Standort ist dem Ergänzungsstandort Gewerbepark Bingen/ Grolsheim zugeordnet, der sich räumlich auf den Bereich Gustav-Stresemann-Straße direkt angrenzend an das Autobahndreieck Nahetal bezieht. Das zulässige Angebotsspektrum wird auf die Kernsortimente Möbel/ Einrichtungsbedarf sowie Bau- und Gartenbedarf beschränkt. Es handelt sich hierbei um Sortimente/ Betriebstypen, die einen hohen Flächenbedarf aufweisen, der an den bestehenden Standorten (Innenstadt, Gewerbegebiet Scharlachberg) perspektivisch nicht gedeckt werden kann. Damit wird dem Ergänzungsstandort Gewerbepark Bingen/ Grolsheim die Funktion der Sicherung der Versorgungsstrukturen im nicht-innenstadtrelevanten Angebotssegment zugeschrieben.

Das Planvorhaben ordnet sich sinnvoll in das Zentrenkonzept der Stadt Bingen ein.

Nichtbeeinträchtigungsgebot

Wie die vorliegende Auswirkungsanalyse nachweisen konnte, werden bei der Ansiedlung der Möbelhäuser mit zusammen ca. 45.000 m² Verkaufsfläche die Versorgungsfunktionen der städtebaulich integrierten Bereiche der Stadt Bingen und der zentralen Orte im Versorgungsbereich nicht wesentlich beeinträchtigt werden. Die Wettbewerbswirkungen werden sich überwiegend auf die großen Möbelhäuser der Region beziehen. Für die zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum können wesentliche Auswirkungen auf die Funktions- und Entwicklungsfähigkeit der Innenstädte bzw. Ortskerne ausgeschlossen werden.

Die projektierten innenstadtrelevanten Randsortimente sind als marktübliche Ergänzungssortimente des Einrichtungsbedarfs zu bewerten, die in einem inhaltlich-funktionalen Zusammenhang mit dem Möbel-Hauptsortiment stehen. Mit einem Flächenanteil von ca. 9 % unterschreitet die Projektplanung den im LEP festgelegten Regelwert von 10 %. Die Begrenzung der absoluten Größenordnung ist im Rahmen der raumordnerischen Prüfung vor dem Hintergrund möglicher Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche der zentralen Orte vorzunehmen. Für das vorliegende Sortimentskonzept konnten relevante Auswirkungen auf die integrierten Versorgungsstrukturen ausgeschlossen werden.

ÖPNV-Anbindung

Im Zuge der Projektrealisierung ist eine angemessene Einbindung in das ÖPNV-Netz herzustellen.

Das Einzelhandelsvorhaben hält somit die Vorgaben des Landesentwicklungsprogrammes ein.

6 Fazit

- In der Stadt Bingen ist die Ansiedlung eines Möbelhauses und eines Möbel-Mitnahmemarktes in einem Baukörper mit zusammen ca. 45.000 m² Verkaufsfläche am Standort Gewerbegebiet Bingen/ Grolsheim geplant.
- Der Vorhabenstandort befindet sich im südlichen Stadtgebiet von Bingen in Sichtbeziehung zum Autobahndreieck Nahetal A 60/ A 61. Durch die direkte Autobahnanschluss verfügt das Planareal über eine hohe Verkehrsgunst.
- Das Planareal ist als Teil des städtebaulich nicht-integrierten Ergänzungsstandortes für den nicht-innenstadtrelevanten großflächigen Einzelhandel in das Zentrenkonzept der Stadt Bingen aufgenommen worden. Der Standort ist für die Ansiedlung eines Möbelhauses mit nicht-innenstadtrelevanten Kernsortimenten geeignet.
- Die Wettbewerbssituation ist durch großflächige Möbelanbieter in den benachbarten Städten und Gemeinden (vor allem Mainz, Bad Kreuznach, Ingelheim) bestimmt. In der Stadt Bingen ist nur ein ausschnittsweise Möbelangebot vorhanden. Insgesamt ist in der Untersuchungsregion nur ein geringes Möbelangebot zu verzeichnen. Aufgrund des möbelbezogenen Versorgungsdefizits übernehmen regional bedeutsame Möbelhäuser im großräumigen Umfeld (u. a. Mannheim, Kaiserslautern, Koblenz, Rhein-Main-Gebiet) ergänzende Versorgungsfunktionen für den Untersuchungsraum.
- Mögliche Angebotsüberschneidungen des Planvorhabens mit dem Angebot der zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum beschränken sich vor allem auf die Sortimente Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren, Bilder/ -Rahmen/ Deko-/ Geschenkartikel. Die Sortimente Teppiche und Bodenbeläge sind in keinem der untersuchten zentralen Versorgungsbereiche als zentrenprägend zu bewerten. Lampen / Leuchten werden nur in wenigen Innenstädten noch angeboten (u. a. Bingen, Mainz).
- Im perspektivischen Einzugsgebiet, das sich aus drei Zonen unterschiedlicher Verflechtungsintensität zusammensetzt, leben aktuell rd. 1,18 Mio. Einwohner, die über ein projektrelevantes Nachfragevolumen von rd. 795 Mio. € verfügen. Darüber hinaus können aufgrund der Verkehrslage weitere Umsätze mit Kunden aus einem räumlich erweiterten Marktgebiet (ca. 4 % des Umsatzes) erzielt werden, das aufgrund der geringen Verflechtungsintensität nicht dem Einzugsgebiet zugerechnet werden kann.
- Für das Planvorhaben wird vor dem Hintergrund der Angebots- und Nachfragesituation, der weiteren Standortrahmenbedingungen sowie der Dimensionierung der geplanten Möbelhäuser ein Planumsatz von rd. 68 Mio. € („Real Case“) bzw. ca. 81 Mio. € („Worst-Case“) prognostiziert.

- Der Planumsatz wird zu ca. 85 % durch Umsatzumverteilungen gegenüber Möbelanbietern außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen, zu rd. 4 % durch Umsatzumverteilungen gegenüber relevanten Betrieben innerhalb von zentralen Versorgungsbereichen und zu rd. 11 % durch Umverteilungen gegenüber sonstigen relevanten Angebotsstandorten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen generiert.
- Somit fungieren als wesentliche Wettbewerber die regional bedeutsamen Einrichtungshäuser im Umland. Negative städtebauliche Auswirkungen sind dabei nicht zu erwarten, da es sich um nicht-integrierte Versorgungsstrukturen handelt. Somit ist davon auszugehen, dass das Planvorhaben Wettbewerbswirkungen überwiegend gegenüber Angebotsstandorten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen entfalten wird. Hierbei kann ein „Wegbrechen“ des Möbeleinzelhandels in den Nachbarstädten und damit eine Beeinträchtigung der Versorgung der Bevölkerung im Einzugsgebiet und im weiteren Untersuchungsgebiet jedoch ausgeschlossen werden.
- In den zentralen Versorgungsbereichen sind für das geprüfte Sortiments- und Verkaufsflächenkonzept aufgrund der absoluten Höhe der Umverteilungseffekte und des Anteils am derzeitigen Umsatz ebenfalls keine negativen städtebaulichen Auswirkungen abzuleiten. So sind existenzbedrohende Umverteilungseffekte gegenüber strukturprägenden Betrieben innerhalb von zentralen Versorgungsbereichen auszuschließen. Alle vom Vorhaben tangierten Zentren können auch nach Realisierung des Planvorhabens ihrem Versorgungsauftrag hinsichtlich des Angebots projektrelevanter Waren ohne Funktionseinschränkung nachkommen.
- Der Ausbau des Möbelangebotes stellt aus gutachterlicher Sicht eine sinnvolle Weiterentwicklung des Versorgungsangebotes der Region dar, ohne wesentliche Auswirkungen auf die städtebauliche Ordnung und Entwicklungsfähigkeit der benachbarten zentralen Orte zu verursachen. Das Planvorhaben ist geeignet, das bestehende Angebotsdefizit bei Möbeln im Untersuchungsraum abzubauen.

Köln, im März/ April 2014

BBE Handelsberatung GmbH



i. V. Corinna Küpper



i. V. Jörg Lehnerdt

7 Anhang

Untersuchte zentrale Versorgungsbereiche im Umland, für die keine Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches vorliegt.

Abbildung 21 Untersuchter zentraler Versorgungsbereich: Sankt Goar

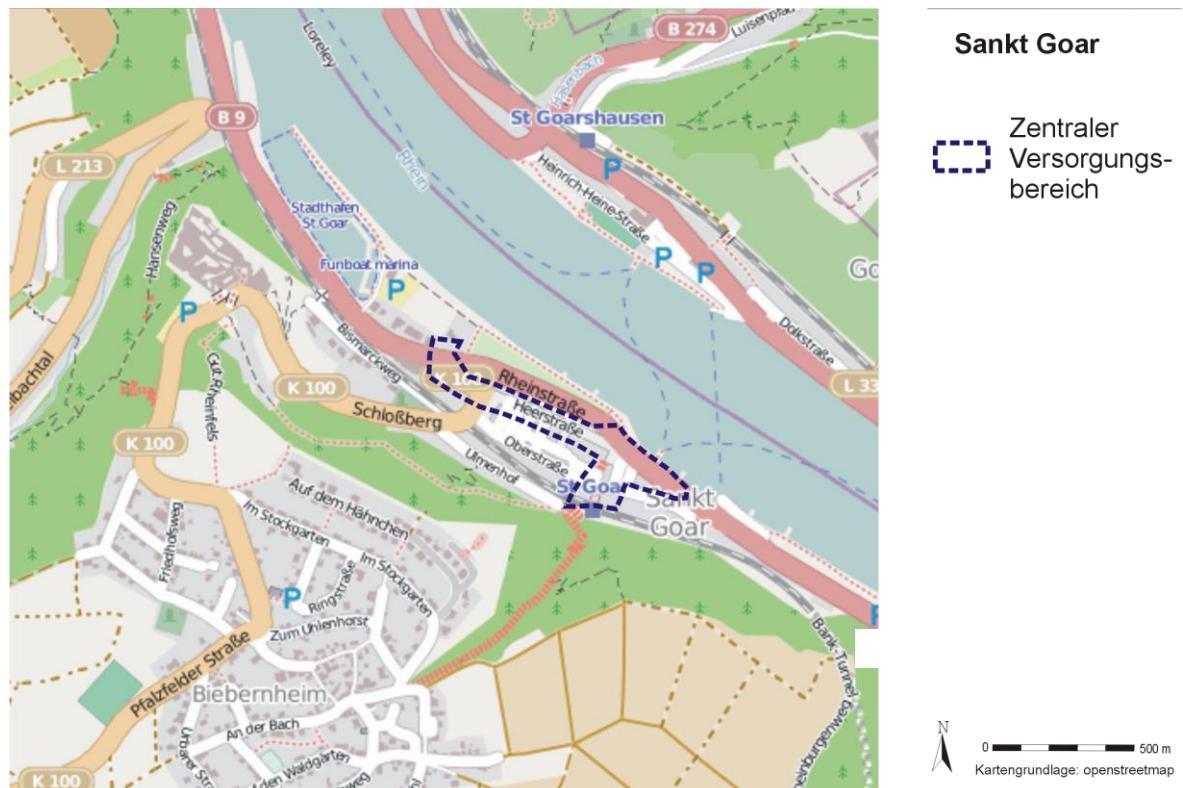


Abbildung 22 Untersuchter zentraler Versorgungsbereich: Simmern

Abbildung 23 Untersuchter zentraler Versorgungsbereich: Nieder-Olm

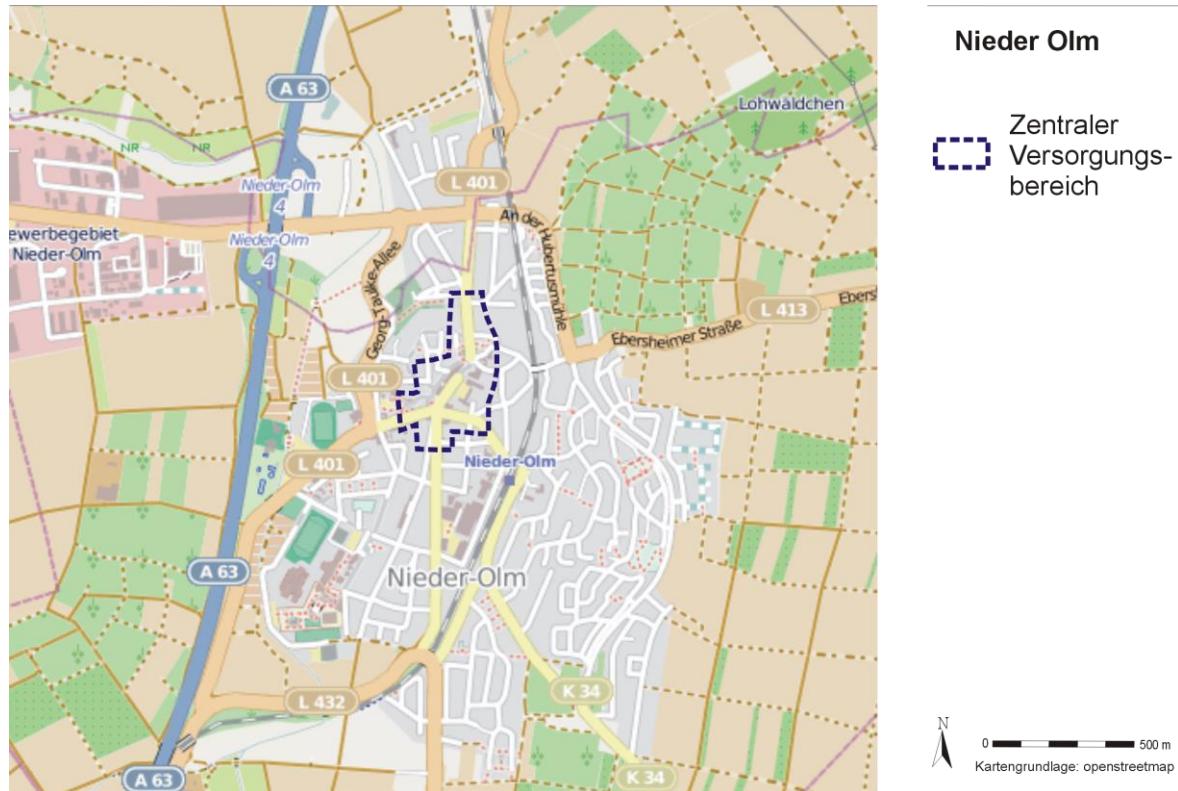


Abbildung 24 Untersuchter zentraler Versorgungsbereich: Kirchberg

